



## Wladimir Klitschko: Geld war noch nie meine Motivation

von Renato Leo, *€uro am Sonntag*, 24. Juli 2017

Das Boxidol Wladimir Klitschko zu seiner Rolle als Universitätsdozent, seinen Plänen für die Zeit nach dem Ausstieg aus dem Ring und zu seinen wichtigsten Kämpfen als Geschäftsmann.

von Renato Leo, *€uro am Sonntag*

Was tun, wenn der Gong zur letzten Runde geschlagen wurde? Diese Frage beschäftigt Wladimir Klitschko nicht erst seit seiner Niederlage gegen Anthony Joshua. Für die Karriere nach seiner Karriere hat der Ex-Schwergewichtsweltmeister vorgesorgt und sich jenseits des Boxrings ein Imperium aus Marketing, Beratung und Hotellerie aufgebaut. Seit 2016 macht er als Dozent an der Uni St. Gallen im Studiengang Challenge-Management angehende Firmenlenker fit. In seinem Hamburger Headquarter verrät Klitschko *€uro am Sonntag*, wie er sein Know-how nutzen möchte, um den deutschen Mittelstand vor dem technologischen K.-o. zu bewahren – und seine Pläne zum Angriff auf den deutschen Hotelmarkt.

**€uro am Sonntag: Herr Klitschko, Sie haben 2016 mit der Universität St. Gallen den Weiterbildungsstudiengang „CAS Change and Innovation Management“ ins - Leben gerufen, in dem Grundlagen des Selbst- und Challenge-Managements - vermittelt werden. Was kann ein Profiboxer denn angehenden Managern erzählen?**

**Wladimir Klitschko:** Ich gebe zu: Dieses Fragezeichen habe ich auch in einigen Gesichtern gesehen, als ich am ersten Tag als Dozent vor den Teilnehmern stand. „Was will uns der Boxer sagen? Was will der uns von Challenge-Management erzählen?“ Sie kannten mich nur aus dem Boxring, oberkörperfrei. Am Ende des Tages waren die Fragezeichen verschwunden. Ich habe im Leistungssport viele Dinge gelernt, die auch Manager erfolgreich machen.

### **Zum Beispiel?**

Ob Boxer, Fußballer oder Tennisspieler – niemand kann sich zum Beispiel besser auf ein Ziel fokussieren als ein Profisportler. Um erfolgreich bestehen zu können, braucht es Ausdauer, Beweglichkeit, Konzentration und Koordination sowie Mut und Disziplin. Wie sich all das aufbringen lässt, darin habe ich viel Erfahrung, die ich im Challenge-Management weitergebe.

### **Nun zielen Sie mit Ihrem Programm und mit Partnern wie [SAP](#), [Porsche](#) und der [Deutschen Telekom](#) vor allem auf die Digitalisierung des Mittelstands ab. Haben wir in Deutschland Nachholpotenzial?**

Der Mittelstand bildet in Deutschland das Fundament der Wirtschaft. Wenn uns der durch fehlendes Challenge-Management wegbricht, hat das ökonomisch und sozial verheerende Auswirkungen. Ich hatte neulich auf einer Veranstaltung zum Thema „Digitalisierung des Mittelstands“ der Deutschen Telekom, zu der 800 Vertreter des Mittelstands geladen waren, ein Gespräch mit einem Besteckfabrikanten, dessen Denkweise symptomatisch für viele Manager kleinerer und mittlerer Betriebe steht. Er war der Meinung, sein Unternehmen sei 100 Jahre bestens auch ohne digitale Vertriebswege ausgekommen, und sah keinen Grund, etwas zu ändern.

### **Was ist daran falsch?**

Der digitale Wandel ist da und bringt in enormer Geschwindigkeit viele Innovationen mit sich. Wer diese nicht annimmt, wird sehr schnell vom Markt verschwinden. Das gilt nicht nur für den Mittelstand. Sehen Sie nur, wie es ehemaligen Weltmarken wie [Nokia](#) oder [Blackberry](#) ergangen ist. Dort haben die Managements wichtige Innovationen verschlafen und wurden von der Konkurrenz an die Wand gedrückt.

### **Wo sehen Sie denn die kommenden Verlierer?**

Zu einem ähnlichen Umbruch könnte es auch bald in der Automobilindustrie kommen. Digitale Innovationsführer wie [Google](#) oder [Apple](#) forschen nicht ohne Grund seit Jahren auf dem Gebiet der autonomen Mobilität. Die Revolution geht von Techunternehmen aus, die bisher mit Autos nicht viel zu tun hatten. Darauf müssen die angestammten Automarken vorbereitet sein. Und genau daran knüpft mein Challenge-Management-Programm an, denn es lehrt nicht nur, Herausforderungen erfolgreich zu meistern, sondern diese bereits frühzeitig zu erkennen.

### **Viele Unternehmer haben Angst, an der Globalisierung und Digitalisierung zu scheitern. Wie kann man Managern diese Angst vor Niederlagen nehmen?**

Es wird Sie vielleicht überraschen, auch ich habe Angst. Genauso wie jeder andere Mensch auch. Ich habe Angst vor dem Ungewissen. Vor Dingen, die ich nicht kenne. Respekt, Angst – wie auch immer wir unsere Befürchtungen vor unbekanntem Dingen ausdrücken – sollte einen Menschen motivieren, Herausforderungen anzunehmen, anstatt vor ihnen davonzurennen. Angst ist gut, Feigheit ist schlecht. Angst macht uns wacher und schneller und motiviert, sich selbst, seine Mitarbeiter und sein Unternehmen für die Zukunft zu rüsten, innovativ und dadurch weiterhin wettbewerbsfähig zu sein. Deswegen darf jeder Unternehmer Angst vor Globalisierung und Digitalisierung haben. Feige darf er aber nicht sein. Feiglinge drehen sich weg. Und da spreche ich wiederum aus meiner Erfahrung als Boxer. Denn ich habe den Kampf schon verloren, wenn ich meinem Gegner den Rücken zukehre. Genauso werden feige Unternehmer irgendwann von ihren Konkurrenten auf die Bretter geschickt.

**Sind Ihre Misserfolge als Boxer ebenso wichtig wie Ihre Erfolge, um als Unternehmer und Dozent ernst genommen zu werden?**

Unbedingt. Die Teilnehmer würden mich wahrscheinlich für einen Außerirdischen halten, hätte ich nicht auch Kämpfe verloren. Mein Motto als Weltmeister lautete „Failure is not an option“ – Verlieren ist keine Option. Der Grundgedanke dahinter ist klar: Ich will immer gewinnen. Doch ich habe mittlerweile erkannt: Misserfolg ist absolut eine Option. Jeder Topunternehmer muss in seiner Karriere auch Misserfolge einstecken. Wer was anderes behauptet, ist ein Schwindler – oder ein Außerirdischer. Meine Erfolge haben mich groß gemacht, wirklich gewachsen bin ich an meinen Niederlagen.

**Gilt das auch für Ihre Niederlage gegen Anthony Joshua – oder wiegt die dann doch schwerer?**

Nein, überhaupt nicht. Ich fühle mich nicht als Verlierer, nur weil ich den Kampf gegen Joshua nicht gewonnen habe. In keiner meiner Niederlagen habe ich mehr gewonnen als in dieser. Es ist unglaublich, wie viel Respekt und Anerkennung mir dieser Kampf gebracht hat.

**Und sicherlich auch gutes Geld. Was häufig vergessen wird: Sie vermarkten und organisieren Ihre Kämpfe mit Ihren Unternehmen K2 Promotion und Klitschko Management Group seit Jahren selbst. Laut Sky Box Office sollen sich die Gesamteinnahmen aus Pay-TV, Ticketverkäufen und TV-Vermarktung sowie Sponsoring und Merchandising auf über 50 Millionen Euro belaufen. Aus der Sicht des Promoters und Vermarkters bildet Ihre Niederlage eine geradezu traumhafte Voraussetzung für einen Rückkampf. Es wäre einer der lukrativsten Kämpfe in der Geschichte des Boxsports.**

Stimmt, der Joshua-Kampf wurde von K2 Promotions und Klitschko Management Group gemeinsam mit Joshuas Promoter Eddie Hearn und dessen Firma Matchroom veranstaltet. Die Zahlen kommentiere ich nicht. Es ist ein Business, nicht mehr und nicht weniger. Geld war noch nie meine Motivation. Ich will Leistung abliefern und gewinnen. Das ist meine Motivation. Geld ist für mich lediglich die Bestätigung meines Erfolgs. Ob ich noch mal gegen Anthony Joshua antrete, mache ich definitiv nicht von der Börse oder den Einnahmen aus der Vermarktung abhängig.

**Werden Sie als Unternehmer oft unterschätzt?**

Ich denke schon, dass es einige Leute gibt, die meinen, dass ich nur boxen kann, sonst nichts. Wissen Sie was? Ich mag es, unterschätzt zu werden. Ich sehe es als großen Vorteil an. Wer als Boxer von seinem Gegner unterschätzt wird, hat schon fast gewonnen. Genauso ist es als Unternehmer.

**Sie haben K2 Promotion bereits 2003 gemeinsam mit Ihrem Bruder Vitali gegründet und stetig um weitere Bereiche ausgebaut. Waren Sie eigentlich schon immer geschäftstüchtig?**

Das fing schon in der Kindheit an. Es war noch zur Zeit der ehemaligen Sowjetunion. Unsere Vorbilder waren Actionhelden wie Arnold Schwarzenegger oder Sylvester Stallone als „Rambo“. Nur gab es ihre Filme nicht bei uns im Kino oder Fernsehen zu sehen und auch keine Zeitschriften mit Bildern meiner Heroes zu kaufen. Ich bin dann auf anderen Wegen an so eine Zeitschrift gekommen. Ich habe die Bilder fotografiert, die Fotos entwickelt, kopiert und auf dem Schulhof verkauft – für 20

Kopeken. Als ich die Geschichte irgendwann Arnold Schwarzenegger erzählt habe, sagte er: Wladimir, wo ist mein Anteil?!

**Wann haben Sie mit dem Boxen zum ersten Mal Geld verdient?**

Das weiß ich noch sehr genau, weil es so ein besonderes Erlebnis für mich gewesen ist. Ich war 16 und hatte in Donezk einen Amateurkampf gewonnen. Dafür bekam ich 100 Dollar. Für damalige Verhältnisse ein Haufen Geld. Ich dachte, ich wäre der reichste Mann der Welt (lacht). Sie müssen wissen, dass meine Eltern in der Zeit umgerechnet nur zehn Dollar im Monat verdienten. Nicht in Geldscheinen, sondern in Lebensmittelcoupons.

**Wie haben Sie das Geld genutzt?**

Ich habe Vitali Sitzbezüge für seinen neuen Lada geschenkt (lacht).

**Obwohl Ihr Kampfname Dr. Steelhammer anderes vermuten lässt, sind Sie im Ring kein Haudrauf, sondern eher ein Stratege. Weniger Risiko, mehr Köpfchen. Wie agieren Sie im Geschäftsleben?**

Ich denke mit meinem Bauchgefühl.

**Pardon?**

Meine unternehmerischen Entscheidungen treffe ich aus dem Bauch heraus. Wer zu viel nachdenkt, findet zig Gründe, etwas nicht zu tun. Ich mag das kalkulierbare Risiko, risikofrei kann niemand leben. Das Risiko muss jedoch seine Grenzen haben. Das heißt: Vorbereitung ist alles. Beobachten, verstehen, Ideen sammeln, eine Strategie entwickeln, testen. Diese Vorgehensweise nennt sich Design Thinking und wurde von unserem Partner SAP entwickelt. Im Boxen verfare ich nach dieser - Methode, im Business ebenso. Denn alles, was ich an Erfahrungen und Expertise weitergebe, habe ich in über einem Vierteljahrhundert Leistungssport gesammelt und dies ins wirtschaftliche Umfeld transferiert.

**Sie sind auch als klassischer Investor gut unterwegs. In Kiew gehört Ihnen das Boutiquehotel 11 Mirrors, das mehrfach zum besten Hotel der Ukraine gewählt wurde. Gibt es Pläne, mit 11 Mirrors auch in andere Länder zu expandieren?**

Ja, die gibt es. Die Expansionspläne für das 11 Mirrors sind weit fortgeschritten. Wir führen gerade erste Gespräche und sichten mögliche Objekte. Wir sind bereit für die Expansion, denn das Hotel in Kiew hat kürzlich fünfjähriges Jubiläum gefeiert. In der Zeit konnten wir sehr viele Erfahrungen sammeln, und die zahlreichen Awards zeigen uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

**Dafür wäre Hamburg, Hauptsitz der Klitschko-Gruppe, doch prädestiniert, oder? Wann dürfen wir mit der Eröffnung rechnen?**

Wir konzentrieren uns bei der Expansion mit 11 Mirrors auf Deutschland und die USA. Das kann ich bestätigen. Ob wir unsere erste Dependance in Hamburg eröffnen werden, steht noch nicht fest.

**Auf welches Ihrer Investments sind Sie ganz besonders stolz?**

Auf die in meine Mitarbeiter. Ich gebe gern viel Geld für die Weiterbildung meiner Mitarbeiter aus. Ein besseres Return-on-Investment gibt es nicht, als sein Geld in sein Team zu investieren.

**Aber auch Sie, der Bauchdenker, werden bestimmt schon mal Geld in den Sand gesetzt haben, oder?**

Ja, natürlich. Ich bin passionierter Golfer und habe mal viel Geld in ein Unternehmen für Golfausrüstung investiert. Statt Design Thinking und Challenge-Management walten zu lassen, habe ich mich bei dem Investment von meinen Emotionen und der Liebe zum Golfen leiten lassen. Das war ein Fehler, wie sich herausstellen sollte.

**Die Liste ehemaliger Spitzensportler, die nach ihrer aktiven Zeit spektakuläre Pleiten in der Geschäftswelt hingelegt haben, ist lang. Was raten sie denen, die über eine Karriere nach der Karriere nachdenken?**

Sportlerkarrieren sind in der Regel sehr kurz. Ich arbeite schon seit vielen Jahren an meiner Karriere nach der Karriere, weil ich nie gedacht hätte, dass ich so lange im Ring stehen werde. Ich kann jedem Profisportler nur raten, die Karriere nach der Karriere auf jeden Fall noch während der aktiven Zeit aufzubauen, sein Netzwerk in dieser Zeit zu nutzen und natürlich auch seine Bekanntheit. Sich in den guten auf die schlechten Zeiten vorzubereiten, ist das A und O.

**Können Sie sich vorstellen, auch einfach die Füße hochzulegen, den Boxsack abzuhängen und nur Familienvater und Privatier zu sein?**

Das wäre mir zu wenig. Ich will etwas weitergeben und für die Zukunft hinterlassen. Ich will meine Erfahrungen, mein Wissen vermitteln und andere besser machen. Den Anstoß dazu gab mir ausgerechnet der Tod von Emanuel Steward.

**Ihr langjähriger Trainer, der im Oktober 2012 verstorben ist.**

Er war ein Genie im Boxring und hatte so unglaublich viel Wissen über das Boxen, das er in unzähligen Gesprächen mit mir geteilt hat. Leider hat er nie ein Buch darüber geschrieben oder einen anderen Weg gefunden, dieses Wissen zu hinterlassen. Er hat es mit ins Grab genommen. Ich will mein Wissen, meine Erfahrungen weitergeben. Ich will andere besser und sie zur bewegendenden Kraft machen.

**Wo sehen Sie das Unternehmen Klitschko in zehn Jahren?**

Wenn die Menschen bei Klitschko in zehn Jahren zuallererst an ein global operierendes Unternehmen denken, das für einen gesunden Lebensstil mit mentaler Stärke und körperlicher Kraft sowie für die Lehre des Challenge-Managements steht, und erst dann an mich als Gründer und Namensgeber, wäre ich sehr zufrieden. Dann habe ich alles richtig gemacht.

*Vita:*

**Promovierter Champion**

Wladimir Klitschko wurde am 25. März 1976 in Kasachstan als Sohn eines Offiziers und einer Lehrerin geboren. Bereits 1996 gewann er die Goldmedaille bei den Olympischen Spielen in Atlanta. Im Anschluss wurde er Profiboxer. Klitschko hat Sportwissenschaften studiert und promovierte 2001 an der Universität in Kiew. 2003 machte er sich mit seinem Bruder Vitali erstmals selbstständig und gründete den Boxstall K2 Promotions. 2005 folgte die Klitschko Foundation, 2007 die Klitschko Management Group mit ihrem langjährigen Manager und Geschäftsführer Bernd Bönnte. Seit 2013 ist Klitschko mit der US-Schauspielerinnen Hayden Panettiere verlobt, 2014 kam Tochter Kaya zur Welt. Klitschko lebt in Hamburg, Los Angeles und Kiew.

[Link zum ursprünglichen Interview](#)