

Vorwort

Kaum jemand kennt mich so gut wie Armin, mein Ex. Unsere Trennung hat unsere Freundschaft eher vertieft als getrübt. Es war ein herrlicher Sommerabend, als wir in Feiertagslaune im offenen Cabrio zusammen zu einer Party gemeinsamer Freunde bummelten. Ich liebte diese Ausfahrten unter dem Sternenhimmel, denen der Acht-Zylinder-Jaguar einen besonderen Reiz verlieh. Es roch ein wenig nach Öl aus dem Gebläse, ich hörte der Raubkatze unter der Motorhaube beim Schnurren zu, als Armin sagte: „Ich möchte ein anderes Auto. Kannst das da haben.“ Welch ein Angebot! Sogar einen Platz in seiner Garage bot er mir an. Weil wir nicht weit voneinander wohnen, wäre das sehr praktisch gewesen. Jetzt aber zögerte ich. Armin schaute mich etwas erstaunt an: „Du hast doch immer von so einem Jaguar geträumt?“

„Ja“, sagte ich, „das stimmt.“ Doch in dem Augenblick wusste ich: Ich wollte keinen Jaguar mehr. Dieser Traum war verflogen, überholt von neuen Träumen, hinter mir zurückgeblieben – und vor mir lagen Fragen.

Wie steht es um unsere Träume? Wovon lohnt es sich zu träumen, und wovon träumen meine Freunde und Kunden? Kann ein Auto für Angehörige des höheren Managements mehr als eine schlichte Kaufentscheidung sein?

Eher aus Neugierde, und um bei Geschäftsessen das Gespräch in weniger anstrengende Bahnen zu lenken, begann ich in den folgenden Tagen, meine Gegenüber zwischen dem Plat de Résistance und der Crème Brûlée nach ihren Träumen zu fragen: locker, aber mit Anteilnahme und Interesse, wenn sich daraus ernstere Gespräche ergaben. Zu meiner Überraschung geschah dies sehr häufig! Im Rahmen dieser Unterhaltungen stieß ich in private Bereiche vor, zu denen ich aus meiner Stellung heraus zuvor kaum Zugang gehabt hatte. Als ich begann, auf der Serviette Notizen zu machen, wurde mir klar: Das wird ein Buch.

So bat ich im Laufe der vergangenen zwei Jahre Kunden und gute Bekannte aus den Führungsetagen, mir Zeit zu schenken: Zeit für ein Gespräch, dessen Thema ich offen ließ, um der Spontaneität möglichst großen Raum zu geben. Unterdessen sind es über vierzig Gespräche geworden. Sie bilden den Ausgangspunkt zu diesem Büchlein, in dem ich Einsichten ins Biotop einer führenden Schicht unserer Gesellschaft gewann. Bis heute habe ich nicht aufgehört zu staunen.

Als Erstes aber muss ich Sie enttäuschen. Mit Hollywoods Traumfabriken wird es kaum einer meiner „Träumer“ aufnehmen. Die ganz großen Verheißungen bleiben ungeträumt. Das tröstet mich. Mit meinem Jaguar war ich in bester Gesellschaft. Auch „meine“ Topshots zeigten sich mehrheitlich im Reich der Banalitäten gefangen. Bereits in den ersten Gesprächen stellte sich meinem XKR ein Ferrari zur Seite. Zugegeben, ein Auto von noch stärkerem Kaliber. Ein 599er. Eine dieser roten Flundern, in die man mit dem Schuhlöffel einsteigen muss. Der ältere Herr strahlte wie ein Kind, als er mir den Nimbus des steigenden Hengstes auf gelbem Grund und die Qualitäten gerade dieses Modells näherzubringen versuchte. 599 GTB Fiorano, um genau zu sein. Fiorano nach der Teststrecke, auf der Ferrari seine Autos entwickelt, 599 für den Hubraum von 5999 cm³. Der zweitstärkste Ferrari aller Zeiten.

„So kauf ihn dir doch!“ , rief ich so spontan, als wäre es um einen Schirm oder Hut gegangen. „Ja, aber ...“, sagte der Mann, der hier mal Bruno heißen soll: „Das geht nicht.“

„Bei deinem Einkommen ...“, meinte ich und wunderte mich. Bruno schüttelte traurig den Kopf: „Ich kann doch nicht mit einem Ferrari vorfahren. Bei meinen Kunden nicht und schon gar nicht auf meinem Parkplatz gleich neben dem Haupteingang. Du weißt doch, was man über einen denkt, der sich mit so etwas blicken lässt.“

Stimmt, aber daran dachte ich erst, als er es sagte.

„Also“, sagte Bruno, „müsste ich meinen 599er in der Garage in Nizza deponieren. Fast rund ums Jahr. Und was habe ich dann davon?“

Ich hatte meine erste Erkenntnis. Träume scheinen stets eine Handbreit jenseits des Erreichbaren zu liegen, und wenn wir danach greifen, droht ihr Zauber zu verfliegen. Glücklicherweise, wessen Träume nicht zerplatzen. So halten wir uns an Träume in der Möglichkeitsform.

Doch welche Funktion haben Träume im Leben von Top-Performern? Meine Analyse der real existierenden Traumwelten (siehe „Von den real existierenden Träumen“) führte zur Frage nach den guten Gründen dafür, dass erfolgreiche und reflektierte Manager und Managerinnen derartige, eher einfache Träume wie den von einem Ferrari haben. In vielen Gesprächen mit meinen Befragten, den Experten ihrer Träume, habe ich fünf Hypothesen entwickelt (siehe „Der Verzicht auf große Träume – fünf Hypothesen“).

Anschließend wechseln wir die Perspektive: Welche Bilder haben wir, die Menschen jenseits der Kommando-Brücken, von Spitzenmanagern? Was wünschen wir uns von ihnen (siehe „Was wir uns von Managern erträumen“)?

Daneben fragen wir uns natürlich auch, welche Möglichkeiten Manager zwischen Traum und Wirklichkeit überhaupt haben (siehe „Management zwischen Traum und Wirklichkeit“). Denn die Erwartungen an den ROI, den Return on Investment, den König der Rendite, bleiben stets präsent. Angesichts der Tatsache, dass die Tätigkeit des Träumens sich nicht auf die tägliche To-do-Liste setzen lässt, geht es anschließend um die Frage, wie Träumen gelingen kann (siehe „Wege zum Traumziel“). Last but not least werden kleinere und größere Traumanstöße skizziert – Visionen, die es sich lohnte, zu träumen. Für unverwechselbare und gewinnbringende Positionierungen (siehe „Menschheitsträume als Managementziele – Traumanstöße“).

Dringen Sie vor in eine Welt, in der sich die Träumer an den Ecken und Kanten im Raum die Stirne wund stoßen.

Betty Zucker

Im Juni 2009