



Try again. Fail better.

Kaum war das schrille Geräusch der Schiedsrichterpfeife verklungen und damit das Ausscheiden der deutschen Nationalmannschaft bei der Fußball Europameisterschaft amtlich, füllten sich auch schon die Pipelines der Nachrichten mit Wortmonstren des Scheiterns. Obwohl die Mannschaft eine wunderbare Leistung und ein schönes Spiel abgeliefert hatte, zeugten viele Überschriften von einer ganz anderen Sprache. Neben voluminösen Ausrufen der Enttäuschung, wie zum Beispiel „zerplatzte Träume“, „Todesstoß“ und „Zerstörung“ war häufig vom Scheitern die Rede.

Etwas später wurden dann auch noch Schulnoten für die Spieler vergeben und als Zuschauer eines spannenden und attraktiven Fußballspiels musste man sich schon wundern, dass viele Fünfen und Vieren darunter waren. Natürlich darf man bezweifeln, inwieweit Schulnoten überhaupt für eine objektive Beurteilung der einzelnen Spieler sinnvoll sein können. Wenn die Mannschaftsleistung nun zwischen sehr gut und gut lag, erscheinen überwiegend mangelhafte Individualleistungen fraglich zu sein. Und selbst aus der Sicht des reinen Resultats möchte man der Mannschaft insgesamt wohl kaum eine unzureichende Leistung attestieren. Zur Trauerarbeit gehört auch das Sezieren des Misserfolgs.

Dem Autopsiebericht der Fußballforensiker konnte man entnehmen, dass mangelndes Toreschießen als Grund für das Ausscheiden bei der Fußball Europameisterschaft angesehen werden muss. Donnerwetter, denkt sich da der geneigte Zuschauer, dann müssen „wir“ eben bei der WM Tore schießen und werden Weltmeister. Die nächste Chance kommt bestimmt. Wenn sie denn kommt. Und genau das ist die Krux mit unserem Verständnis vom Scheitern. Im Begriff schwingt nicht selten die Vorstellung mit, dass es keine zweite Gelegenheit geben wird. Im Besonderen gilt das für die Geschäftswelt.

Wer als Unternehmer oder Firmengründer enttäuscht, bekommt schnell den Stempel des Versagers aufgedrückt. Eine Insolvenz ist wahrlich keine angenehme Angelegenheit, aber ist man grundsätzlich ein Loser oder gebrandmarkter Verlierer, wenn eine Unternehmung nicht funktioniert? Viele Manager würden der Aussage, dass man in der harten Geschäftswelt keine Schwäche zeigen darf, zustimmen. Danach wäre ununterbrochener Erfolg automatisch Stärke.

Diese Annahme darf ernsthaft bezweifelt werden, denn sie passt kaum zur erlebten Praxis. Es mag gradlinige Erfolgsgeschichten geben, aber das Gros der Unternehmensentwicklungen dürfte von Brüchen und Fehlentscheidungen durchzogen sein. Was ist eigentlich so schlimm daran, einfach zu bekennen, auf dem falschen Weg gewesen zu sein?

Möglicherweise wären viele Insolvenzen vermeidbar gewesen, wenn entsprechende Kurskorrekturen frühzeitig vorgenommen worden wären. Wenn Scheitern aber nahezu tabuisiert wird, dann hält man das Steuer natürlich lieber auf Kurs – auch wenn er direkt auf das Riff führt. Die Angst vor dem Versagen führt unter anderem auch dazu, Risiken gar nicht mehr zuzulassen. Eine risikoscheue Haltung ist nahezu das Gegenteil von Innovationskraft.

Reden wir mal Klartext: Jeder weiß doch, dass vor und nach einem erfolgreichen Produkt Flops lagen bzw. liegen werden. So grässlich es auch klingt, aber Erfolg und Misserfolg gehören zusammen. Gehalten wird die Balance dabei vom Kit des Lernens. Dazu ist es freilich nötig, sich intensiv mit dem Scheitern auseinanderzusetzen, um buchstäblich „gescheiter“ zu werden. Ob die Begriffe etymologisch zusammenhängen, wäre noch zu klären, aber der Gleichklang hat nicht nur Charme, sondern auch inhaltliches Gewicht. Wie sagt doch der praxisorientierte Angelsachse so schön: “Ever tried. Ever failed. No matter. Try again. Fail better.” – Samuel Beckett.

Oliver Block