

(Neue) Wege gehen

Christian Hlade betritt mit der Gründung des Reiseveranstalters Weltweitwandern im Jahr 2000 neues Terrain.



Christian Hlade ist Gründer und Leiter von „Weltweitwandern“ und zählt mit seinem Unternehmen heute zu den erfolgreichsten und sozial engagiertesten Reiseveranstaltern im deutschsprachigen Raum. Im Interview erzählt er über die globale Kommunikation von Unternehmenswerten, Durststrecken und das Begeisterungsfeuer, aber auch über die Wichtigkeit, in Unternehmen eine Kultur des Scheiterns zu etablieren, wenn man neue Wege gehen möchte.

Herr Hlade, WWW wurde im Jahr 2000 von Ihnen gegründet, um den Bau einer solarbeheizten Dorfschule in einem abgelegenen Dorf im indischen Himalaya zu finanzieren. Ein Grundstein, der die Mission des Unternehmens – bewegende Begegnungen zwischen Menschen, Kultur und Natur – sehr gut verdeutlicht?

Hlade: Ja, denn nachdem bei uns ein soziales Projekt nicht ein später dazugekommenes „Anhängsel“ – sondern DER eigentliche Auslöser für die Firmengründung von Weltweitwandern war, spielen Werte wie „Fairness“, „Verantwortung für das große Ganze“, „Offenheit“ und „Weitblick“ tragende Rollen bei uns. Mit unserem „hauseigenen“ Sozialverein „Weltweitwandern Wirkt!“ setzen wir mittlerweile weltweit Bildungsprojekte in Millionenhöhe um und gehören damit zu den sozial engagiertesten Unternehmen der Welt.

„Außergewöhnliche Leistungen sind kein Zufall, sondern kommen von den Möglichkeiten zu üben.“

War es ein langer Weg dorthin?

Hlade: Eigentlich nicht, denn soziales Engagement liegt sozusagen in der DNA unserer Firma. „Der intelligente Egoist schaut gut auf andere, damit es ihm selber gut geht“ hat einmal der Dalai Lama gesagt und das ist einer meiner Leitsprüche. Wobei soziales und gesellschaftliches Engagement nix mit „Kuschelkurs“ und immer nur lieb sein zu tun hat!

Durststrecken gibt es aber überall, oder?

Hlade: Ja natürlich. Hier inspiriert mich sehr das Buch von Gladwell Malcolm, „Outliers: Stories of Success“ der davon spricht, dass es 10.000 Stunden Übung braucht, bis man etwas sehr gut kann. Auch ich habe geübt, vor allem in meiner Studentenzeit, wo ich viel gereist bin und anschließend Vorträge darüber gehalten habe und gelernt habe zu präsentieren. Außergewöhnliche Leistungen sind kein Zufall, sondern kommen von den Möglichkeiten zu üben.

Wie stellt WWW permanent eine hohe Dienstleisterqualität sicher?

Hlade: Den Hauptnutzen unseres sozialen Engagements und unserer klaren Ausrichtung an Werten spüren unsere Gäste. Durch die hohe Begeisterung und das überdurchschnittliche Engagement unserer MitarbeiterInnen weltweit bekommen unsere Gäste ein

Produkt mit viel Liebe und mit viel „Herz“. Es ist einfach ein großer Unterschied in einem Unternehmen mit „Seele“ und „Sinn“ zu arbeiten bzw. Kunde eines solchen Unternehmens zu sein. Wir tun auch ganz, ganz viel, um die Begeisterung unseres Teams zu schüren: Austauschaufenthalte unserer Guides und Partner, Workshops, eine eigene WWW-Partner Academy in der wir miteinander und voneinander lernen.

„Ganz wichtig ist es, eine hohe Kultur des Scheiterns zu integrieren.“

Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Partner auf der ganzen Welt die Mission Ihres Unternehmens nicht nur teilen, sondern leben?

Hlade: Da ist ganz, ganz viel Kommunikation im Spiel. Ich selbst sehe mich als „personalisierte Marke“ und als „Markenbotschafter“ nicht nur für Kunden – sondern auch für unsere Guides und Partner weltweit. Ich reise viel und besuche unsere Partner und mache vor Ort Workshops mit den Teams. Mein Blog, mein Buch, eine eigene WWW-Family-Group auf WhatsApp, Facebook, ein Partnerforum, eine Partner Academy, Austauschreisen – all dies dient dazu, das „Feuer der Begeisterung“ für die Marke – für die Werte von Weltweitwandern – am Brennen zu halten. Was natürlich auch extrem wichtig ist: Ich beschäftige mich sehr viel mit unserer Marke und unseren Werten. Wir machen Teamklausuren zur Strategie und ich gehe regelmäßig auf Meditationsklausuren. Auch das dient dem fortwährenden Lernen, der eigenen Weiterentwicklung und der Entwicklung meiner Firma.

In der Praxis, sei es beruflich als Unternehmer oder Mitarbeiter, aber auch privat fehlt oft der Mut, neue Wege zu gehen, wofür es unterschiedliche Gründe gibt. Wie bereitet man sich auf einen „neuen Weg“ vor oder geht man einfach darauf los?

Hlade: Ganz wichtig ist es, eine hohe Kultur des Scheiterns zu integrieren. Man muss 100-mal hinfallen und scheitern können. Mutlosigkeit, dunkle Phasen, Misserfolge – über das spricht man nicht gerne, aber dunkle Phasen sind extrem wichtig als Fundament und Demutgeber. Und noch etwas: Wenn im Unternehmen alle mit vollem Herzen dabei sind, dann sind die Enttäuschungsmomente viel tiefer, aber die Erfolge größer. ✓

Tipp

Sie können den Katalog von Weltweitwandern mit über 200 Wanderreisen in die ganze Welt kostenlos unter www.weltweitwandern.com anfordern.

