DEUTSCHER AIKIDO-BUND e.V.

Perspektive Aikido in der „Nach-Corona-Zeit“

Ein trotziger Beitrag des SLZ Buchschwabach e.V.

Frei nach Asterix: Wir befinden uns im Jahre 2024 n. Chr. Ganz Deutschland ist von den Schleierwolken der Corona-Lethargie eingelullt... Ganz Deutschland? Nein! Ein von unbeugsamen Aikidoka bevölkertes Dorf in Mittelfranken hört nicht auf, dem Eindringling Widerstand zu leisten.

Corona und die Maßnahmen der Politik sind in unser Leben eingedrungen und haben es verändert. Wem sag ich das? Wir alle haben dies an den gesunkenen Mitgliederzahlen gespürt. Du sagst: „Kannste halt nix machen. Is‘ halt so. Wird schon wieder.“ Ich sage: „Nee nee nee! So wird das nix. Da musste schon was für machen.“

„Ein Kunde ist die jeweils wichtigste Person in dem Betrieb. Er ist nicht von uns abhängig, sondern wir von ihm. Er bedeutet keine Unterbrechung unserer Arbeit, sondern ist ihr Inhalt… Ein Kunde ist eine Person, die uns ihre Wünsche mitteilt. Unsere Aufgabe ist es, diese zu seiner Zufriedenheit auszuführen“, wusste schon der alte Hans Heinrich Path (1934–1984).

Und Recht hat er immer noch: Das Wort *Kunde* bedeutete ursprünglich „jemand, der kundig ist“ also jemand, der aus einer Kenntnis heraus sich für den Kauf – in unserem Fall für die Teilnahme an der Dienstleistung „Training“ – entschieden hat. Eine Entscheidung trifft man, indem man zwischen mehreren Angeboten auswählt. Das ist kompetent und erfordert Respekt, sowohl den Bestandskunden als auch den Neukunden des Deutschen Aikido-Bundes gegenüber.

In Buchschwabach gibt es mehrere konkurrierende Angebote, vom Schützenverein bis zum Kampfsportzentrum, alteingesessen bis modern, billig bis teuer. Die gab’s auch schon vor Corona. Jetzt kam noch dazu „Das Sofa“, denn wir haben gelernt, dass es auch eine Zeit lang ohne Sport geht, sowie „Der Kurs“, denn wir haben gelernt, dass wir lieber schnell und viel genießen als langfristig Zeit und Geld zu investieren. Es stehen ja die nächste Pandemie, der Krieg, die Inflation schon vor der Tür, sagt man. In der Phalanx der Angreifer stehen aber noch andere Eindringlinge, die uns zurufen: „Körperkontakt, igitt, das dauert alles zu lang, das funktioniert nicht, zu kompliziert, gibt’s das auch digital, ich hau lieber drauf“, und andere Hundertschaften.

Warum also sollen die Menschen gerade zum Aikido kommen? Was sagte nochmal der alte Hans, siehe oben? *Unsere Aufgabe ist es, diese (die Wünsche des Kunden) zu seiner Zufriedenheit auszuführen.* Welche Wünsche haben die Buchschwabacher? Na, das, was sich alle Menschen wünschen:

Das Gefühl, ich gehöre dazu; ich erkenne meinen Wert; das Gefühl, ich kann etwas besonders; zu spüren, dass meine Leistung anerkannt wird; dass ich mal zur Ruhe komme; dass ich einmal in der Woche Entspannung finde; dass ich auch mal einen Fehler machen darf; dass ich nicht nur mit dem Kopf, sondern auch mal mit meinem Körper arbeite; dass ich so sein darf, wie ich bin.

Genau das sollten wir versuchen anzubieten, durch unsere Angebote und durch die Art, wie wir unser Training aufbauen. Vor allem aber, wie wir mit unseren Schülern/Kunden umgehen. Es geht also gar nicht um Techniken, Katas und Waffeneinsatz oder um den Dan-Grad des Trainers? Nein und Ja, aber das sind nur unsere Hilfsmittel, vordergründig. In Wahrheit muss es um den Menschen gehen. *Ishin denshin* – von Herz zu Herz. Dass Aikido an sich schon etwas Besonderes ist, kann man auf jedem Flyer nachlesen. Wir brauchen nur noch gute kundenorientierte Vertreter.

Der Deutsche Aikido Bund bietet hierfür beste Voraussetzungen durch seine hervorragende Trainerausbildung, durch prägende Bundestrainer, durch ein vielfältiges Angebot von Lehrgängen und die Möglichkeit, sich fair prüfen zu lassen. Trainer sind Persönlichkeiten mit großem Einfluss und – nüchtern gesprochen – sind sie die entscheidenden (von vielen) Marketinghebel eines Verbandes, die vor Ort bewirken, die Idee des Aikido zu verbreiten, zum Vorteil der Kunden. Marketing ist nun einmal wichtig in diesen Zeiten. Man muss sich nicht verbiegen, um ein so hervorragendes Produkt wie Aikido gut zu verkaufen.

Uns in Buchschwabach macht es jedenfalls auch noch richtig Spaß, den Eindringlingen Widerstand zu leisten. Zur Belohnung gibt es nicht nur Wildschwein (mit Knödel), sondern Zufriedenheit beim Kunden und Verkäufer.

Und: Trotzige Dörfer wie Buchschwabach gibt es überall in Deutschland.

Leo Beck,
SLZ Buchschwabach e.V.