

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich, ...

Ausgabe 80

CHIARA HARTMANN

Aktionsillusion:

Nicht jeder Move ist ein Fortschritt.

MAX CHAFKIN

Peter Thiel:

Die Architektur eines Images

JÖRG KUPJETZ

Ich **schäme** mich!



MARTIN LIMBECK

Zeig **Gesicht** – oder geh unter! Warum **Sichtbarkeit** auf Social Media für Unternehmer heute Pflicht ist

BERUF oder BERUFUNG?

Rosa Koppelmanns Weg zur Non-Dualität



Jetzt bei
**amazon
prime video**
streamen!

w *wirtschaft tv*
wissen

Die Doku-Reihe rund um
das Thema Wirtschaft

EINE PRODUKTION VON WIRTSCHAFT TV
PRODUZENT JULIEN BACKHAUS, REDAKTION MORITZ NEUBRONNER, KAMERA UND TON MATHIAS BINDER,
SCHNITT UND POSTPRODUKTION MORITZ NEUBRONNER, SPRECHER SASCHA OLIVER MARTIN

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN
founders
GRÜNDEN. WACHSEN. VERBUNDEN.

Impressum

founders Magazin Redaktion/Verlag

BACKHAUS Verlag GmbH ist ein Unternehmen der Backhaus Mediengruppe Holding GmbH, Geschäftsführender Gesellschafter
Julien Backhaus

Redaktion

Anna Seifert,
Lea Trägenap,
Laura Cecere,
Stefanie Klief

redaktion@backhausverlag.de

Layout und Gestaltung Objektleitung

Judith Iben

Grafik:

Judith Iben,
Christina Meyer

magazine@backhausverlag.de

Onlineredaktion

verwaltung@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

Julien Backhaus

Anschrift:

BACKHAUS Verlag GmbH
Zum Flugplatz 44
D-27356 Rotenburg

Telefon: (0 42 68) 9 53 04 91

E-Mail: info@backhausverlag.de

www.backhausverlag.de

Autoren (Verantwortliche i. S. d. P.)

Die Autoren der Artikel und Kommentare im founders Magazin sind im Sinne des Presserechts selbst verantwortlich. Die Meinung der Autoren spiegelt nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider. Trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion wird in keiner Weise Haftung für Richtigkeit geschweige denn für Empfehlungen übernommen. Für den Inhalt der Anzeigen sind die Unternehmen verantwortlich.

Vervielfältigung oder Verbreitung
nicht ohne Genehmigung.

Alle Rechte vorbehalten

MVFP
Medienverband
der freien Presse

**BÜNDNIS
ZUKUNFT
PRESSE**

Eine Initiative von BDZV und MVFP

Folgen Sie uns auch auf



Anna Seifert
Redakteurin

Bild: Nicole Watzka Photo Art

Content ist König!

Erfolgreich durch turbulente Zeiten

Arbeit oder Freizeit? Risiko oder Sicherheit? Erfolg oder Scheitern? Oft erleben wir die Welt als die Wahl zwischen zwei Extremen. Doch wird das der Realität wirklich gerecht oder hält das echte Leben nicht noch viele weitere Zwischentöne bereit? Gerade im Unternehmertum führt der Weg zum Erfolg selten über einen geraden Pfad. Dass Leichtigkeit nicht allein von äußeren Umständen abhängt, weiß auch Rosa Koppelman. Im Cover-Interview erzählt die heutige Expertin für Non-Dualität, warum sie die spirituellen Lehren ihrer Eltern lange hinterfragte und wie es ihr nun mit der eigenen Methode gelingt, sowohl ihre Überzeugungen zu leben als auch diese mit ihrem Unternehmerteilgeist in Einklang zu bringen.

Innere Klarheit allein genügt jedoch nicht, wenn niemand sie wahrnimmt – es gilt, Gesicht zu zeigen, betont Martin Limbeck. Social Media vermag Türen zu öffnen, wer allerdings bei seinem Channel nur auf Hochglanz setzt, verschenkt Wirkung und somit Reichweite.

Inwieweit sich Authentizität hier als Algorithmus-Booster erwiesen hat, erläutert er in seinem Gastbeitrag. Dass es die Inhalte sind, die wirklich zählen, weiß auch Chiara Hartmann. Welche Tipps Unternehmer beherzigen sollten, um einer bloßen »Aktionsillusion« zu entkommen, beschreibt die Kommunikationsexpertin in ihrem Gastbeitrag. Raus aus der Komfortzone! – das ist auch das Motto der aktuellen Kolumne von Prof. Dr. Jörg Kupjetz. Denn wer etwas erreichen will, muss alte Denkmuster ablegen. Ein eindrucksvolles Beispiel hierfür liefert Peter Thiel, ist er doch durch unbequeme Positionen und innovative Projekte zu einem der bekanntesten Unternehmer unserer Zeit geworden. In dieser Ausgabe blicken wir mit dem Auszug aus dem Buch Max Chafkin auf den Werdegang des polarisierenden Investors und PayPal-Gründers.

Viel Vergnügen beim Lesen wünscht
Anna Seifert
Redakteurin

Beruf oder Berufung?

Rosa Koppelmanns Weg
zur Non-Dualität



Ein Unternehmen zu gründen, bedeutet mehr, als nur eine Marktlücke zu füllen. Am Anfang steht oft der Wunsch, etwas Eigenes zu schaffen, das Bestand hat. Auch für Rosa Koppelman war klar: In die Fußstapfen der Eltern wollte sie nicht treten. Lange schien es, als würde sie in der Welt der Heil- und Energiearbeit keinen Platz finden. Doch aus den zahlreichen, gescheiterten Bemühungen erwuchs schließlich ihr größter Erfolg – und ihre eigene Methode. Im Interview spricht die Gründerin darüber, wie aus Rückschlägen Klarheit wurde und welchen Rat sie angehenden Unternehmern heute geben würde.

Frau Koppelman, Sie sind als »Coach für gelebte Non-Dualität« bekannt. Wie würden Sie diese Spezialisierung jemandem erklären, der davon noch nichts gehört hat?

Wenn man Non-Dualität wörtlich übersetzt, bedeutet es »Nicht-Zwei« – also keine Trennung. Das klingt philosophisch, ist aber im Kern eine direkte Erfahrung: Alles ist Eins. Wir sind nicht getrennt von anderen Menschen, nicht getrennt von der Natur, nicht einmal getrennt von unseren eigenen Gefühlen. Doch unser Alltagserleben ist oft geprägt von genau dieser Illusion der Trennung: Ich gegen die Welt, innen gegen außen, richtig gegen falsch.

Als Coach für gelebte Non-Dualität helfe ich Menschen, diese Trennung aufzulösen – nicht nur im Kopf zu verstehen, sondern im Körper, im Nervensystem und im Erleben. Denn wenn wir Einheit wirklich fühlen, verändert sich alles: Stressreaktionen regulieren sich, Widerstände lösen sich, Beziehungen werden klarer, Entscheidungen leichter.

Anders gesagt: Ich begleite Menschen dabei, sich an das zu erinnern, was sie im tiefsten Inneren längst wissen – dass sie Teil eines großen Ganzen sind und dass sie in dieser Verbundenheit eine Freiheit und Leichtigkeit finden können, die kein äußerer Erfolg und keine äußere Kontrolle je geben kann. Non-Dualität wird so von einem abstrakten spirituellen Konzept zu einer erlebbaren Realität im Alltag. Und diese Realität ist plötzlich unglaublich leicht und spielerisch, weil wir uns von so vielen Illusionen verabschieden und sämtliche Kämpfe hinter uns lassen können. Ich sage daher gerne: Wenn alles Eins ist, ist alles easy!

Wann haben Sie – als Tochter eines Schamanen und einer Hypnosetherapeutin – entschieden, dass Sie ebenfalls den Weg des spirituellen Coachings einschlagen möchten?

Es war weniger eine bewusste Entscheidung im klassischen Sinn, sondern eher ein Prozess des Erinnerns. In meiner Kindheit war Spiritualität so selbstverständlich wie Zähneputzen. Mein Vater arbeitete als Schamane, meine Mutter als Hypnosetherapeutin – bei uns zu Hause wurde über Energie, Heilung und Bewusstsein genauso gesprochen wie über Schule oder Abendessen. Als Kind hat mich das geprägt, gleichzeitig habe ich mich in meiner Jugend dagegen aufgelehnt. Ich wollte normal sein, meinen eigenen Weg gehen, nicht einfach in die Fußstapfen meiner Eltern treten.

Viele Jahre lebte ich dann tatsächlich weit entfernt von dieser Welt. Ich wollte Erfolg, Selbstständigkeit, ein greifbares Business. Aber tief in mir gab es eine Sehnsucht, die sich mit äußerem Erfolg nicht stillen ließ. Spätestens nach meinen Fehlgeburten, konnte ich das nicht mehr ignorieren. Diese

**»Wenn man Non-Dualität wörtlich übersetzt, bedeutet es »Nicht-Zwei« – also keine Trennung. Das klingt philosophisch, ist aber im Kern eine direkte Erfahrung: Alles ist Eins.«
– Rosa Koppelman**

Erfahrungen haben mir den Boden unter den Füßen weggezogen – und gleichzeitig das Tor geöffnet zu einer Dimension, die ich vorher nur theoretisch kannte. Plötzlich war all das, was ich aus meiner Kindheit kannte, nicht mehr Theorie, sondern existenziell.

In dieser Zeit wurde mir klar: Ich kann gar keinen anderen Weg gehen. Es ist nicht »mein Beruf« geworden, spirituelles Coaching zu machen, sondern es ist meine Natur, Räume zu öffnen, in denen Heilung, Erinnerung und Bewusstsein geschehen können. Im Grunde war es kein Entschluss, sondern eine Rückkehr zu dem, was ich schon immer war.

Mittlerweile haben Sie Ihre eigene Methode entwickelt. Was war der Anlass dafür und inwiefern unterscheidet sich Ihr Ansatz von den Lehren der Eltern?

Der Anlass war mein eigenes Suchen – und die Enttäuschung darüber, dass ich trotz aller Bemühungen nicht dorthin kam, wo ich hinwollte. Ich habe insgesamt elf verschiedene Ausbildungen in klassischer Energie- und Heilarbeit gemacht. Jede dieser Ausbildungen war wertvoll, aber keine brachte mich zu dem inneren Frieden, nach dem ich mich so sehr sehnte. Stattdessen blieb ich in einer endlosen Schleife von Optimierung und »Reparatur« hängen – immer noch ein Training, noch einen

Glaubenssatz auflösen, noch ein Schritt näher zur erhofften Ganzheit. Aber das Gefühl, vollständig zu sein, stellte sich nie ein.

Genau dort wurde mir klar, dass die eigentliche Ebene fehlte: die Non-Dualität. Solange ich versuchte, etwas zu verändern, bestätigte ich unbewusst die Annahme, dass ich so, wie ich bin, nicht genug bin.

Die wirkliche Befreiung geschah erst, als ich verstand und erlebte: »Ich war schon immer vollständig. Es gibt nichts zu reparieren.«

Aus diesem Erkennen ist die Rosa-Koppelman-Methode entstanden. Sie ist kein Werkzeugkasten und keine weitere Technik, sondern ein Bewusstseinsraum. Hier geht es nicht mehr darum, den Schmerz wegzumachen, eine Blockade zu lösen oder ein Symptom zu beseitigen. Es geht darum, radikal alles da sein zu lassen – und in dieser Erlaubnis geschieht die tiefste Transformation.

Das unterscheidet meine Arbeit nicht nur von klassischen Heilmethoden, sondern auch von den Lehren meiner Eltern. Hypnose, Schamanismus, Energiearbeit – sie alle haben ihre Kraft, aber sie bleiben im Paradigma der Trennung. Meine Methode bricht genau

damit. Sie führt in die Erfahrung, dass Heilung nichts ist, was man macht, sondern etwas, das geschieht, wenn man erkennt: »Ich war immer schon ganz.«

Für mich war das der Moment, in dem Frieden nicht mehr etwas war, das ich suchen musste, sondern mein selbstverständlicher natürlicher Zustand ist. Und genau deshalb ist auch äußerer Erfolg, wie etwa über eine Million an Umsatz in absoluter Leichtigkeit, für mich keine Anstrengung mehr, sondern eine Resonanz dieses inneren Friedens.

Sie erzählen, dass Ihnen eine Ebene im Coaching lange fehlte. Woran haben Sie erkannt, dass Sie dieses Puzzlestück gefunden hatten, und wie war das für Sie?

Ich habe es daran erkannt, dass plötzlich die Jagd vorbei war. Vorher war Coaching für mich – und für fast alle, die ich bei anderen erlebt habe – ein nie endender Optimierungsprozess: besser werden, etwas lösen, eine Blockade bearbeiten, das nächste Ziel erreichen. Es war immer subtil ein Mangel im Raum: »So wie ich jetzt bin, reicht es nicht.«

Als ich die Ebene der Non-Dualität berührt habe, wurde genau das durchbrochen. Ich habe erkannt – und verkörpert –, dass es nichts zu reparieren gibt. Nie. Weder an mir noch an den Menschen, die zu mir kommen. Wir waren schon immer ▶



vollständig. In dem Moment, in dem dieser Druck verschwindet, entsteht Raum. Und in diesem Raum geschieht Transformation nicht langsam oder mühsam, sondern sofort.

Das war das fehlende Puzzlestück: zu verstehen, dass Heilung nicht »gemacht« wird. Dass es nicht die x-te Technik oder Methode braucht. Dass es nicht einmal ein Ziel braucht. Transformation geschieht von selbst, wenn wir aufhören, gegen uns zu arbeiten. Und ja – das ist polarisierend. Viele Menschen halten noch an der Vorstellung fest, dass sie an sich arbeiten müssen, dass es harte Prozesse braucht, dass Heilung weh tun muss. In meiner Welt ist das schlicht eine Illusion.

Für mich war es zutiefst befreiend, diese Wahrheit nicht nur zu verstehen, sondern zu leben. Es brachte mir einen Frieden, den ich jahrelang vergeblich gesucht habe, und es hat die Arbeit mit meinen Klientinnen auf ein Niveau gehoben, das jenseits aller bisherigen Methoden liegt.

Viele innovative Start-ups scheitern an der Umsetzung. Worin liegt, Ihrer Ansicht nach, das Geheimnis eines erfolgreichen Unternehmers begründet?

Die meisten Unternehmen scheitern nicht, weil die Idee schlecht ist oder die Strategie falsch. Sie scheitern, weil sie in Dissonanz kommunizieren. Außen erzählen sie eine Vision von Innovation,

»Das Geheimnis erfolgreicher Unternehmer liegt für mich in Kohärenz. Kohärenz bedeutet, dass Herz, Kopf und Handlung in derselben Frequenz schwingen.«
– Rosa Koppelman

Nachhaltigkeit oder Sinn – während innen das Nervensystem im Überlebensmodus läuft, die Gründer überarbeitet sind und Entscheidungen aus Druck statt aus Klarheit getroffen werden. Diese Dissonanz spürt jeder: Kunden, Mitarbeiter, Investoren. Und genau deshalb brennen diese Unternehmen aus, bevor sie überhaupt in ihre volle Kraft kommen.

Das Geheimnis erfolgreicher Unternehmer liegt für mich in Kohärenz. Kohärenz bedeutet, dass Herz, Kopf und Handlung in derselben Frequenz schwingen. Es bedeutet, dass das, was nach außen kommuniziert wird, innen auch wirklich lebt. Und es bedeutet, dass Entscheidungen nicht aus Angst oder Druck heraus entstehen, sondern aus einem inneren Ort von Klarheit und Verbundenheit.

Unternehmen, die in Kohärenz geführt werden, wirken anders. Sie strahlen Ruhe und Kraft zugleich aus. Sie brauchen keine übertriebenen Marketingstrategien, weil ihre Kommunikation Resonanz erzeugt, statt Widerstand. Sie verbrennen keine Ressourcen im ständigen »mehr, schneller, höher«, sondern handeln rhythmisch, fokussiert, im Einklang mit ihrem Kern.

Genau diese Denkweise hat meinen eigenen Weg geprägt. Ich habe ein Unternehmen aufgebaut, das nicht auf Lautstärke, Marketingdruck oder Kompromisse setzt, sondern auf Frequenz und Klarheit. Mit der Rosa-Koppelman-Methode begleite ich inzwischen Tausende von Menschen weltweit, und mein Erfolg ist nicht trotz, sondern gerade wegen dieser radikalen Kohärenz entstanden. Für mich ist das der Beweis: Wahre Nachhaltigkeit im Business entsteht dort, wo Dissonanz endet und alles in Einklang kommt.

Was hätten Sie gerne gewusst, bevor Sie sich selbstständig gemacht haben? Welchen Rat würden Sie mit dem heutigen Wissen jungen Gründern geben?

Ich hätte gerne früher verstanden, dass Selbstständigkeit kein Projekt ist, das man »abarbeitet«, sondern ein lebendiger Spiegel der eigenen inneren Haltung. Am Anfang habe ich geglaubt, wenn ich nur genug Wissen ansammle, die richtigen Strategien anwende und fleißig genug bin, dann würde sich Erfolg automatisch einstellen. Aber so funktioniert es nicht. Ein Business kann immer nur so klar und kraftvoll sein, wie der Mensch, der es trägt.

Was ich heute weiß: Erfolg entsteht nicht durch Druck oder durch das ständige Optimieren, sondern durch Kohärenz. Wenn Herz, Kopf und Handlung in Einklang schwingen, wird das ganze Unternehmen stimmig – und diese Stimmigkeit spüren die Menschen sofort. Umgekehrt ist es die Dissonanz, die Unternehmen schwächt: Wenn nach außen etwas kommuniziert wird, was innen nicht wirklich gelebt wird, bricht die Resonanz weg.

Mein Rat an junge Gründer wäre deshalb: Vertraut nicht blind den Blaupausen und

Konzepten anderer, sondern eurer eigenen inneren Klarheit. Hört auf euer Herz, auch wenn es unvernünftig klingt! Baut ein Fundament, das nicht aus Angst, sondern aus Wahrheit besteht! Denn was euch langfristig trägt, ist nicht die nächste Strategie, sondern die Entscheidung, euch selbst treu zu bleiben.

Wenn ich eines gerne von Anfang an gewusst hätte, dann dies: Erfolg bedeutet nicht, perfekt zu sein oder alles richtig zu machen; Erfolg bedeutet, so radikal ehrlich zu sein, dass man die eigene Wahrheit nicht mehr verrät – auch dann nicht, wenn es unbequem ist.

Gab es in Ihrer Laufbahn einen Moment, in dem Sie ernsthaft an sich gezwifelt haben – und was hat Sie weitermachen lassen?

Ja, es gab diese Momente – und nicht wenige davon. Besonders dann, wenn ich selbst bei Coaches war, die mir erklärt haben, was »richtig« und was »falsch« ist, wie ich »es machen muss«, um erfolgreich zu sein. Ich habe mich in ihren Systemen wiedergefunden, habe versucht, ihre Regeln zu befolgen, und dabei das Gefühl gehabt, dass mit mir etwas nicht stimmt, wenn es trotzdem nicht funktionierte. Diese Erfahrungen haben meine Zweifel oft noch größer gemacht, weil sie immer wieder implizit sagten: »So wie du bist, reicht es nicht.«

Der Wendepunkt kam, als ich begriff, dass genau dieses Denken die eigentliche Illusion ist. Es gibt kein objektives »richtig« oder »falsch«. Erfolg entsteht nicht, wenn man die Regeln anderer befolgt, sondern, wenn man die eigene Wahrheit kompromisslos lebt. In dem Moment, in dem ich aufgehört habe, mich in fremden Konzepten zu verlieren, und begonnen habe, meiner inneren Klarheit zu vertrauen, fielen die Zweifel wie von selbst weg.

Was mich also weitermachen ließ, war nicht der Gedanke: »Ich darf nicht aufgeben.« Es war das tiefe Wissen: »Es gibt keinen Weg zurück.« Selbst in den dunkelsten Momenten war da diese stille Gewissheit, dass mein Weg nicht in den Regeln anderer liegt, sondern in der radikalen Erlaubnis, ich selbst zu sein.

Die Unternehmenswelt verändert sich rasant, nicht zuletzt durch die KI. Welche Rolle spielen solche Entwicklungen für Ihre Branche und welche Skills brauchen Unternehmer jetzt?

KI verändert nicht die Tatsache, dass alles Eins ist – aber sie entlarvt, was unecht ist. Alles, was sich reproduzieren lässt – Informationen, Strategien, Content, sogar

künstliche Empathie – kann eine Maschine besser, schneller und effizienter. Was sie nicht kann, ist authentisch die Wahrheit zu sprechen. Genau deshalb sehnen sich Men-

der Welt das imitieren kann? Das ist unbequem, weil es bedeutet, sich nicht mehr hinter Floskeln, Methoden oder Masken zu verstecken. Aber es ist der einzige Weg, Resonanz zu erzeugen.

»Erfolg bedeutet nicht, perfekt zu sein oder alles richtig zu machen; Erfolg bedeutet, so radikal ehrlich zu sein, dass man die eigene Wahrheit nicht mehr verrät – auch dann nicht, wenn es unbequem ist.«
– Rosa Koppelman

schen heute mehr denn je nach echter Präsenz, nach jemandem, der nicht aus Mustern, sondern aus Verkörperung spricht.

Für meine Branche bedeutet das: Die Zukunft gehört nicht den Lautesten, sondern den Wahrhaftigsten. Jeder Unternehmer, jede Unternehmerin muss sich fragen: Bin ich bereit, meine eigene Wahrheit so radikal klar zu verkörpern, dass keine KI

Die Skills, die Unternehmer jetzt brauchen, sind nicht die neuesten Tools, sondern innere Qualitäten: Klarheit statt Strategie-Flickwerk. Mut statt Perfektionismus. Kohärenz statt Dissonanz. Und die Bereitschaft, nicht die Version von sich zu zeigen, die gefällig wirkt, sondern die, die wirklich echt ist.

Ich habe mit genau dieser Haltung mein eigenes Unternehmen aufgebaut. Ich habe nie auf Marketingtricks gesetzt, sondern auf Frequenz und Wahrhaftigkeit. Mein Erfolg zeigt mir, dass Menschen zutiefst spüren, wenn etwas echt ist. In einer Zeit, in der KI alles Oberflächliche imitieren kann, wird radikale Authentizität nicht nur zum Vorteil, sondern zum Alleinstellungsmerkmal. ♦ AS (L)

Rosa Koppelman

ist Coach, Autorin und Gründerin der Rosa-Koppelman-Methode. Mit dieser hat sie sich das Ziel gesetzt, andere dabei zu unterstützen, ein Leben in Kohärenz zu führen.



Zeig Gesicht - oder geh unter!

Warum Sichtbarkeit auf Social Media
für Unternehmer heute Pflicht ist

EIN GASTBEITRAG VON MARTIN LIMBECK

In den letzten Jahren hat sich einiges getan. Ich erinnere mich noch gut an die Zeit, als du als Unternehmer deine Kunden fast ausschließlich über klassische Akquise, persönliche Empfehlungen und Netzwerken gewonnen hat. Dazu ein paar Anzeigen in der auflagenstärksten Fachzeitschrift, Messeauftritte, Flyer – fertig war das Marketing. Natürlich funktionieren diese Maßnahmen heute auch noch. Doch allein damit wirst du dich nicht über Wasser halten können. Wer glaubt, dass sich sein Unternehmen ohne Social Media erfolgreich am Markt behaupten kann, verpasst nicht nur den Anschluss – sondern ist oft schon abgehängt.

Menschen kaufen von Menschen, nicht von Logos

Es ist, wie es ist: Ohne Sichtbarkeit keine Wirkung, ohne Wirkung kein Vertrauen. Und ohne Vertrauen auch kein Geschäft. In einer Welt, in der jeder von uns ein Smartphone in der Tasche hat und Informationen in Sekundenschnelle verfügbar sind, ist Social Media kein »Nice-to-have« mehr, sondern deine Pflicht als Unternehmer. Denn wenn du online nicht stattfindest, dann findet dich auch niemand. Es sei denn, du hast den Jackpot gewonnen und bist Hidden Champion in einem absoluten Nischenmarkt, weil du ein Produkt herstellst, für das es weltweit nur noch zwei andere Anbieter gibt.

In meinen Mentorings wie dem K2 Summit Programm steht das Thema Social Media daher auch auf dem Plan. Gerade zu Beginn unserer gemeinsamen Zeit höre ich oft von den Teilnehmern: »Ich weiß nicht, ob das etwas für mich ist. Ich will mich nicht so in den Vordergrund stellen. Ich habe ein Unternehmen, das spricht doch für sich.« Klar verstehe ich den Gedanken dahinter. Doch das funktioniert nur dann, wenn du beispielsweise Apple bist. Ansonsten kaufen Menschen nun mal am liebsten von Menschen, nicht von Marken. Daher braucht dein Unternehmen ein Gesicht. Dein Gesicht, um genau zu sein. Deine Kunden wollen wissen, wer hinter dem Namen steht. Sie wollen deine Haltung spüren, deine Werte sehen, deinen Stil erkennen. Sie wollen sehen, wie du denkst und arbeitest. Wenn du dich zeigst, baust du Vertrauen auf – in Form von Postings und Reels auf Social Media zum Beispiel. Denn dort sind deine Kunden unterwegs.

Mir ist bewusst, dass das Mut braucht. Gerade, wenn du als Unternehmer bisher immer im Hintergrund gearbeitet hast. Doch Sichtbarkeit bedeutet weder, dass du dich verstellen, noch dass du dich zum Kasper machen musst. Es geht auch nicht darum, ständig zu posten, was du zu Mittag isst, wo du gerade bist oder ob

du im Fitnessstudio warst. Es geht darum, deine Persönlichkeit, deine Haltung und deine Kompetenz sichtbar zu machen. Wenn du beispielsweise Nahrungsergänzungsmittel für Sportler herstellst, bist du mit Videos aus dem Fitnessstudio natürlich genau auf der richtigen Spur.

Keine Schablone für alle

– Authentizität schlägt Algorithmus

Viele denken, Social Media funktioniert nach einem festen Rezept. Drei Posts pro Woche, ein bisschen Storytelling, ein paar Hashtags und schon läuft's. Ich sage mal so: Das ist ein gutes Rezept, um loszulegen. Zum Aufwärmen. Doch damit wirst du nicht über Nacht viral gehen. Es gibt auch keine »One size fits all«-Formel. Du musst ausprobieren, was zu dir, deinen Kunden und deiner Zielgruppe passt. Das, was ich beispielsweise veröffentliche, funktioniert für mich und meine Company. Doch ich würde meine Content-Strategie weder 1:1 einer Steuerkanzlei noch einem IT-Start-up empfehlen.

Eine Anwaltskanzlei sollte Seriosität, Klarheit und Kompetenz ausstrahlen. Da kommt es auf saubere Formulierungen und fachliche Tiefe an. Ein junges Start-up kann frecher, spontaner und emotionaler auftreten. Bei mir darfs auch mal laut werden, kantig, direkt – weil das zu mir passt. Und ich meine Zielgruppe damit genau den Martin erleben lasse, den sie auch bekommen, wenn sie mich als Mentor buchen. Doch das funktioniert eben

Der Autor



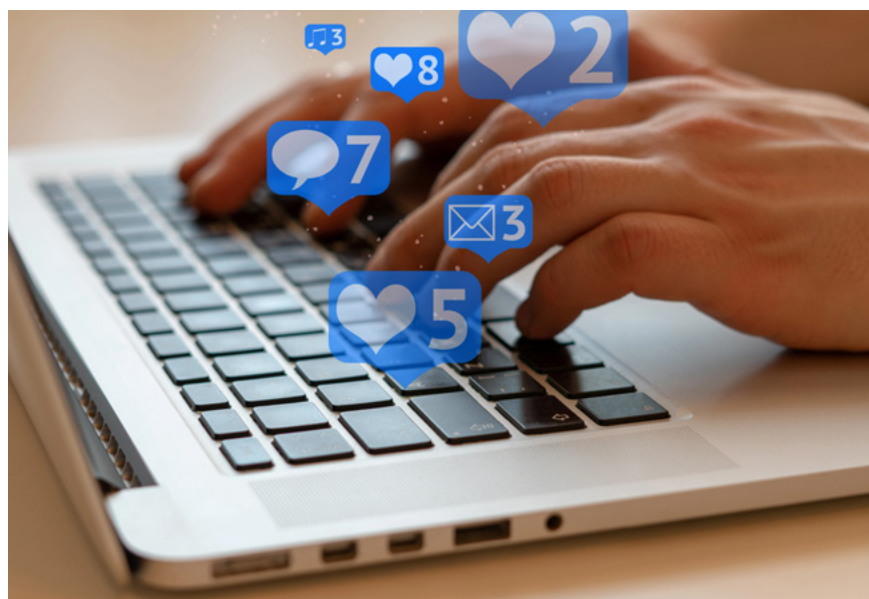
Martin Limbeck ist Inhaber der Gipfelstürmer Mentoring GmbH, Mehrfachunternehmer, Experte für Sales und Sales Leadership sowie fünffacher Bestsellerautor.

nur, weil ich auch wirklich so bin. Wenn du versuchst, jemand anderes zu sein, merken das die Leute sofort. Authentizität schlägt Algorithmus, jedes Mal. Entscheidend ist daher, dass du deine eigene Tonalität findest. Wie sprichst du? Welche Bilder passen zu dir? Wie willst du wirken? Die Plattform ist nur das Werkzeug. Der Kern bist immer du.

Sichtbarkeit zahlt auf alles ein

– auch aufs Recruiting

Viele Unternehmer unterschätzen, welchen Einfluss Social Media heutzutage auch auf die Mitarbeitergewinnung hat. Die besten Talente suchen heute nicht mehr über klassische Stellenanzeigen, sondern informieren sich auf LinkedIn, Instagram oder ▶



»Ohne Sichtbarkeit keine Wirkung, ohne Wirkung kein Vertrauen. Und ohne Vertrauen auch kein Geschäft.«
– Martin Limbeck

»Wenn dein Unternehmen ein Gesicht hat, eine klare Botschaft und eine lebendige Kultur nach außen trägt, ziehst du automatisch die richtigen Leute an.«

– Martin Limbeck



TikTok. Sie wollen wissen: Wer arbeitet da? Wie ist die Stimmung im Team? Wofür steht das Unternehmen?

Wenn du dort nicht sichtbar bist, hast du bei der nächsten Generation von Fachkräften schon verloren, bevor du überhaupt angefangen hast. Menschen bewerben sich nicht bei Firmen, sie bewerben sich bei Menschen. Wenn dein Unternehmen ein Gesicht hat, eine klare Botschaft und eine lebendige Kultur nach außen trägt, ziehst du automatisch die richtigen Leute an. Ich habe das schon oft genug bei meinen Kunden erlebt: Sobald sie anfangen, regelmäßig Einblicke zu geben, etwa in Projekte, Erfolge, aber auch mal in Herausforderungen, steigt nicht nur die Zahl der Kundenanfragen, sondern auch die Qualität der Bewerbungen. Sichtbarkeit schafft Vertrauen, bei Kunden ebenso wie bei potenziellen Mitarbeitern.

Noch ein Tipp am Rande. Wichtig ist, dass du dann auch den Bewerbungsprozess selbst überdenkst – bitte kein »Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an job@arbeitgeber.de« mehr! Wir haben gute Erfahrungen mit Online-Tools gemacht, über die Bewerber direkt aus dem Reel oder der Ad heraus einen ersten Kennenlerntermin vereinbaren. Das ist mir ehrlich gesagt auch hundert Mal lieber, denn im Gespräch kann

ich Motivation und Mindset viel besser einschätzen als über ein Anschreiben, das vermutlich eh ChatGPT verfasst hat.

Fünf Tipps für deine Social-Media-Sichtbarkeit als Unternehmer

Ich weiß, dass das Thema Social Media erst mal ziemlich herausfordernd sein kann, wenn es für dich als Unternehmer Neuland ist. Zwischen Tagesgeschäft, Mitarbeiterführung und Kundenprojekten bleibt oft wenig Zeit, sich auch noch um Reichweite, Content und Algorithmen zu kümmern. Doch Sichtbarkeit entsteht nicht zufällig. Sie ist das Ergebnis von Klarheit, Strategie und Konsequenz. Damit du direkt ins Handeln kommst, habe ich dir hier fünf klare Tipps zusammengestellt, die mir selbst in meiner Anfangszeit sehr geholfen haben:

1. Finde deine Botschaft!

Überlege dir, wofür du stehst und was du sagen willst. Ohne klare Haltung bist du nur ein weiterer Account im Feed.

2. Zeig Persönlichkeit!

Menschen folgen Menschen. Mach erlebbar, wer du bist, was dich antreibt, was dich nervt und was dich begeistert. Ecken und Kanten sind erlaubt – sie machen dich echt.

3. Wähle die richtigen Plattformen!

Du musst nicht überall sein. Konzentriere dich auf ein bis zwei Kanäle, die zu dir und deiner Zielgruppe passen. Qualität schlägt Quantität.

4. Bleib konsequent!

Einmal posten und dann drei Monate Funkstille bringt nichts. Sichtbarkeit ist ein Marathon, kein Sprint. Plane feste Zeiten für Content und bleib dran.

5. Hab keine Angst vor Gegenwind!

Kommentare, Kritik, sogar mal ein Shitstorm – das gehört dazu. Steh zu dem, was du sagst. Haltung ist wichtiger als Perfektion.

Sichtbarkeit ist heute keine Option mehr, sie ist die Währung des Erfolgs. Ob du Inhaber eines familiengeführten Maschinenbaubetriebs in dritter Generation, Unternehmensberater, Kanzleihinhaberin oder Gründer eines Start-ups bist: Die Menschen wollen wissen, wer du bist, bevor sie dir ihr Geld, ihre Zeit oder ihre Karriere anvertrauen. Wenn du das verstanden hast, dann spielst du in einer ganz anderen Liga. Also, raus aus der Deckung. Zeig Gesicht, übernimm Verantwortung – und geh mit Haltung und Klarheit voran. Denn keiner kauft von einem Phantom. ♦

»Limbeck. Unternehmer.«

von Martin Limbeck

352 Seiten

Erschienen: November 2023

GABAL Verlag

ISBN: 978-3-96739-153-4



Ich schäme mich!

BEST OF VERTRÄGE VERHANDELN

In Seminaren kommen immer wieder Teilnehmer auf mich zu, die mir mitteilen, dass ihnen Verhandeln in Geschäften des Einzelhandels schwerfällt. Auf Nachfrage wird dann sehr oft Scham vor der Verhandlungssituation genannt. »Das macht man doch nicht!« »Was denkt jetzt der Verkäufer von mir? Das ich zu wenig Geld habe und mir die Dinge eigentlich gar nicht leisten kann?!«

Mein Ratschlag: Verhandeln Sie im Geschäft! Sie lassen bares Geld liegen! Überwinden Sie die unbegründete Scham. Das einfachste Mittel ist hier, nicht allein



»Erfolgreich verhandeln«
von **Jörg Kupjetz**
168 Seiten
Erschienen: Februar 2025
GABAL Verlag
ISBN: 978-3-96739-236-4

Der Autor



Prof. Dr. Jörg Kupjetz (Professor K.®) ist Professor für Wirtschaftsrecht und zudem als Rechtsanwalt, Autor, Trainer und Speaker tätig.

das Geschäft zu betreten (gilt übrigens auch für jede Verhandlung am runden Tisch). Zu zweit kann man sich notfalls geistig hinter dem Mitstreiter verstecken und diesem auch einmal die Verhandlungsführung überlassen.

Viel wichtiger ist aber, dass Sie hier einmal die Perspektive verlassen: Könnte es vielleicht sein, dass es auch dem Verkäufer peinlich oder zumindest unangenehm ist, wenn er nichts verkaufen kann, da Ihnen das Angebot als zu teuer erscheint und Sie statt einer Verhandlung den Kauf nicht tätigen? Das wäre dann am Ende keine klassische Win-Win-Situation sondern nur ein Loose-Loose-Ergebnis.

Natürlich hat jeder Verkäufer eine kalkulierte Marge und – hoffentlich! – eine vorab definierte Untergrenze, bis zu der er den Preis reduzieren kann. Aber selbst wenn der Preis fix ist, Zusatzangebote wie kostenlose Lieferung, eine kostenlose Zugabe, ein Gutschein für den nächsten Einkauf oder eine Garantieverlängerung ist in den allermeisten Fällen möglich.

Vielleicht fällt es Ihnen ja leichter, statt des Preises andere Komponenten des Gesamtpaketes zu verhandeln? Nach einer Garantieverlängerung zu fragen fällt wohl auch dem nicht schwer, der am Preis nicht rütteln möchte.

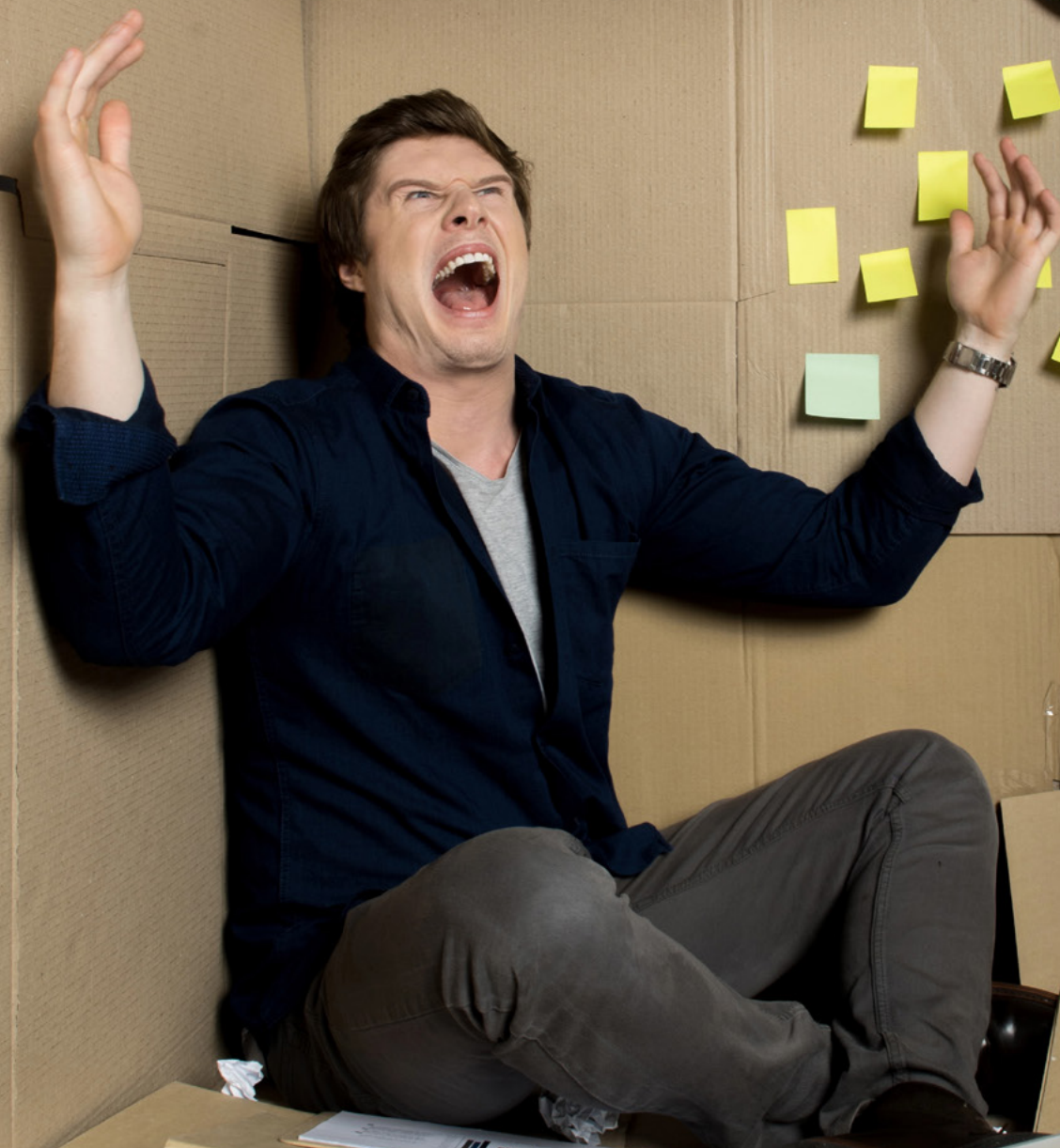
Übung macht den Meister! Fangen Sie am besten mit kleinen Forderungen an und steigern Sie sich von Einkauf zu Einkauf. Ich behaupte einfach mal, dass Sie irgendwann sogar Freude am Verhandeln finden werden. Das Fehlen von Scham darf bei Verhandlungen natürlich nicht zur Unverschämtheit führen – leben und leben lassen ist hier die Devise.

Schaffen Sie Win-Win-Situationen und schämen Sie sich in Zukunft am besten nur noch, wenn Sie nicht verhandelt haben. ♦

Aktionsillusion:

Nicht jeder Move
ist ein Fortschritt.

EIN GASTBEITRAG VON CHIARA HARTMANN



Wir leben in einer Zeit, in der Bewegung wichtiger wirkt als Richtung. In der To-do-Listen Statussymbole sind und Stillstand als Schwäche gilt. Doch viele, die »immer was machen«, spüren genau das Gegenteil: Leere. Nicht, weil sie faul wären, sondern, weil sie im falschen Modus festhängen. Das Phänomen heißt Aktionsillusion: viel tun, wenig bewirken.

Wenn Beschäftigung Fortschritt vortäuscht

Marcel, Anfang 30, Gründer, ehrgeizig – steckt in genau diesem Kreislauf. Er denkt lösungsorientiert, probiert Neues, bleibt in Bewegung. Doch der Effekt: minimal. Zwischen Projekten, neuen Ideen und spontanen Umstrukturierungen verliert er die Tiefe. Er arbeitet am Gefühl von Veränderung, nicht an echter Umsetzung. Das System seines inneren Saboteurs ist perfekt getarnt: Es beschäftigt ihn mit Aufgaben, die sinnvoll aussehen, aber kein Ergebnis bringen. So entsteht das trügerische Gefühl von Entwicklung. Nur ohne Resultat.

Reality Check:

Produktivität ohne Richtung ist nur eine schick verpackte Flucht vor dir selbst!

Wenn dein Kopf schneller ist als dein Leben

Viele junge Menschen leben heute in einem Dauerzustand geistiger Hyperaktivität. Sie reflektieren, analysieren, planen, allerdings das Handeln bleibt reaktiv. Das Denken läuft nebenbei, nicht fokussiert. Entscheidungen werden vertagt. Das erzeugt ein mentales Rauschen, das Energie zieht, statt sie zu bündeln. Das eigentliche Problem: Sie verwechseln Ablenkung mit Fortschritt. Und weil die Welt permanent Output verlangt, fühlt sich das sogar richtig an, bis die Leere spürbar wird. Ein Gefühl, was für viele Menschen mittlerweile ein stiller Begleiter ist und häufig Depressionen nach sich zieht.

Reality Check:

Wenn du alles gleichzeitig willst, erlebst du nichts wirklich.

Vom Aktionismus zur echten Umsetzung

Echte Entwicklung beginnt nicht mit mehr Aktivität, sondern mit Klarheit. Klarheit darüber, was wirklich zählt. Was du heute tust, weil es dich weiterbringt und was du nur tust, um beschäftigt zu wirken und zu wissen, wer du wirklich bist.

Marcel hat gelernt: Routine ist kein Käfig, sondern ein Container. Feste Trainingszeiten, klare Ernährung, strukturierte Tage, jedoch nicht als Zwang, sondern als Selbstführung. Denn Identität entsteht

nicht durch Ideen, sondern durch Handlungen, die Sinn ergeben.

Reality Check:

Struktur ist keine Einschränkung. Sie ist die Bühne, auf der deine Energie sichtbar wird.

Was viele übersehen: Die Leere ist kein Feind, sie ist dein Feedback

Das Gefühl von »Da fehlt was« ist kein Zeichen von Versagen. Es ist dein inneres System, das Klarheit einfordert. Wenn du beginnst, deine Energie bewusst darauf zu lenken, was dich wirklich stärkt, verschwindet die Leere von selbst. Das braucht keine großen Schritte. Nur ehrliche. Einen Tagesplan, der dich nicht stresst, sondern stärkt. Eine Entscheidung, die du nicht aufschiebst, sondern umsetzt. Und die Fähigkeit, dir selbst wieder zuzuhören. Lass die Ablenkung nicht mehr zu und lerne dich zu fokussieren.

Reality Check:

Energie folgt Aufmerksamkeit. Die Frage ist nur: Womit fütterst du sie?

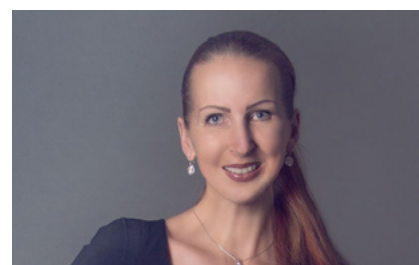
Fazit:

Die Aktionsillusion ist der neue Stillstand. Sie fühlt sich nach Bewegung an, ist aber bloß mentale Erschöpfung im Dauerlauf. Wer sich daraus befreit, entdeckt, dass Fokus kein Limit ist, sondern

»Denn Identitätsbewusstsein ist kein spirituelles Konzept, es ist die Basis echter Selbstwirksamkeit. Es verbindet Denken, Fühlen und Handeln zu einem System, das trägt.«

– Chiara Hartmann

Die Autorin



Chiara Hartmann, bekannt als »Die Profilerin«, ist Expertin für menschliches Verhalten und Kommunikation. Sie unterstützt Top-Manager dabei, ihr Potenzial zu entfalten.

Freiheit. Denn Identitätsbewusstsein ist kein spirituelles Konzept, es ist die Basis echter Selbstwirksamkeit. Es verbindet Denken, Fühlen und Handeln zu einem System, das trägt. Und genau das fehlt heute vielen: innere Richtung, die das Außen stabilisiert. Vom Beschäftigtsein zum Bewirken. Vom Denken zum Tun. Vom Reagieren zum Gestalten.

Die entscheidende Frage lautet daher:

Bist du wirklich auf dem Weg oder nur ständig unterwegs? ♦



Die Architektur eines Images

AUSZUG AUS DEM BUCH »PETER THIEL – WIE DER PATE DES SILICON VALLEY DIE WELT BEHERRSCHT« VON MAX CHAFKIN

Der East Room des Weißen Hauses war rappellvoll, als George W. Bush eintrat – im dunklen Anzug mit babyblauer Krawatte und seinem charakteristischen Lächeln. Thiel hatte einen halben Tag auf diesen Augenblick gewartet – als einer von rund zweihundert Tech-Managern, die ins Weiße Haus geladen worden waren, um den neuen Präsidenten zu treffen. Bush, ein Harvard-MBA-Absolvent, der sich auch noch als Geschäftsmann gerierte, als er bereits Gouverneur von Texas war, hatte das Silicon Valley während und nach seinem Wahlkampf aggressiv umworben und sich dabei

auf Floyd Kvamme, Risikokapitalgeber bei Kleiner Perkins, als technischen und wissenschaftlichen Berater gestützt. Damit war er von der Tradition abgewichen, denn anders als frühere Vorsitzende des präsidialen Wissenschafts- und Technikbeirats war Kvamme kein Wissenschaftler.

Bush kam gleich zu Anfang auf die Dot-com-Blase zu sprechen und merkte an, »diese Regierung hat großes Vertrauen in die Zukunft unserer Technologiebranche«, obwohl »der Aktienmarkt derzeit eine etwas andere Botschaft vermittelt«. In der Rede, die er gerade mal zwei Monate nach seiner Amtseinführung im März 2001 hielt,

versprach Bush, verstärkt fossile Brennstoffe zu fördern, die Körperschaftssteuern zu senken und sich für den uneingeschränkten freien Handel einzusetzen. Für den Fall, dass die Konjunktur weiter schwächeln sollte, gab er zu bedenken: »Die protektionistische Stimmung könnte in ganz Amerika hochkochen.« Der Präsident und Geschäftsmann versicherte dagegenzuhalten. »Wir sollten nicht versuchen, Mauern um unser Land zu bauen oder andere dazu zu ermutigen«, sagte er auf kleiner Bühne. »Vielmehr sollten wir Mauern niederreißen.«

Damals interessierte sich nur eine Handvoll prominenter Leitfiguren aus dem Silicon Valley für Politik, doch die meisten von ihnen hatten sich Bushs Gegenkandidaten Al Gore und dessen gemäßigter technokratischer Vision von demokratischer Parteipolitik angeschlossen. Das übrige Silicon Valley bekannte sich in aller Regel zu einer Ausprägung des Libertarismus, der zumindest öffentlich absolut unpolitisch war. Dabei handelte es sich um den Techno-Futurismus der Zeitschrift Wired – einer Verschmelzung aus der persönlichen Freiheit à la Haight-Ashbury der Summer-of-Love-Ära und der Geh-mir-nicht-auf-die-Nerven-Einstellung, durch die sich die kalifornische Politik seit David Starr Jordan, dem ersten Präsidenten von Stanford, auszeichnete.

Thiel war seinerzeit eine Ausnahme, sowohl in seinem neuerlichen politischen Eifer als auch in seiner Distanzierung von vagen »Atari-Demokraten« wie Gore. Er hatte sich in neokonservative Theorien vertieft, den konservativen Philosophen (und Nazi-Rechtsgelehrten) Carl Schmitt gelesen, dem mitunter zugeschrieben wird, Inspiration für den Ausbau der Exekutive unter George W. Bush gewesen zu sein, und Leo Strauss, den Politikwissenschaftsprofessor der deutsch-jüdischen University of Chicago, der behauptet hatte, mit der Übernahme liberaler Werte habe der Westen seine Orientierung verloren. ▶

»Wir sollten nicht versuchen, Mauern um unser Land zu bauen oder andere dazu zu ermutigen. Vielmehr sollten wir Mauern niederreißen.«

– **George W. Bush**



Silicon Valley, Kalifornien



Bilder: DepoPhotos / spwk, IMAGO / UPI Photo



Die PayPal-Zentrale im Silicon Valley

Thiel hatte sich über die Einladung zu Bushs Veranstaltung gefreut – wenn gleich diese eher einem Fototermin glich. Im Jahr darauf beherrschte ihn die Aussicht auf einen Präventivschlag gegen den Irak, auf den Bush drängte und den Thiel nach eigener Aussage gegenüber Beschäftigten favorisierte. Das kam den libertären PayPal-Leuten sehr spanisch vor. Sie konnten nicht verstehen, warum ihr ideologischer Weggefährte für die militärische Expansion eintrat. »Das war schon komisch. Wir dachten: ›Was in aller Welt meinst du damit, Peter? Damit redest du doch dem Big Government nach dem Mund«, berichtete eine Quelle.

Das war einer von vielen ideologischen Kompromissen, die Thiel ab 2002 einging, weil sie den verschiedenen Projekten entgegenkamen, die er zeitgleich verfolgte. Seine Initiativen standen zwar in Zusammenhang, unterschieden sich aber und erforderten jeweils unterschiedliche Überzeugungen, was von ihm verlangte, je nach dem Publikum, vor dem er gerade stand, ein leicht verändertes Image zu projizieren. Es handelte sich dabei um ein finanzielles Projekt, das zum Ziel hatte, Thiels Vermögen zu vergrößern, und das von ihm erforderte, gelegentlich die Geschmäcker und Sitten eines Wall-Street-Moguls an den Tag zu legen, um ein Tech-Projekt, bei dem es darum ging, ihn nach dem Platzen der Dotcom-Blase als

Machtfaktor im Silicon Valley zu etablieren, und um ein politisches Projekt, mit dem er sich durch sein Geld und seine Glaubwürdigkeit als Techunternehmer als konservativen Vordenker aufbauen und wachsenden Einfluss in Washington erlangen wollte. Diese drei Vorhaben erzeugten oft ein Spannungsfeld – in seiner Identität als Hedgefondsmanager wandte er sich vom Silicon Valley ab, stattete sich mit den Insignien des Wohlstands aus, kaufte repräsentative Häuser, schicke Autos und tat geschäftlich seiner Eitelkeit genüge. Dennoch hingen sie zusammen, denn sie alle beinhalteten auf die eine oder andere Weise die Erhebung von Thiels Nonkonformismus zur bewunderungswürdigen Tugend in eigener Sache.

Die Wall Street hatte das Silicon Valley nach dem Dotcom-Crash unter Beschuss genommen. Es wurde damit gerechnet, dass 80 Prozent der in den Vorjahren gegründeten Unternehmen pleitegehen würden. Der Goldrausch, der MBAs und andere nach Westen gezogen hatte, um mit dem Internet reich zu werden, schien vorüber. Selbst etablierte Techunternehmen wie Oracle hatten zu kämpfen. Und dennoch, als sich herauskristallisierte, dass PayPal zu den glücklichen Überlebenden zählte, eignete sich Thiel die Studentenverbindungsästhetik der Wall Street an. Als das Unternehmen im Februar 2002 an die Börse gegangen war, hatte Thiel das so gefeiert,

»Das Leben hier in Palo Alto ist schön. Wir konnten vieles besser machen als ihr. Kommt doch mal zu Besuch und lernt etwas. Ich glaube, ihr werdet feststellen, dass es ein besserer Ort ist als die Erde.«

– Peter Thiel

wie es einem echten Nerd anstand: mit Simultanschach auf dem Unternehmensparkplatz. Noch im selben Sommer sollte er Gastgeber einer Offsite-Veranstaltung des Unternehmens auf einem Weingut in den Santa Cruz Mountains sein, auf der die Führungsriege – Thiel eingeschlossen – Fat Suits überzog, in den Ring stieg und sich unter dem Jubel der Kollegen als Sumoringer versuchte.

Im Jahr zuvor hatte er im Interview mit Wired den Tech-Maverick gegeben und versprochen, sich die Haare blau zu färben, wenn PayPal schwarze Zahlen schrieb. (Dazu kam es nie.) »Hedging ist eigentlich nicht Peter Thiels Sache«, hatte das Blatt einen Mann beifällig kommentiert, der im Begriff war, einen Hedgefonds im eigentlichen Sinn des Wortes zu gründen. Wired war auf Thiel aufmerksam geworden, als der damalige CEO von PayPal leger in ausgebleichten Levi's und mit weitem T-Shirt die meiste Zeit über in Palo Alto herumhing, wo er ein bescheidenes Einzimmerapartment bewohnte. Inzwischen hatte Thiel einen Schrank voller Anzüge und einen silbernen Ferrari Spider 360. »Ein roter wäre zu viel des Guten gewesen«, erklärte er 2005 gegenüber dem New York Times Magazine.

Auf der PayPal-Klausurtagung brachte Thiel die vernichtende Schlagzeile zur Sprache, die im Vorjahr als Reaktion auf seinen Antrag auf Börsenzulassung erschienen war: »Erde an Palo Alto«. Er drehte den Spieß um. »Ich würde gern eine Botschaft aus Palo Alto an den Planeten Erde richten«, erklärte Thiel laut The PayPal Wars. »Das Leben hier in Palo Alto ist schön. Wir konnten vieles besser machen als ihr. Kommt doch mal zu Besuch und lernt etwas. Ich glaube, ihr werdet feststellen, dass es ein besserer Ort ist als die Erde.«

Nicht lange nach diesen Äußerungen zog Thiel nach San Francisco, wo er sich eine Vierzimmerwohnung im Four Seasons kaufte und Clarium Capital gründete. Die Wohnung sollte Thiel später gegen ein 900-Quadratmeter-Anwesen im Marina-Stil mit Blick auf den Palace of Fine Arts tauschen – ein Beaux-Arts-Denkmal der Weltausstellung von 1916. Von dort sah er auch die Golden Gate Bridge aus dem Nebel ragen. Die Lage, am Rand des in einen Park verwandelten Forts von San Francisco, Presidio, vermittelte, wie Thiel anderen gelegentlich ins Gedächtnis rief, einen gewissen Pionierzeitgeist – passenderweise, da San Francisco im Nachgang zum Dotcom-Crash wieder zum Pionierland geworden war.

Er stattete das Haus mit zeitgenössischer Kunst und modernistischem Mobiliar

aus – Parzinger-Sessel, Niedermaier-Speise-Ensemble – und renovierte es, um ein Sitzungszimmer, ein Wohnzimmer für Gastredner, einen auf Buffets eingerichteten Speisesaal und eine »Day-to-Night-Lounge« auf dem Dach für Partys einzubauen. Was allerdings fehlte, wie Besuchern auffiel, war die persönliche Note. Es gab keine Andenken, keine Zeitschriften, keine Familienfotos. »Thiels Wohnsitze wirken wie eine Kulisse.

Schwer zu sagen, ob da wirklich jemand lebt«, so ein Besucher über das Presidio-Anwesen und eine große Wohnung, die sich Thiel in New York gekauft hatte. Fast alles, was Thiel besaß, wurde für ihn von einem jungen Assistenten ausgewählt: Andrew McCormack, einer von einem halben Dutzend ehemaliger PayPal-Leute, die eBay unmittelbar verließen, um für Thiel zu arbeiten. »Andrew half ihm, seine Möbel auszusuchen, und wählte die Farbe für seinen Ferrari«, erzählte Scott Kester, ein New Yorker Restaurant-Designer, den Thiel mit der Gestaltung einer weiteren Immobilie beauftragt hatte: ein Nachtclub im Lounge-Stil namens »Frisson«, den Thiel nutzen würde, um seine neue Identität zu projizieren.

Als McCormack Kester wegen des »Frisson«-Auftrags ansprach, erzählte er viel über »Lotus«, einen Nachtclub im New Yorker Meatpacking District, der für seine gemischten Toiletten berühmt war und den er als ideal für späte Verabredungen bezeichnete. McCormack bat Kester, für Thiel in San Francisco etwas Ähnliches zu bauen. Die ganze Geschichte kam dem Designer zu surreal vor, sodass er McCormack erklärte, er werde die Lounge nur gestalten, wenn Thiel ihm in San Francisco eine Wohnung und eine fabrikneue Ducati zur Verfügung stellen würde. Zu seiner Überraschung sagte Thiel zu. »Der Kerl kann nicht ganz sauber sein«, dachte Kester. Für das Speisenangebot im »Frisson« heuerte Thiel Daniel Patterson an, den gefragtesten jungen Koch der Stadt. An der Ausstattung wurde nicht gespart. Es gab ein riesiges angestrahktes Wandgemälde, einen berühmten Gartenarchitekten und ein Soundsystem für 1 Million US-Dollar. »Das war unanständig viel Geld für ein Restaurant«, erinnerte sich eine Servicekraft der ersten Stunde. Als das »Frisson« 2004 eröffnete, zeigten sich die Kritiker beeindruckt und von den Auswüchsen nur leicht schockiert. »So eine klare Fusion von Design, Kunst, Beleuchtung, Klang und Innenarchitektur hat es nicht mehr gegeben, seit Ian Schrager und Philippe Starck das »Asia de Cuba« eröffneten«, schrieb einer und merkte an, Kesters Toiletten schienen »explizit für Pärchen gedacht, die auf einen Quickie aus waren«, mit Spiegeln,

»Peter Thiel – Wie der Pate des Silicon Valley die Welt beherrscht«

von **Max Chafkin**

450 Seiten

Erschienen: Oktober 2021

FinanzBuch Verlag



pikanter Kunst und attraktivem Personal. Die Entscheidung, die eindeutige Party-Location noch durch Fine Dining aufzupumpen, war für das »Frisson« unternehmerisch verhängnisvoll, erfüllte aber ihren Zweck. Mehrere Jahre lang fanden sich dort regelmäßig Prominente wie Lars Ulrich, Robert Redford und Kevin Spacey sowie der eine oder andere Tech-Millionär ein, und für Thiel war es der Treffpunkt schlechthin. Wollte er jemanden überreden, einen Job bei einem seiner

anderen Projekte anzunehmen, lud er ihn ins »Frisson« ein, bestellte ein alkoholfreies Getränk und ließ eine kleine Auswahl von Pattersons kleinen Köstlichkeiten auffahren. Dann zückte er sein Scheckbuch und stellte theatralisch einen Scheck aus. »Sie kriegen den Scheck jetzt gleich«, sagte er zu einem frischgebackenen Hochschulabsolventen. »Denken Sie über das Angebot nach«, meinte Thiel dann, »das Geld können Sie so oder so behalten. Das hier ist eine Chance ohne Risiken.« ♦

»Denken Sie über das Angebot nach«, meinte Thiel dann, »das Geld können Sie so oder so behalten. Das hier ist eine Chance ohne Risiken.«

– Peter Thiel



Peter Thiel in seinem Office in San Francisco, 2014.

DOKU / REPORTAGE



Amazon Prime

Staffel 1: Wissen

Wie funktioniert unsere Wirtschaft? Von der Erfindung des Fließbands bis zu den modernen Tech-Giganten. In fünf Folgen geht es um Effizienz, Gold als Währung, Krisenmanager, neue Vertriebswege und seltene Rohstoffe. Ein Blick auf die wichtigsten Bausteine der modernen Wirtschaft.



Amazon Prime

Staffel 4: BERATER – Leben auf der Überholspur

Die Serie begleitet echte Berater in ihrer Berufs- und Lebenswirklichkeit. Alle Branchen sind vertreten: Immobilien, Finanzen, Marketing, Automobil, Fitness. Unterhaltung auf hohem Niveau, Spannung und Lernmomente zeichnen dieses Format aus.



Amazon Prime

Staffel 1: Deutschland, deine Unternehmer

Die Serie zeigt Gründer, die mit ihren Unternehmen den Alltag vieler Menschen beeinflussen haben. Die Serie gibt spannende Einblicke in die Anfänge und in die Unternehmerpersönlichkeiten der Protagonisten.

TALK



Do, 02.10.

Experte: Kein Verlass auf Lebensversicherungen

Sven Enger, der Geschäftsführer von auxinum, ist zu Gast in *wirtschaft tv Talk*. Im Gespräch mit Chefanchor Sascha Oliver Martin erklärt er, warum Kapitallebensversicherungen für viele Versicherte zur renditeschwachen Kostenfalle werden – trotz ...

NEWS



Fr, 10.10.

Goldpreis erstmals über 4.000 Dollar

Gold hat im Zuge seiner seit Monaten anhaltenden Rekordrally die nächste markante Marke geknackt. Jetzt überschreitet die Unze (etwa 31,1 Gramm) des Edelmetalls erstmals den Preis von mehr als 4.000 US-Dollar. Im frühen Handel am Mittwoch kletterte der Goldpreis bis auf über 4.050 Dollar und ...



Di, 14.10.

Deutsche Industrieproduktion bricht ein

Die Lage der Industriebetriebe in Deutschland bleibt schwierig. Im August ist die Produktion wegen eines Einbruchs in der Automobilindustrie deutlich stärker als erwartet gesunken. In den Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes ging die Fertigung im Monatsvergleich um 4,3 Prozent zurück, meldete das Statistische Bundesamt ...

Mi, 15.10.

Eine Million Wohnungen stehen leer

In Deutschland stehen rund eine Million Wohnungen leer, so viele wie nie zuvor. Der Leerstand zeigt sich vor allem in ländlichen Regionen und strukturschwachen Gebieten, während in den Städten ein erheblicher Mangel an bezahlbarem Wohnraum herrscht. Etwa die Hälfte der leerstehenden Wohnungen ist seit mehr als einem Jahr ...



Mo, 29.09.

Herrmann (CDU): Klimaschutz nicht über alles stellen

Julian Herrmann, CDU-Abgeordneter in der Hamburgischen Bürgerschaft und Fachsprecher für Start-ups und Innovation, ist zu Gast im *wirtschaft tv Talk*. Im Gespräch mit Chefanchor Sascha Oliver Martin ordnet der Politiker zwei bevorstehende ...

NEWS



Mo, 13.10.

Trump ändert Zollpläne für Lastwagen

Die von US-Präsident Donald Trump angepeilten Zölle auf schwere Lastwagen sollen erweitert und erst zu einem späteren Zeitpunkt erhoben werden. Ab dem 1. November 2025 sollen alle in die USA eingeführten mittelschweren und schweren Lastwagen mit einem Aufschlag von ...

Mo, 13.10.

Institut: Wohnungsmangel wird noch größer

In Westdeutschland fehlen nach Schätzung des Pestel-Instituts mittlerweile 1,2 Millionen Wohnungen. Der Wohnungsmangel hemmt laut der neuen Studie des in Hannover ansässigen Forschungs- und Beratungsinstituts mittlerweile die wirtschaftliche ...

BÖRSE



Fr, 26.09.

Google will fünf Milliarden Pfund in Großbritannien investieren

Google hat vor, in den Bau eines neuen Rechenzentrums in der Nähe von London zu investieren. Einer der Gründe für die rund fünf Milliarden Pfund schwere Investition ist die wachsende Nachfrage nach KI-Diensten wie Google Cloud ...

Mo, 29.09.

Jindal Steel will Thyssenkrupps Stahlsparte übernehmen

Der indische Konzern Jindal Steel will nun auch in Deutschland investieren: Den Anfang sollen Thyssenkrupp und seine Stahlsparte machen. Was das für das deutsche Unternehmen bedeutet und welche Auswirkungen allein die Ankündigung ...

Nichts mehr verpassen!

Die aktuellsten Videos zu den Themen Wirtschaft, Unternehmen, Börse, Erfolg und Lifestyle jetzt wöchentlich als Übersicht.

Hier geht es zur Website:



Besuche uns auch auf unseren Social-Media-Kanälen



Moment
Mal!



Erfolg
150 Jahre
Schiesser:
Tradition mit
Innovationsgeist

Das 150-jährige Jubiläum der Schiesser GmbH ist weit mehr als ein nostalgischer Blick zurück. Es markiert den selbstbewussten Schritt in die Zukunft einer Marke, die gelernt hat, Wandel nicht nur zuzulassen, sondern aktiv zu gestalten. Vom Feinripp der Gründerzeit zur Lifestyle-Marke des digitalen Zeitalters – Schiesser demonstriert, dass Tradition und Wachstum keine Gegensätze sein müssen.

Wandel als Markenkern

Schiesser hat über die Jahrzehnte hinweg tiefgreifende Transformationen gemeistert: vom Übergang von Handarbeit zu industrieller Fertigung im 19. Jahrhundert über die Anpassung an Massenmärkte im 20. Jahrhundert bis hin zum Marken-Relaunch in der Gegenwart. Neue Materialien, moderne Schnitte und »smart textiles« sind heute ebenso Teil der Marke wie die bewusste Öffnung zu Lifestyle- und Premiumsegmenten.

Dabei stand immer fest, dass das Markenbild regelmäßig zu erneuern ist, ohne ...

Mehr von diesem Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Bild: IMAGO / Befinfoto



Beim nächsten Gespräch läuft alles besser

von Jefferson Fisher
288 Seiten, erschienen: Mai 2025
Goldmann Verlag, ISBN: 978-3-442-18037-0

Jefferson Fisher zeigt uns, wie wir für uns einstehen und die Beziehungen zu unseren Mitmenschen dennoch nicht gefährden. Als Rechtsanwalt ist er Experte für selbstbewusste, unmissverständliche, aber respektvolle Kommunikation und hat drei Strategien entwickelt, die sich in ihrer Einfachheit auf jede Lebenslage übertragen lassen.

Die 5 Dysfunktionen eines Teams

von Patrick Lencioni
192 Seiten, erschienen: Dezember 2024
Wiley-VCH, ISBN: 978-3-527-51223-2

Patrick Lencioni begibt sich in die faszinierende und komplexe Welt von Teams. In seiner Leadership-Fabel folgt der Leser der Geschichte von Kathryn Petersen, die sich mit der ultimativen Führungskrise konfrontiert sieht: die Einigung eines Teams, das sich in einer solchen Unordnung befindet, dass es das Überleben des Unternehmens gefährdet.



Die angstfreie Organisation

von Amy C. Edmondson
217 Seiten, erschienen: Februar 2020
Vahlen, ISBN: 978-3-800-66067-4



Basierend auf Amy Edmondsons 20-jähriger Forschung hilft dieses Buch dabei, die menschliche Seite der Innovationsgleichung anzugehen, um Arbeitsplätze zu schaffen, die sicher, angstfrei und befähigend sind, um ungezügelten Ideenstrom zu ermöglichen. Es bietet einen schrittweisen Rahmen für die Etablierung psychologischer Sicherheit.

Erfahrung beschleunigen

von Paul M. Achleitner
296 Seiten, erschienen: März 2025
Campus Verlag, ISBN: 978-3-593-52087-2

Paul M. Achleitner, ehemals Goldman Partner, Allianz Finanzvorstand und Aufsichtsratsvorsitzender der Deutschen Bank, heute Investor und Start-up-Gründer, bündelt die Erfahrungen seiner internationalen Karriere in über sechzig prägnanten Management-Grundsätzen. Ein Buch zur rechten Zeit – und für die richtige Generation.



Think Big Grow Smart

von Timo Abid und Christoph Maier
288 Seiten, erschienen: Juni 2025
StudyHelp Verlag, ISBN: 978-3-987-55086-7



Schonungslos ehrlich berichten Timo Abid und Christoph Maier mit erfrischender Offenheit von ihren größten Fehlern und den wertvollen Lektionen, die sie daraus gezogen haben. Sie teilen offen, was sie sich gewünscht hätten, schon viel früher gewusst zu haben, und bieten Erkenntnisse, die sich nicht einfach im Internet googeln lassen.

W *wirtschaft* tv original

LEBEN AUF DER ÜBERHOLSPUR

BERATER

STAFFEL 4

Die Reality
Serie

Jetzt
streamen



Verfügbar auf

Amazon
Prime Video

Apple TV
iTunes

EINE PRODUKTION VON WIRTSCHAFT TV

PRODUZENT JULIEN BACKHAUS, REGIE NIKOLAOS ILIADIS, CARLOS NUÑEZ, KAMERA NIKOLAOS ILIADIS, CARLOS NUÑEZ,
MATHIAS BINDER, POSTPRODUKTION NIKOLAOS ILIADIS, SPRECHERIN MAJA BYHAHN, MUSIK ENVATO UND ARTLIST,
LIZENZEN STEVEN PRIESS, KOORDINATION MICHAEL KERASIDIS, FOOTAGE SHUTTERSTOCK, FATIH KOCAK