

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich,

Ausgabe 12

REICHTUM
VERPFLICHTET

MARC GALAL
FOUNDERS
DESK

DIE TOP 10
SEO-TIPPS

VERANTWORTUNG
ÜBERNEHMEN

UNTERNEHMERTUM
IST NICHTS
FÜR FEIGLINGE

GARY VEE
SOCIAL MEDIA IST
DIE ZUKUNFT

DIE TOP 10 SEO-TIPPS
FÜR EIN HÖHERES RANKING
PHIL POOSCH



4 190872 505003

JULIEN
BACKHAUS

EGO

GEWINNER SIND
GUTE EGOISTEN

FBV



Jetzt im Handel!

Julien Backhaus
Verleger und
Herausgeber



Bild: Oliver Reetz

Editorial

Unternehmertum in Krisenzeiten

Selten, dass die Herausforderungen für Unternehmer so hoch waren, wie derzeit in der sogenannten Corona-Krise. Ob all die Maßnahmen der Politik nun gerechtfertigt scheinen oder nicht, es belastet die Wirtschaft massiv und wird allem Anschein nach zu einer der größten Wirtschaftskrisen der Geschichte führen. Experten schlagen schon jetzt Alarm, dass die Regierungen das Crash-Potenzial bei weitem unterschätzen. Ausbaden müssen es letztlich die Unternehmer mit ihren Angestellten. Darum scheint es nun wichtiger denn je, sich in die eigenen Karten zu schauen und Wege zu finden, das Abwärtsrisiko zu minimieren. Besonders wichtig scheinen zwei Schritte: Digitalisierung und dauerhaft Kunden ans Unternehmen zu binden. Und beide Schritte lassen sich insbesondere in einem Modell vereinen: Dem Plattformgeschäft. Viele Jahre schon

schreitet die Entwicklung der Ubers, AirBnBs und Facebooks voran. Plattformen ohne eigene Inhalte bzw. Produkte. Die Produkte und Inhalte stammen von Anbietern, die die Plattform nutzen, um Geschäft zu generieren. Der Betreiber erhält seine Provision, um vermietet den Traffic wie im Falle von Facebook an Werbetreibende. Social Media wird einen großen Anteil in dieser Entwicklung einnehmen. Grund genug, den Social Media Guru Gary Vaynerchuk zu Wort kommen zu lassen.

Viel Vergnügen wünscht
Julien Backhaus
Verleger

Impressum

Founders Magazin

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

E-Mail: verwaltung@backhausverlag.de
Redaktion: Martina Schäfer/Philipp Rohde
Layout und Gestaltung: Svenja Freytag

Onlineredaktion
verwaltung@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

Julien D. Backhaus
Waffensener Dorfstr. 54,
27356 Rotenburg/Wümme

Anschrift:

Zum Flugplatz 44,
27356 Rotenburg/Wümme
Telefon (0 42 68) 9 53 04 91
E-Mail info@backhausverlag.de
Internet: www.backhausverlag.de

Alle Rechte vorbehalten

Autoren (Verantwortliche i.S.d.P)
Die Autoren der Artikel und Kommentare im Founders Magazin sind im Sinne des Presserechts selbst verantwortlich. Die Meinung des Autors 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.

INHALT

NR. 12

ERFOLG

6 Mama, Papa, ich will YouTuber werden

Buchauszug aus Gary Vaynerchuks „Crushing it!“

10 Die Top 10 SEO-Tipps für ein höheres Ranking

Phil Poesch

Mach dein Bett!

Buchauszug aus William H. McRavens „Mach dein Bett“

Seite 20

WISSEN

16 Verantwortung übernehmen

GRUNDL Leadership Index

LEBEN

20 Mach dein Bett

Buchauszug aus William H. McRavens „Mach dein Bett“



»Webseitenbetreiber vergessen beim Schreiben einfach, dass Google existiert. Und erstellen stattdessen Inhalte, die anderen helfen. Dies nennt sich auch SEO-Copywriting.«

Phil Poesch

Seite 10

gilt seit über 10 Jahren als SEO-Experte im digitalen Markt und berät und begleitet mittelständische und Großunternehmen im Bereich des digitalen Vertriebs und Verkaufs. Mit seinem Team sorgt er im Bereich der Suchmaschinenoptimierung nachweisbar für mehr Besucher (Traffic), Anfragen & Umsatz.



Bilder: Depositphotos/zabelin, imago images/ZUMA Press, privat, Paul Hofmann

STORY

24 Reichtum verpflichtet

Philipp J. Müller

Elon Musk

Seite 14

ist bekannt dafür, enorme Risiken einzugehen und hat mit seinem Unternehmen SpaceX bewiesen, dass er kein Feigling ist – er hat sich das getraut, was alle für unmöglich hielten.



EINSTELLUNG

14 Unternehmertum ist nichts für Feiglinge

Martin Limbeck

18 Evolution statt Revolution

Dr. Anke Nienkerke-Springer

BUCHTIPPS

Alle Seite 27

EGO – Gewinner sind gute Egoisten

Julien D. Backhaus

2062

Toby Walsh

Mein Freund, der Kunde

Jürgen Frey

Sink, Float or Swim

Jogi Rippel und Scott Peltin

The One Thing

Gary Keller und Jay Papasan

Am Gewinn ist noch keine Firma kaputtgegangen

Hermann Simon

FOUNDERS DESK

26 Marc Galal

Der Life- & Businessmentor





Mama, Papa, ich will **YouTuber** werden

Gary Vaynerchuk erklärt die Social Media-Welt und wie man darin glücklich wird.

Meine achtjährige Tochter Misha will YouTuberin werden, wenn sie groß ist. Das wird Sie wahrscheinlich nicht überraschen – viele Kinder finden irgendwann heraus, was ihre Eltern machen, und entschließen sich, dasselbe zu tun (abgesehen davon, dass sie gern auch zur Feuerwehr gehen oder Tierpfleger werden würden). Meine Tochter sieht, wie ich Online-Plattformen nutze, um mit an-

»Für jemanden wie mich, der dazu neigt, übertriebene Behauptungen aufzustellen, entbehrt es nicht einer gewissen Ironie, dass meine beste Voraussage vielleicht sogar das größte Understatement meines Lebens war.«

deren Leuten ins Gespräch zu kommen und Unternehmen aufzubauen, und sie weiß, wie viel Spaß mir das macht. Natürlich will sie es mir nachtun.

Überraschender ist vielleicht die Tatsache, dass viele andere Schulkinder auf die Frage, was sie später machen wollen, ebenfalls antworten, dass sie YouTuber werden wollen.

Personal Branding ist vielleicht noch kein Hauptthema in der Berufsberatung der Grundschule, aber die Kinder wissen heutzutage, dass das Veröffentlichen von Videos auf YouTube, das Posten auf Instagram, das Tweeten von 280 Buchstaben und das Snappen auf Snapchat durchaus die Grundlage für eine berufliche Karriere bilden, ja, sogar zu Ruhm und Wohlstand verhelfen können. Sie träumen davon,

einen populären Online-Auftritt zu kreieren in ähnlicher Weise, wie die Kinder früher davon träumten, Hollywood-Stars zu werden. Wenn die Eltern nicht selbst Unternehmer sind oder sich besonders gut auskennen, werden die meisten leider auf dieses Karriereziel mit einem „Hä?“ reagieren, oder schlimmer noch mit engstirnigem Zynismus: „Das ist doch kein richtiger Beruf!“ Selbst die wenigen, die verständnislos lächeln und gnädigerweise sagen „Großartig, Schatz! Dann mach mal!“, werden insgeheim wahrscheinlich den Kopf schütteln angesichts der süßen Naivität der Jugend. Das ist so frustrierend für mich.

Ganz offensichtlich nerven die ersten Antworten in jeder Hinsicht, aber alle Reaktionen zeigen einen absoluten Mangel an Verständnis für die Welt, in der wir leben. Es ist eine Welt, in der ein elfjähriges Kind und sein Vater Millionäre werden können, indem sie einen YouTube-Kanal einrichten, wo sie Online-Videos von sich teilen können, in denen sie Dinge entzweischneiden.



Ich wusste, dass die Dinge sich so entwickeln würden. Für jemanden wie mich, der dazu neigt, übertriebene Behauptungen aufzustellen, entbehrt es nicht einer gewissen Ironie, dass meine beste Voraussage vielleicht sogar das größte Understatement meines Lebens war.

Meine Geschichte wird nun deutlich weniger ungewöhnlich. Ich erzählte sie, als Misha gerade geboren war, in der Einleitung zu meinem ersten Wirtschaftsbuch Hau rein! Und zwar erzählte ich, wie ich das Internet zur Entwicklung einer persönlichen Marke genutzt und

Dieser Text ist ein Auszug aus **Gary Vaynerchuks**
**„Crushing It! Großartige Strategien für mehr Umsatz
und mehr Einfluss in sozialen Medien“**

ISBN 978-3-86470-602-8
Books4Success



»Und ich bin glücklicher als jemals zuvor. Und mein Fall ist alles andere als ungewöhnlich. Heute gibt es Millionen von Menschen wie mich, die mithilfe des Internets persönliche Marken, florierende Unternehmen und ein selbstbestimmtes Leben aufbauen.«



mein 4-Millionen-Dollar-Unternehmen, Shopper's Discount Liquors, zu einem 60-Millionen-Dollar-Unternehmen vergrößert hatte. Meine Strategie war einfach und unerhört für die damalige Zeit: Ich sprach direkt mit potenziellen Kunden über ein ganz schlichtes Video-Blog und entwickelte Beziehungen mit ihnen auf Twitter und Facebook. Dabei entwickelte ich eine direkte Eins-zu-Eins-Beziehung, die es früher nur zwischen Verkäufern und Kunden in den eng miteinander verbundenen kleinen Gemeinden und Nachbarschaften des letzten Jahrhunderts gab. Als ich 2009 das Buch schrieb, hatte ich mich von meiner ersten Leidenschaft Wein und Vertrieb auf eine umfassendere verlegt: Den Aufbau von Unternehmen. Ich reiste überall in der Welt herum und verkündete jedem, der es hören wollte, die Botschaft, dass die Platt-

formen, die von den meisten Unternehmen und Geschäftsführern immer noch als sinnlose Zeitverschwendung betrachtet wurden Facebook, Twitter und YouTube tatsächlich die Zukunft aller Unternehmen waren. Heute erscheint das unglaublich, aber die digitale Revolution war damals noch so neu, dass ich die Plattformen tatsächlich erklären musste. Damals musste ich viel Zeit dafür aufwenden, zu erklären, dass Facebook eine Website war, auf der man nicht nur Artikel und Fotos, sondern auch seine Gefühle und Gedanken teilen konnte. Und dass Twitter so etwas Ähnliches war mit dem Unterschied, dass es grundsätzlich öffentlich und damals auf 140 Buchstaben beschränkt war. Personal Branding? Niemand hatte den geringsten Schimmer, wovon ich redete. Heute ist es kaum zu glauben, aber vor noch nicht einmal zehn Jahren galt die Vorstellung als weit hergeholt, dass nicht nur einige wenige ausgewählte Menschen mithilfe der sozialen Medien realistisch ein Unternehmen aufbauen konnten.

Ich betreibe nun ein riesiges Unternehmen für digitale Medien mit Niederlassungen in New York, Los Angeles, Chattanooga und London. Ich gehe immer noch auf Menschen zu auf Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat und auf jeder anderen Plattform, die öffentliches Interesse findet. Immer noch werde ich eingeladen, Vorträge in der ganzen Welt zu halten; aber ich erreiche auch Millionen von Menschen über mein Unternehmen Q & A YouTube-Show, #Ask GaryVee; meine tägliche Videodokumentation DailyVee; über meine Rolle in Planet of the Apps eine Apple-Reality-TV-Show über die App-Entwicklung sowie durch Bücher wie dasjenige, das Sie in

den Händen halten. Ich arbeite mehr als jemals zuvor. Ich habe größeren Einfluss als jemals zuvor.

Und ich bin glücklicher als jemals zuvor. Und mein Fall ist alles andere als ungewöhnlich. Heute gibt es Millionen von Menschen wie mich, die mithilfe des Internets persönliche Marken, florierende Unternehmen und ein selbstbestimmtes Leben aufbauen. Diejenigen, die wirklich einen Volltreffer landen, haben es geschafft, sich erfolgreich in der Welt der Erwachsenen zu behaupten indem sie ein lukratives Geschäft aufbauen mit einer Tätigkeit, die sie gern machen, sodass sie jeden Tag ihren Neigungen folgen können. 2009 wäre es vielleicht noch darum gegangen, hausgemachte Konserven herzustellen oder auf Kundenwunsch speziell angefertigte Baumhäuser zu bauen. Heute kann es auch darum gehen, eine Mama zu sein, stylish zu sein oder eine unorthodoxe Weltsicht zu haben. Anders gesagt, Sie können Ihre persönliche Marke wer Sie sind verwenden, um Marketing für Ihr Unternehmen zu machen, oder Ihre persönliche Marke kann tatsächlich selbst das Geschäft sein. Prominente und deren Nachkommen sowie Reality-TV-Stars machen es seit Jahren so. Nun liegt es an Ihnen, zu lernen, wie Sie für etwas bezahlt werden, was Sie ohnehin kostenlos tun würden.

Wenn Sie so viel verdienen, dass Sie Ihren Lebensunterhalt davon bestreiten können, und gleichzeitig jeden Tag mit Begeisterung bei der Arbeit sind, dann haben Sie einen Volltreffer gelandet. Genau das ist es, was ich Ihnen wünsche. Ich denke an die Freunde aus meiner Kindheit, die gern Videospiele spielten, aber von ihren Eltern gezwungen wurden, mit dem Spielen aufzuhören, da die Spiele neu und unheimlich waren und sie von ihren Hausaufgaben abhielten. Diese Kinder können heute als Erwachsene wohl ihren Lebensunterhalt bestreiten, aber wahrscheinlich durch eine Tätigkeit, die ihnen verhasst ist oder die sie bestenfalls als erträglich empfinden. Wenn ihre Eltern nur erkannt hätten, wie die Welt sich entwickeln würde! Vielleicht könnte das Kind, das Rechtsanwalt oder Rechtsanwältin wurde, um es seinen Eltern recht zu machen, heute ebenso viel Geld als E-Sports-Veranstalter (sportlicher Wettkampf mithilfe von Computern) verdienen oder es könnte Millionen als professioneller E-Gamer verdienen. So oder so wäre der Anwalt oder die Anwältin sehr viel glücklicher.

DIE TOP 10 SEO-TIPPS FÜR EIN HÖHERES RANKING

Die Suchmaschinenoptimierung ist ein wichtiger Bestandteil der Strategie jeder Webseite. Google und andere Suchmaschinen wie Yahoo und Bing nehmen nicht umsonst ständig Änderungen an ihren Algorithmen vor, um eine bessere Sucherfahrung für ihre Benutzer zu erzielen. Aus diesem Grund ist es für jeden Webseitenbetreiber wichtig, über die neuesten SEO-Tricks auf dem Laufenden zu bleiben. Vorausgesetzt, sie möchten einen höheren Rang in den Suchmaschinen einnehmen.

Im folgenden Beitrag finden interessierte Leser die Top 10 der wichtigsten SEO-Tipps, um das SEO-Ranking zu verbessern und qualifizierte Leads auf die Website zu bringen.

SEO-Tipp #1: Seitenperformance verbessern

Die Geschwindigkeit der Website ist eines der am häufigsten übersehenen SEO-Faktoren. Google nutzt die Geschwindigkeit der Website seit 2010 als SEO-Ranking-Faktor. Nahezu alle Webnutzer erwarten, dass eine Internetseite in zwei Sekunden geladen wird.

Viele verlassen die Seite schnell, wenn sie nicht in drei Sekunden vollständig aufgebaut ist. Dies zeigt, dass die Websitegeschwindigkeit nicht nur für die Suchmaschinen wichtig ist, sondern auch für die Suchmaschinenbenutzer. Diese werden die möglicherweise nicht zur Website zurückkehren, wenn das Laden zu lange dauert.

Es gibt einige verschiedene Elemente, die die Ladegeschwindigkeit beeinflussen. Eine der größten Komponenten, die die Geschwindigkeit beeinträchtigen können, sind Bilder. Sobald Webseitenbetreiber ihre Bilder komprimieren, reduziert sich die Seitengröße um bis zu 40 Prozent. Dies führt zu einem wesentlichen schnelleren Laden und dem letztlichen Aufbau der Seite.

Weitere Faktoren, die die Seitenperformance beeinflussen, sind:

- **Seitenelemente:** Unnötige Elemente auf der Webseite verlängern die Ladezeit der Site.
- **Browser-Caching:** Ein aktivierter Browser-Cache ermöglicht wiederholten Besuchern schnellere Ladezeiten, indem Website-Elemente in einem Cache oder in einem temporären Speicher gespeichert werden.
- **Plug-ins:** Sobald alle unnötigen Plug-ins auf der Site deaktiviert oder entfernt wurden, verbessert sich die Ladegeschwindigkeit.



Phil Poosch erklärt, warum Suchmaschinenoptimierung so wichtig ist und hat die besten Tipps zusammengestellt

SEO-Tipp #2: Traffic- und Engagement-Metriken aufwerten

Webseitenbetreiber sollten in erste Linie für Menschen und dann für Suchmaschinen schreiben. Zahlreiche Blogger und Autoren verwenden immer noch alte SEO-Methoden wie Keyword-Stuffing.

Dabei konzentrieren sich viele Leute nicht auf die wichtigen Long-Tail-Keywords, sondern manipulieren Suchmaschinen. Das ist der falsche Weg. Webseitenbetreiber sollten stets Inhalte für ihre Leser und ihre echten Benutzer schreiben – nicht für Suchalgorithmen. Die Crawler der Suchmaschinen sind schließlich nur Skripte – sie lesen die Texte nicht wirklich.

Doch was bedeutet es, zuerst Inhalte für Benutzer und dann für Suchmaschinen zu schreiben? Webseitenbetreiber vergessen beim Schreiben einfach, dass Google existiert. Und erstellen stattdessen Inhalte, die anderen helfen. Dies nennt sich auch SEO-Copywriting. Interessanterweise schreiben Webseitenbetreiber, sobald sie ihre Benutzer in den Vordergrund stellen, automatisch nützliche Inhalte. Diese werden dann von Suchmaschinen belohnt, da Google, Bing & Co. sich auf Benutzer konzentrieren. Es gibt zahlreiche Hinweise, die darauf hindeuten, dass Google Websites mit einem starken Nutzerengagement belohnt. Wenn es um SEO geht, wird das Engagement der Nutzer häufig an der Zeit gemessen, die der Nutzer auf der Website verbringt. Je länger sich Besucher dort aufhalten, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie sich mit den angebotenen Inhalten beschäftigen.

In der Regel führt eine höhere durchschnittliche Zeit vor Ort zu einer höheren organischen Gesamtposition auf der Ergebnisseite der Google-Suchmaschine.

Zudem gibt es auch eine Korrelation zwischen der Absprungrate oder dem Prozentsatz der Besucher, die die Website ohne Interaktion verlassen. Die Absprungrate wirkt sich auf die Position einer Website in den Google-Suchrankings aus.

Mehr Zeit auf einer Website und niedrigere Absprungraten signalisieren Google, dass Nutzer sich mit den Inhalten beschäftigen, weil sie sie für wertvoll halten. Da die Suchmaschine nur die besten Suchergebnisse für ihre Benutzer bereitstellen möchte, werden diese Websites mit höherem Engagement belohnt.

Es gibt einige Möglichkeiten, wie sich Datenverkehr und Engagement verbessern lassen, um die Website-Platzierungen zu verbessern:

- **Einfach zu lesende Inhalte:** Um Nutzer länger auf der Website zu halten, müssen Inhalte leicht lesbar sein. Kurze Sätze und Absätze verbessern die Lesbarkeit. Überschriften und Aufzählungszeichen über den Text verteilt vereinfachen das Scannen der Inhalte.
- **Ansprechende Bilder:** Durch die Verwendung hochwertiger und überzeugender Bilder lässt sich der Text optisch aufbereiten und sinnvoll aufteilen.
- **Wichtigste Fakten zuerst nennen:** Um Besucher zum Weiterlesen zu bewegen, sollten die wichtigsten Informationen gleich zu Beginn der Seite genannt werden. Dies hilft Lesern festzustellen, ob sie weiterlesen möchten oder nicht.

SEO-Tipp #3: Externe Verlinkungen zu relevanten Webseiten

Links zu anderen Blogs sind für das Wachstum unerlässlich. Die meisten Leute denken, dass das Verknüpfen mit anderen relevanten und bekannten Inhaltsseiten schlecht ist, da dies dazu führt, dass Besucher die eigene Website verlassen. Links zu anderen Websites können jedoch nachweislichen Datenverkehr senden. Dadurch wird die



eigene Seite wertvoller und als verlässliche Quelle eingestuft.

Wer nichts geben will, kann auch nicht erwarten, dass andere etwas geben. Wollen Webseitenbetreiber beispielsweise Zitate von seriösen Blogs erhalten, sollten sie bereit sein, von ihrem eigenen Inhalt aus auf diese zu verlinken. Natürlich sollten sie nur auf Inhaltsseiten verlinken, die einen Mehrwert bieten. Dies ist eine bewährte SEO-Praxis.

SEO-Tipp #4: Vertrauenswürdige Links von anderen Seiten

Backlinks bleiben weitgehend das Rückgrat der Suchmaschinenrankings. Wer Follow-Links mit Dont-Follow-Links kombiniert, erhält ein natürliches Linkprofil, das von Google belohnt wird. Beim Content-Marketing geht es darum, Inhalte zu erstellen, die es wert sind, geteilt zu werden, und den Drang und die Dringlichkeit zu erzeugen, die Menschen mit der Seite verknüpfen. Wer in seiner Branche führend ist, erstellt nützliche Inhalte und lässt sich von bekannten Blogs verlinken.

Je hochwertiger und relevanter die eigenen Inhalte sind, desto mehr Menschen werden darauf verlinken wollen.

SEO-Tipp #5: Analysieren und lernen
Webseitenbetreiber nutzen die Webanalyse am besten von Anfang an. Sobald die

eigenen SEO-Ziele feststehen, benötigen sie eine Software für die effektive Überwachung. Mit Google Analytics, der Google Search Console und anderen proprietären Softwarelösungen für die Webanalyse lässt sich der Erfolg mit wenigen Klicks bewerten. Andere Tools zeigen, welche Besucher auf die eigene Website geklickt und wie sie sie verlassen haben.

Wichtig: Die Webanalyse sollte eingerichtet sein, bevor der erste Besucher auf die Webseite oder Landingpage gelangt.

SEO-Tipp #6: URLs müssen lesbar sein

Wie bereits erwähnt konzentrieren sich Suchmaschinen immer auf die Benutzer. Aus diesem Grund sollten Webseitenbetreiber nur eindeutige und aussagekräftige URLs verwenden. Wenn Benutzer die URLs nicht lesen oder verstehen können, verwirren diese URLs wahrscheinlich auch Suchmaschinen.

Selbst im Zeitalter der Suchevolution, einschließlich RankBrain, sind Suchspinnen immer noch Programme, keine Menschen. Sie müssen entsprechend behandelt werden. Jede URL sollte maximal zwei bis vier Wörter enthalten. Benutzer können sich URLs leichter merken, die suchmaschinenfreundlich und einfach einzugeben sind.

Suchmaschinen können verrückte, dynamisch generierte URLs nicht entschlüsseln und versuchen es auch nicht. Stattdessen lesen sie nur die Wörter in URLs, genauso wie sie den Inhalt der Seite lesen. Dies hilft ihnen dabei, den Content besser zu verstehen und mit dem Zielmarkt zu verbinden.

Beispiel: Angenommen, Sie möchten eine braune Ledercouch kaufen, auf welche URL würden Sie klicken?

<http://IhreDomain.de/Braunleder-Couches>

<http://IhreDomain.de/index.php?r=651f2524=t55x=?p=127>

Wohl eher auf die erste URL, oder?

SEO-Tipp #7: Individuelle Meta-Beschreibungen als optimaler Einstieg

Ein weiterer wichtiger SEO-Tipp sind

perfekt formulierte Meta-Beschreibungen. Wenn Google die Seite den Nutzern als Suchergebnis anzeigt, sehen diese die Beschreibung als Erstes.

Grundsätzlich mag Google keine doppelten Inhalte. Ja, manchmal muss auf einer anderen Seite ein Absatz oder ein Satz (und ein Verweis auf die Quelle) angegeben werden, aber wenn das Kopieren zur Norm wird, kommt es schnell zu Google-Sanktionen. In ähnlicher Weise können doppelte Beschreibungen Probleme verursachen. Auch wenn diese nicht sofort sanktioniert werden, werden sie Benutzern keine gute Erfahrung bieten.

Die Meta-Beschreibung darf niemals identisch sein. Zwischen den verschiedenen Themen besteht ein großer Unterschied und die Meta-Beschreibung sollte diese Tatsache widerspiegeln. Wer mit WordPress arbeitet, kann doppelte Beschreibungen leicht korrigieren, indem SEO-Paket oder das passende Plug-in installiert wird.

SEO-Tipp #8: Social-Media-Präsenz stärken und soziale Signale senden

Die sogenannten Social Signals spielen im Suchmaschinen-Ranking eine entscheidende Rolle. Soziale Signale können das Ranking von Suchmaschinen erheblich beeinflussen. Doch wie lassen sich soziale Signale generieren? Webseitenbetreiber erstellen einfach nützliche Inhalte, die es wert sind, geteilt zu werden. Außerdem brauchen sie die passenden Schaltflächen, über die die eigenen Beiträge geteilt und einfach angezeigt werden können. Zudem sollten sie die Menschen dazu ermutigen, ihre Beiträge zu teilen. Webseitenbetreiber können beispielsweise Wettbewerbe in sozialen Netzwerken organisieren, um noch mehr Anteil zu gewinnen.

Dies ist einer der SEO-Tricks, der eher nach Marketingberatung klingt. Social Media spielt jedoch eine wichtige Rolle in der Strategie zur Suchmaschinenoptimierung. Zunächst einmal rangieren sämtliche Social-Media-Profile in den Suchmaschinen. Tatsächlich werden für viele Unternehmen die Social-Media-Profile in den Top-Ergebnissen für Sucheinträge angezeigt. Dies bedeutet, dass Leads möglicherweise zuerst auf Social-Media-Seiten klicken, um mehr über die Webseite zu erfahren.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, wie Links zu Inhalten in sozialen Medien dazu beitragen können, den Suchrang zu verbessern. Deshalb ist es für Webseiten so wichtig,

qualitativ hochwertige Inhalte auf ihren Social-Media-Seiten zu teilen.

SEO-Tipp #9: Media-Inhalte optimieren

Bilder sind für die Suchmaschinenoptimierung unerlässlich. Google hat sogar einen separaten Bereich für Bildsuchergebnisse angegeben. Das sollte jedem Webseitenbesitzer sagen, wie wichtig das Bild für die Rankings sind. Wie suchen Benutzer, wenn sie nach einem bestimmten Foto oder einer Grafik „googeln“? Mit Schlüsselwörtern. Aus diesem Grund verwenden erfolgreiche Webseitenbetreiber die richtigen Keywords im Bildnamen und im zugehörigen Text, wie beispielsweise dem Titel. Media-Inhalte zu optimieren ist jedoch kein Freifahrtsschein für Keywordstuffing.

Auffällig ist, dass bei nahezu jeder Google-Suche mindestens ein Videoergebnis zurückgegeben wird. Dies liegt daran, dass Nutzer von Suchmaschinen lieber auf Videoinhalte zurückgreifen und Google ihnen genau diese Ergebnisse bereitstellen möchte. Durch die Erstellung optimierter Online-Videoinhalte erhöhen Webseitenbetreiber die Wahrscheinlichkeit, dass sie in den Videoergebnissen der Google-Suche angezeigt werden.

Neben dem Erstellen und Veröffentlichen von mehr Videoinhalten ist auch auf die Optimierung bei YouTube zu achten. Der Großteil der Videoergebnisse auf der Ergebnisseite der GoogleSuchmaschine stammt von YouTube. Dies sollte nicht überraschen, da YouTube mit mehr als drei Milliarden Suchanfragen pro Monat die zweitbeliebteste Suchmaschine ist.

Bei der Optimierung des YouTube-Videoinhalts für Suchmaschinen ist Folgendes zu beachten:

Ansprechender und SEO-freundlicher Videotitel: Die Keywords am Anfang des Videotitels geben klar an, um was es sich bei dem Video handelt.

Prägnante Videobeschreibung: Hier ist es ebenfalls wichtig, Keywords einzuschließen, aber auch so aussagekräftig wie möglich zu sein. So weiß sowohl Google als auch der Zuschauer, worum es im Video geht.

Ansprechende Miniaturansichten: Auch wenn Google dies bei der Einstufung der Inhalte möglicherweise nicht berücksichtigt, bestimmen Nutzer anhand der Miniaturansicht, ob sie das Video anschauen möchten oder nicht.



SEO-Tipp #10: Einzigartigkeit in Content und Programmierung

Content-Marketing spielt eine wesentliche Rolle bei der Verbesserung des Suchmaschinenrankings. Mit Inhalten können Webseitenbetreiber nicht nur auf bestimmte Keywords und Themen abzielen, nach denen die idealen Käufer suchen, sondern auch wichtige Gelegenheiten abdecken, mit den Lesern in Kontakt zu treten. So bieten sie echten Mehrwert, der sie von der Konkurrenz abhebt.

Der Schlüssel zur Erstellung ansprechender und wertvoller Inhalte liegt in der Recherche im eigenen Zielmarkt, um herauszufinden,

»Der Schlüssel zur Erstellung ansprechender und wertvoller Inhalte liegt in der Recherche im eigenen Zielmarkt, um herauszufinden, welche Themen Besucher am meisten interessieren.«

welche Themen Besucher am meisten interessieren. Die Inhalte sollten über die reine Erläuterung der Produkte oder Dienstleistungen und die Erörterung der Vorteile der eigenen Marke für die Verbraucher hinausgehen. Wer proaktiv mit den Lesern in Kontakt

treten möchte, muss Inhalte erstellen, die deren Herausforderungen und Anliegen aufzeigen.

Webseitenbetreiber benötigen originelle und hochwertige Inhalte im Langformat, wenn sie in Suchmaschinen aufsteigen möchten. Artikel mit 500 Wörtern sind natürlich ein guter Anfang, doch Leser und Suchalgorithmen wollen mehr. Mit Tonnen von Artikeln, die um dieselben Keywords konkurrieren, behandelt Google die Wortanzahl jetzt als wesentlichen Rankingfaktor.

Neben der Auswahl von Themen, die für das Publikum relevant sind, sollten Webseitenbetreiber auch auf Suchbegriffe achten. Ausführliche Keyword-Recherchen zeigen, wie Leser nach Produkten und Dienstleistungen suchen und welche Schlüsselwörter sie verwenden. Sobald die eigene Keyword-Recherche abgeschlossen ist, lassen sich Inhalte noch effektiver für Suchmaschinen optimieren.

Ein weiterer wichtiger Faktor bei Content und Programmierung ist die Aktualität der Inhalte. Suchmaschinen belohnen Websites, die regelmäßig neuen Content bereitstellen. Hier kommt der eigene Blog ins Spiel. Indem qualitativ hochwertigen Blog-Inhalt auf konsistenter Basis erstellt wird, bekommen Suchmaschinen immer neue indexierbare Seiten. Diese bieten nicht nur mehr Informationen für die Leser, sondern auch neue Aufgaben für die Suchmaschinen-Crawler.

Fazit

Um einen besseren Rang in Suchmaschinen zu erreichen und einen höheren organischen Traffic zu erzielen, müssen Webseitenbetreiber in erster Linie die Regeln der Suchmaschinenoptimierung einhalten. Mit diesen SEO-Tricks sollten sie jedoch in kürzester Zeit auf dem Weg sein, eine optimierte Website zu erstellen. Natürlich ist eine gute organische Sichtbarkeit bei Google immer mit harter Arbeit verbunden. Das erste, was Webseitenbetreiber berücksichtigen sollten, sind die Leser selbst. Schließlich gilt es in erster Linie, deren Erwartungen zu erfüllen. Phil Pooch argumentiert sogar, dass der Begriff „Suchmaschinenoptimierung“ für ihn nicht aktuell ist. Eher sollte SEO als Optimierung des Sucherlebnisses interpretiert werden. Wer also die Erwartungen der Benutzer erfüllt, dem bieten Suchmaschinen eine wertvolle Belohnung für die harte Arbeit.



Der Autor, **Phil Pooch**, ist seit über 10 Jahren im Online Marketing aktiv und sehr erfolgreich bei der Google Ranking Optimierung. Er brachte tausende Keywords auf Seite 1 des Google Rankings. Er berät und begleitet als SEO-Experte mittelständische und Großunternehmen im Bereich des digitalen Vertriebs und Verkaufs, indem er mit der Analyse und Bewertung relevanter Schlagwörter beginnt und dann die Positionierung im Suchergebnis sowie die Überzeugung der Kunden zur Kontaktaufnahme oder zum Kauf auf der Website angeht. Seine Kunden finden sich vor allem im B2B Geschäft wieder und sind oft Unternehmen mit „speziellen Produkten“.

Unternehmertum ist nichts für Feiglinge

Der Erfolg beginnt in Ihrem Kopf!, sagt **Martin Limbeck** und erklärt, warum das so ist

„Mensch, toll wie du das alles aufgezo- gen hast! Ich spiele ja auch mit dem Ge- danken, mich selbstständig zu machen ... Ich habe da eine Spitzenidee. Das wird laufen wie geschnitten Brot!“

Gespräche wie diese habe ich in den vergangenen Jahren unzählige geführt. Was aus den genialen Ideen geworden ist? In vielen Fällen überhaupt nichts. Weil Gründen eben nicht so einfach ist, wie es auf den ersten Blick aussieht. Klar ist der Gedanke verführerisch, Herr über seine eigene Zeit zu sein und an etwas zu arbeiten, dass dir wirklich Spaß macht. Der Haken an der Sache: Die Chance, dass Sie mit Ihrer Idee der Einzige sind, ist in Zeiten der Digitali- sierung drastisch gesunken. Und natür- lich ist es auch ein Sprung ins kalte Wasser: Raus aus dem Komfort der Anstellung, rein ins volle Risiko. Doch ich kann nur sagen: Es lohnt sich! Vorausgesetzt, Sie legen nicht einfach blind los, sondern prüfen Ihre Idee erst mal auf Herz und Nieren.

Ich werde häufiger gefragt, welche Tipps ich angehenden Unternehmern mit auf den Weg geben könnte. Aus eigener Erfahrung kann ich sagen, dass vor allem drei Eigen- schaften entscheidend sind: Leidenschaft, Hartnäckigkeit und Mut. Denn egal, wie großartig eine Idee auch ist – die Chance, damit über Nacht zum Millionär zu werden, ist ziemlich gering. Mit großer Sicherheit werden Sie erst mal einige Neins kassieren müssen, etwa bei der Suche nach Investoren, Geschäftspartnern und natürlich Kunden.

» **Mehr als 80 Prozent aller Neugründungen scheitern innerhalb der ersten drei Jahre. Aus meiner Sicht vor allem, weil die Gründer nicht das nötige Feuer in sich tragen. Es ist unfassbar wichtig, am Ball zu bleiben und sich von Rückschlägen nicht direkt entmutigen zu lassen.**«

Wer hier direkt den Kopf in den Sand steckt, ist weg vom Fenster. Mehr als 80 Prozent aller Neugründungen scheitern innerhalb der ersten drei Jahre.

Aus meiner Sicht vor allem, weil die Grün- der nicht das nötige Feuer in sich tragen. Es ist unfassbar wichtig, am Ball zu bleiben und sich von Rückschlägen nicht direkt entmutigen zu lassen. Das gelingt nur, wenn Sie selbst voll bei der Sache sind und an Ihr Business glauben. Nur wer wirklich für etwas brennt, kann daraus die nötige Kraft ziehen, um Herausforderun- gen zu bewältigen und das Unternehmen weiter voranzu- bringen.

Die innere Einstellung ist entschei- dend

Stichwort Begeisterung und mentale Stärke: Sind Sie in der Lage, sich selbst immer wieder neu zu motivieren? Nach einem erfolgreichen Tag ist es leicht, am nächsten Morgen aufzustehen mit einem Gefühl, die Welt erobern zu wollen. Doch wie sieht es nach einem Tag aus, der alles andere als optimal gelaufen ist? Nur wer dann trotzdem bereit ist weiterzumachen, wird am Ende erfolgreich sein. Frei nach dem Motto: aufstehen, Hose abklopfen, nochmal probieren. Um zu prüfen, wie es um Ihre innere Einstellung bestellt ist, rate ich Ihnen zur sogenannten „Bettkantenübung“. Fragen Sie sich eine Woche lang jeden Morgen, direkt nach dem Wachwerden und wenn Sie gerade auf der Bettkante sitzen: Habe ich auf das, was ich heute machen werde, noch ge- nau so viel Lust wie ges- tern? Wenn Sie sich diese Frage mehr als dreimal mit einem Nein beantwor- ten, läuft etwas



Der Autor, **Martin Limbeck**, ist als Inhaber der Limbeck® Group einer der führenden Experten zum Thema Blended Learning und Entwicklung von Lernkonzepten für Unternehmen. Außerdem ist er einer der renommiertesten Business-Speaker und Verkaufsspezialisten auf internationaler Ebene.

gehörig schief.

Was Ihnen ebenfalls klar sein muss: Mit der guten Idee allein ist es nicht getan. Hier sehe ich deutliche Parallelen zum Verkäufertum – denn genau darum geht es. Wer es als Unternehmer zu etwas bringen will, muss kontaktfreudig sein und kontinuierlich für sein Business trommeln. Ich sage nicht umsonst gerne, dass Erfolg

auf den 15 Zentimetern zwischen unseren Ohren beginnt. Nur, wenn Sie selbst uneingeschränkt an Ihr Business glauben, kann daraus auch etwas werden. Wer mit dem Gedanken „Mal schauen, was der Tag heute so bringt“ loslegt, kann sich meiner Ansicht nach auch direkt wieder hinlegen. Hören Sie auf damit, sich selbst mentale Steine in den Weg zu legen! Denn die Einstellung eines Menschen, seine in-

nere Haltung ist der entscheidende Faktor dafür, dass er überragende Erfolge jenseits des Mittelmaßes erzielt. Das gilt für jeden Menschen – völlig egal, wie alt oder in welcher Branche Sie tätig sind.

Denken Sie immer daran: Erfolg ist kein Glücksspiel, sondern das Resultat von Disziplin, Fleiß und harter Arbeit.

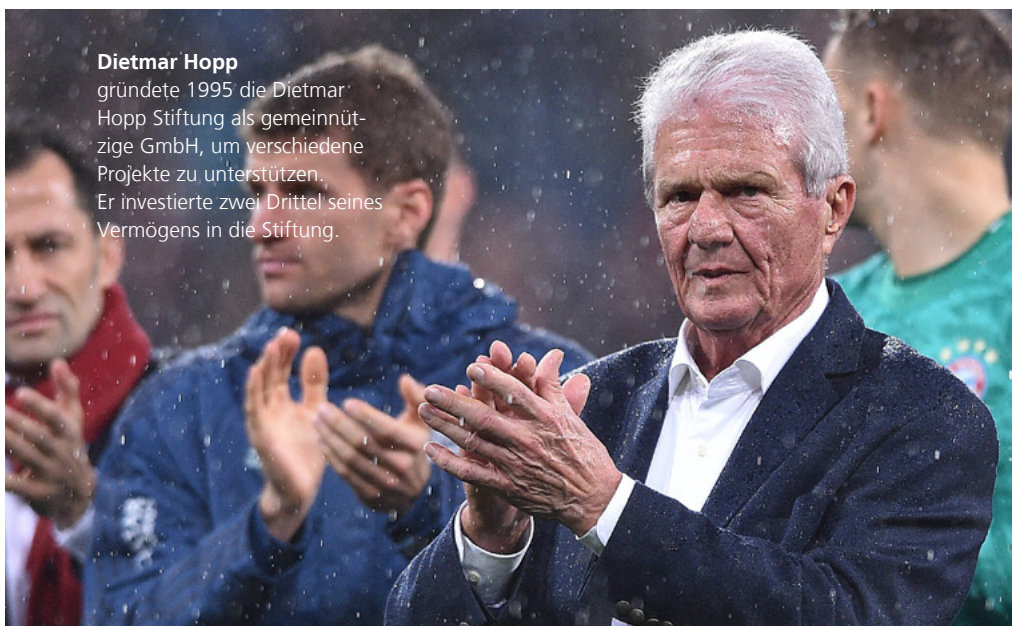


Elon Musk ist bekannt dafür, hohe Risiken einzugehen. Mit seinem Unternehmen SpaceX hat er erneut bewiesen, dass er kein Feigling ist und das für unmöglich gehaltene wahr macht.

VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

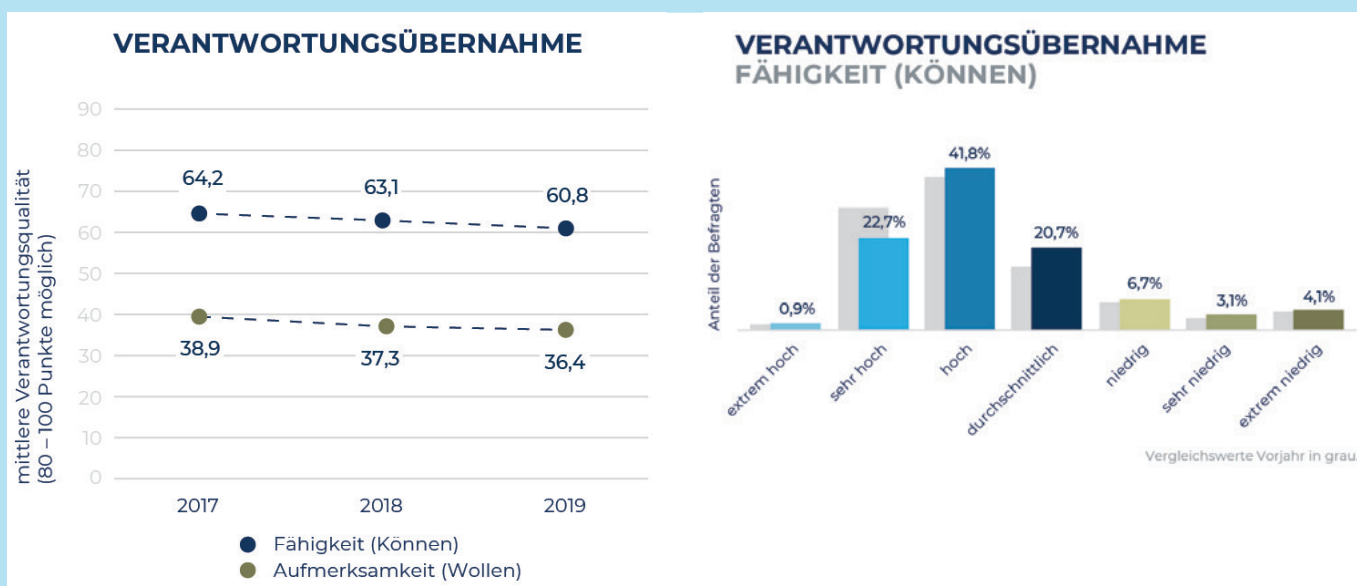
Das Grundl Leadership Institut veröffentlichte dieses Jahr den dritten Verantwortungsindex laut dem ein Drittel der Deutschen unzufrieden ist, nicht zuletzt durch den privaten und öffentlichen Umgang mit Verantwortung. Die Werte zur Verantwortungsfähigkeit seien im Vergleich zum Vorjahr weiter gefallen.

Deutschland geht nicht klug mit Verantwortung um – obwohl verantwortungsvolles Handeln bei vielen ein gutes Gefühl auslöst. Gleichzeitig führt gerade dieser Umgang mit Verantwortung dazu, dass ein Drittel der Deutschen unzufrieden ist. Das offenbart der Verantwortungsindex 2019. Mit der repräsentativen Studie rund um das Thema Verantwortung misst das Grundl Leadership Institut regelmäßig, wie die Deutschen das Thema leben und bewerten. Die Ergebnisse der aktuellen repräsentativen Stichprobe mit 975 Befragten rund um den Verantwortungsindex regen zum Nachdenken an: Die Fähigkeit, Verantwortung zu übernehmen, ist signifikant gesunken (Grafik 1 & 2). Im Jahr 2018 lag der Anteil von Menschen mit ausgeprägter Fähigkeit, Verantwortung zu übernehmen, noch höher: War es dort rund jeder Dritte, liegt die Fähigkeit 2019 nur noch bei jedem



Vierten im hohen bis extrem hohen Bereich. Bereits im Jahr 2017 hatte das Trossinger Weiterbildungsinstitut das Thema erstmals wissenschaftlich messbar und abbildbar gemacht. Im Schnitt ist die Qualität der Verantwortungsübernahme von 2017 auf 2019

um vier Prozentpunkte gefallen. Neun von zehn Befragten sind dennoch in der Lage, sinnvolle Verantwortlichkeiten zu erkennen. Die Kompetenz, Verantwortlichkeiten bei unseren Mitmenschen zu erkennen, übersteigt die Kompetenz, sie bei sich selbst zu



Grafik 1: Verantwortungsübernahme. Indexwerte im Zeitverlauf.

Grafik 2: Verantwortungsübernahme. Verteilung der Bewertungen.

Der Grundl Leadership Index belegt: Deutsche gehen nicht klug mit Verantwortung um

sehen. Das führt das Bild der vergangenen Jahre fort: Wir sehen Verantwortung eher bei anderen.

„Das verwundert uns nicht“, erklärt Boris Grundl, Managementtrainer, Gründer und CEO des Grundl Leadership Institut sowie Initiator der Studie. „Schon 2017 und 2018 haben wir wissenschaftlich belegt, dass Menschen Verantwortungsdefizite anderer besser sehen, während sie die eigenen Schwächen zur Seite schieben. Die Ursprünge dafür liegen oft im eigenen Selbstwertgefühl.“

Paradoxerweise belegt der Index ebenso, dass vielen Befragten Verantwortung gefällt. 72 Prozent empfinden sie als etwas Positives, sie übernehmen Verantwortung, weil es sich gut anfühlt (Grafik 3). Für jeden Fünften ist Verantwortung dagegen eine Last. „Unser Ziel ist es, dass noch mehr Menschen den Spaß und die Wirkung der eigenen Verantwortung erleben“, erklärt Grundl.

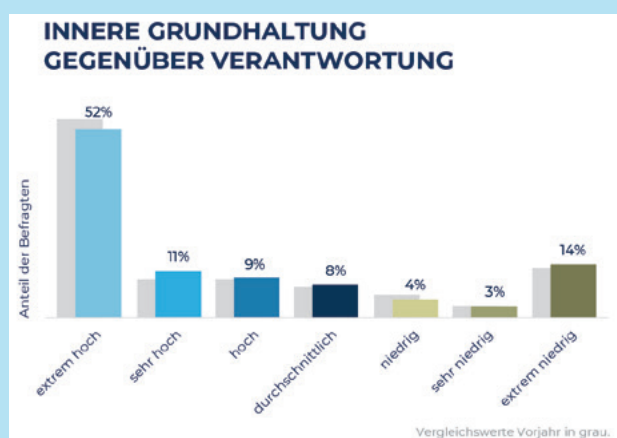
„Sie ist der Kern menschlicher Entwicklung. Wer Verantwortung klug übernimmt, bringt sein bestes Ich zum Vorschein.

Dabei ist das Maß entscheidend“, versichert Grundl. Zu viel Verantwortung überfordert, zu wenig bremsst, die goldene Mitte inspiriert. Nur so entwickeln sich auch unsere Gesellschaft, Wirtschaft, Ökologie und unser gesamtes Miteinander zur bestmöglichen Form.“

Den Bedarf dafür offenbart die Studie 2019 ebenfalls: Ein Drittel der Befragten gibt an – nicht zuletzt durch den Umgang mit Verantwortung, – mit der allgemeinen Lebenslage unzufrieden zu sein. Der Index belegt: Wer eine negative Sicht auf Verantwortung hat, ist generell frustrierter. Je positiver Menschen Verantwortung

bewerten, desto mehr steigt die Zufriedenheit. Lust an Verantwortung macht demnach glücklicher und zufriedener.

Wer dieses Ziel erreichen und die eigene Wirkung von Verantwortung verbessern will, muss sich mit dem Thema beschäftigen.



Grafik 3: Einstellung gegenüber der eigenen Verantwortung. Verteilung der Bewertungen.

Wolfgang Grupp gründete mit seiner Frau die Wolfgang und Elisabeth Grupp Stiftung, welche finanzielle Unterstützung für Einrichtungen und Projekte sowie Menschen in Nöten rund um die Region Burladingen leistet.



EVOLUTION STATT REVOLUTION

Der VW Beetle ist ein gutes Beispiel für „Evolution statt Revolution“. Der Käfer von VW hat einen jahrelangen Boom erlebt und erfreute sich sehr großer Beliebtheit. Anstatt alles neu und anders zu machen, erlebte der Käfer eine Evolution – und wurde zum aktuellen Modell VW Beetle.



Derzeit ist überall die Rede davon, sich als Unternehmen neu erfinden zu müssen. „Werft Eure Geschäftsmodelle über den Haufen, denkt disruptiv. Reißt die Hierarchien nieder und baut chefflose Strukturen auf. Lasst die Teams und Mitarbeiter selbstständig und sich selbst organisierend agieren, ohne Abstimmung mit einer Führungskraft. Spielt ein neues Mindset auf, ein Update 4.0 und Upgrade 5.0 ist notwendig.“

Auf dem Bestehenden aufbauen

Nun will ich nicht in Abrede stellen, dass es Branchen, Unternehmen und Teams gibt, in denen radikal-revolutionäre Umbrüche und Veränderungen notwendig und richtig sind. Allerdings: Das gilt nicht für alle Firmen. Wir dürfen nicht alle Unternehmen über denselben revolutionären Kamm scheren. Der Outdoor-Ausrüster VAUDE etwa setzt auf Nachhaltigkeit, ich möchte sagen:

auf Zukunftsfähigkeit durch evolutionäre Anpassung.

»Lasst Euch nicht vor jeden modischen Karren spannen. Denkt evolutionär. Entwickelt Euch aus Euch selbst heraus. Baut auf dem Bestehenden auf.«

Vaude-Geschäftsführerin Antje von Dewitz treibt die Vision an, als „nachhaltigster Outdoor-Ausrüster Europas einen Beitrag zu einer lebenswerten Welt“ zu leisten, „damit Menschen von morgen die Natur mit gutem Gewissen genießen können.“ Das generationenübergreifende Denken, die Weitung

der Perspektive über die rein wirtschaftlich-ökonomische Ausrichtung hinweg und der Versuch, durch ein sinnvolles Miteinander zusammen mit den Mitarbeitern etwas zu erschaffen, zeigen, dass dieses Unternehmen evolutionär statt revolutionär aufgestellt ist.

So manchem Unternehmen, das dem Modewort „Disruption“ hinterherläuft, möchte ich darum ins Stammbuch schreiben: „Hört endlich auf, mit Begriffen um Euch zu werfen, nur weil sie gerade im Trend sind. Lasst Euch nicht vor jeden modischen Karren spannen. Denkt evolutionär. Entwickelt Euch aus Euch selbst heraus. Baut auf dem Bestehenden auf. Konzentriert Euch aufs Wesentliche. Sorgt dafür, dass Eure Mitarbeiter gern für Euch arbeiten und sich mit Unternehmen und Arbeitgeber identifizieren können.“

Evolution und Weiterentwicklung statt Revolution und Umsturz

Evolutionäre Unternehmen stiften Sinn

Was sind die wichtigsten Merkmale eines evolutionären Unternehmens? Oder besser: Welche Haltung haben Unternehmer, Entscheider und Führungskräfte, die evolutionär denken?

Charles Darwin hat gesagt: „Es ist nicht die stärkste Spezies, die überlebt, auch nicht die intelligenteste, sondern eher diejenige, die am ehesten bereit ist, sich zu verändern.“ Evolutionäre Veränderung bedeutet Anpassung auf der Grundlage des Bewährten. Das Vorhandene hat seine eigene Würde, Kraft und Energie, das nicht umgestoßen werden, sondern als Ausgangspunkt für kontinuierliche Weiterentwicklung dienen sollte. Natürlich: Geschäftsprozesse müssen hinterfragt und auf den Prüfstand gestellt werden. Aber das, was seinen Sinn und Zweck erfüllt und funktioniert, darf nicht auf dem Altar des revolutionären Veränderungswillens geopfert werden.

Entscheidend ist, dass Ihr Unternehmen nie seine Identität oder seinen eigentlichen Sinn und Zweck verleugnet oder aufgibt. So binden Sie Ihre Kunden und Mitarbeiter. Zumindest diejenigen Kunden, die gern bei Unternehmen kaufen, die über den Tellerand ihres wirtschaftlichen Tuns hinausblicken. Und zumindest diejenigen Mitarbeiter, die sich für Arbeitgeber engagieren, die neben dem ökonomischen Gewinn – der natürlich unternehmerische Zielsetzung bleiben muss – gemeinsam mit den Mitarbeitern die Welt zu einem lebenswerteren Ort machen wollen. Meine Beobachtung ist: Die Anzahl solcher Kunden und Mitarbeiter nimmt stetig zu.

Warum-Frage als Treibstoff

Können Sie sagen, welche Lebensaufgabe Ihr Unternehmen und Sie verfolgen? Wie



würden Ihre Mitarbeiter die Frage nach dem Warum, nach dem Sinn und Zweck beantworten? Evolutionär denkende Entscheider verfolgen große Ziele, sie wollen wirtschaft-

lich erfolgreich sein und Beiträge für eine bessere Welt leisten. Die Warum-Frage ist der Treibstoff, der die evolutionäre Entwicklung vorantreibt. Sie als Führungskraft tragen die Verantwortung dafür, dass die unternehmerische Lebensaufgabe in einer griffigen und nachvollziehbaren Kernbotschaft formuliert wird, die die Menschen motiviert und mitreißt. Was Sie tun können: Führen Sie offen und transparent, leben Sie eine positive Haltung des Gelingens vor und begründen Sie, warum Anpassungsprozesse sinnvoll und zielführend sind. Und zukunftsweisend.

Sich Schritt für Schritt weiterentwickeln

Sind Sie eine Führungskraft mit Ecken und Kanten? Oder doch eher ein rundes Nichts? Eine Führungskraft, die zu ihrem Wort steht und an deren Ecken und Kanten sich andere festhalten? Die nicht dem revolutionären Mainstream hinterherhechelt, sondern in der Lage ist, innezuhalten und nachdenklich zu reflektieren, wie sich auf dem Bewährten aufbauen und dabei Neues entwickeln und Zukunftsfähigkeit sicherstellen lässt?

Dann gehören Sie zu den evolutionär ausgerichteten Führungspersönlichkeiten, für die Menschlichkeit mehr ist als ein bloßes Schlagwort, sondern vielmehr ein zentraler

Unternehmenswert, und die Mitarbeiter als Menschen wertschätzt und respektiert. Denn Sie wissen, dass die meisten Mitarbeiter die revolutionäre 180-Grad-Veränderung ablehnen, sondern die kontinuierliche evolutionäre Schritt-für-Schritt-Weiterentwicklung

bevorzugen, bei der Innovation, Anpassung und Erhalt des Bewährten ausbalanciert sind.

Es wird Zeit, sich auf den evolutionären Weg zu machen!

»Es ist nicht die stärkste Spezies, die überlebt, auch nicht die intelligenteste, sondern eher diejenige, die am ehesten bereit ist, sich zu verändern.«

– Charles Darwin



Die Autorin, **Dr. Anke Nienkerke-Springer**, ist Expertin für Top-Managementcoaching und Organisationsentwicklung. Ihr Buch „Evolution statt Revolution. Unternehmerische Zukunft verantwortungsvoll gestalten“ ist 2020 im GABAL-Verlag erschienen



MACH DEIN BETT

Wenn Sie die Welt verändern
wollen, fangen Sie klein an
und machen Sie Ihr Bett



Die Kaserne, in der die SEAL-Grundausbildung stattfindet, ist ein unscheinbares dreigeschossiges Gebäude am Strand von Coronado in Kalifornien, nur etwa 100 Meter vom Pazifik entfernt. Es gibt in dem Gebäude keine Klimaanlage, und abends hört man bei offenem Fenster das Meeressrauschen und die Brandung, die auf den Strand schlägt.

Die Stuben in der Kaserne sind spartanisch eingerichtet. In der Offiziersstube, die ich mit drei weiteren Kameraden geteilt

habe, gab es vier Betten, einen Spind, in den man seine Uniformen hängen konnte, und sonst nichts. Wenn ich dort übernachtet

»Es war meine erste Aufgabe des Tages, und es war wichtig, sie richtig zu machen. Das war ein Ausdruck meiner Disziplin, ein Beweis dafür, dass ich auf Details achtete, und am Ende des Tages würde mich das Bett daran erinnern, dass ich etwas gut gemacht hatte und stolz darauf sein konnte, auch wenn die Aufgabe noch so unbedeutend gewesen war.«

habe, habe ich mich morgens aus meiner »Koje« gerollt und sofort mein Bett gemacht.

Das war die erste Aufgabe des Tages. Eines Tages, der angefüllt sein würde mit Uniformkontrollen, langen Schwimmereinheiten, noch längeren Laufeinheiten, Hindernisläufen und den ständigen Schikanen der SEAL-Ausbilder.

»Achtung!«, rief der Anführer unserer Gruppe, Lieutenant Junior Grade Dan'l Steward, als der Ausbilder die Stube betrat. Ich stand am Fußende meines Bet-

tes, schlug die Hacken zusammen und stand kerzengerade da, während der Chief Petty Officer zu mir kam. Der Ausbilder fing ernst

und regungslos mit der Kontrolle an, er prüfte, ob meine grüne Kopfbedeckung gestärkt war, die Oberfläche fest, glatt und korrekt geformt war. Er arbeitete sich von oben nach unten vor und nahm jeden Zentimeter meiner Uniform in Augenschein. Saßen die Bügelfalten von Hemd und Hose richtig? Glänzten die Messingteile des Gürtels? Waren meine Stiefel so auf Hochglanz poliert, dass sich seine Finger darin spiegelten? Wenn er damit zufrieden war, wie ich die hohen Anforderungen erfüllt hatte, die an einen SEAL-Anwärter gestellt wurden, wandte er seine Aufmerksamkeit meinem Bett zu.

Das Bett war so schlicht wie die gesamte Stube, es bestand aus einem Stahlrahmen und einer schmalen Matratze, über die ein Betttuch und ein Laken gespannt waren. Eine graue Wolldecke, die unter der Matratze eingeschlagen war, spendete an den kalten Abenden in San Diego Wärme.

Eine zweite Decke lag fein säuberlich zu einem Quadrat gefaltet am Fußende des



Auszug aus
William H. McRavens
„Mach dein Bett“



Bettes. Ein Kissen, das in einer Blindenwerkstatt hergestellt worden war, befand sich mittig am Kopfende und lag in gerader Linie zu der ans Fußende gelegten zweiten Decke. Das war die Norm. Jede Abweichung von dieser Vorgabe führte dazu, dass ich zum Strand rennen und mich dort im Sand wälzen musste, bis ich von Kopf bis Fuß mit nassem Sand bedeckt war – eine Prozedur, die als »Sugar Cookie machen« bezeichnet wurde.

Ich stand reglos da und beobachtete den Ausbilder aus dem Augenwinkel, während dieser mein Bett sorgfältig prüfte. Er beugte sich nach vorne, kontrollierte, ob das Bettzeug korrekt eingeschlagen war, ob die Decke und das Kissen an der richtigen Stelle saßen. Dann griff er in seine Tasche, zog eine Vierteldollar-Münze hervor und warf sie mehrmals demonstrativ in die Luft, um mir zu zeigen, dass gleich der abschließende Test bevorstand. Mit einem letzten Wurf flog die Münze in hohem Bogen durch die Luft und landete federnd auf der Matratze. Sie prallte einige Zentimeter davon ab – hoch genug, dass der Ausbilder sie mühelos wieder auffangen konnte.

Er drehte sich um, sah mich an und nickte. Nie sagte er dabei ein Wort. Das Bett richtig zu machen war kein Grund für überschwängliches Lob. Das wurde von mir erwartet. Es war meine erste Aufgabe des Tages, und es war wichtig, sie richtig zu machen. Das war ein Ausdruck meiner Disziplin, ein Beweis dafür, dass ich auf Details achtete, und am Ende des Tages würde mich das Bett daran erinnern, dass ich etwas gut gemacht hatte und stolz darauf sein konnte, auch wenn die Aufgabe noch so unbedeutend gewesen war.

Im Laufe meiner Karriere bei der Navy war das Bettenmachen eine Konstante, die sich niemals veränderte. Als junger SEAL-Lieutenant an Bord der USS Grayback, eines U-Boots für Spezialeinsätze, lag ich einmal auf der Krankenstation, in der es vierstöckige Etagenbetten gab. Der alte, raubeinige Arzt, der die Krankenstation leitete, bestand darauf, dass ich jeden Morgen mein Bett machte. Er sagte immer: Wie können die Matrosen erwarten, bestmöglich medizinisch versorgt zu werden, wenn die Betten nicht gemacht sind und das Zimmer unordentlich ist? Wie

ich noch herausfinden sollte, zog sich dieser Sinn für Reinlichkeit und Ordnung durch das gesamte militärische Leben.

30 Jahre später wurden die Zwillingsstürme des World Trade Centers in New York City zum Einsturz gebracht. Das Pentagon wurde angegriffen, und tapfere Amerikaner starben in einem Flugzeug, das über Pennsylvania abstürzte.

»So wollte ich zeigen, dass ich die Verletzung überwunden hatte und mein Leben wie gewohnt fortsetzte.«

wurde in meine Dienstunterkunft gebracht, und ich verbrachte den Großteil des Tages damit, ruhig auf dem Rücken zu liegen, um wieder gesund zu werden. Am liebsten hätte ich das Bett sofort verlassen. Wie jeder SEAL sehnte ich mich danach, mit meinen Kameraden in den Kampf zu ziehen.

Als ich schließlich wieder zu Kräften gekommen war und das Bett ohne fremde Hilfe verlassen konnte, bestand meine erste Handlung darin, das Betttuch straff zu ziehen, das Kissen zu richten und dafür zu sorgen, dass das Krankenhausbett für jeden, der mich besuchte, ordentlich aussah. So wollte ich zeigen, dass ich die Verletzung überwunden hatte und mein Leben wie gewohnt fortsetzte.

Keine vier Wochen nach dem 11. September wurde ich ins Weiße Haus berufen, wo ich die nächsten zwei Jahre in der neugebildeten Behörde zur Terrorbekämpfung tätig war. Im Oktober 2003 war ich im Irak auf unserem provisorischen Stützpunkt, der sich auf dem Flugplatz von Bagdad befand. In den ersten Monaten schliefen wir in Feldbetten der Armee. Trotzdem begann mein Morgen stets damit, nach dem Aufstehen meinen Schlafsack zusammenzurollen, das Kissen ans Kopfende zu legen und mich für den Tag bereit zu machen.

Zum Zeitpunkt dieser Angriffe erholte ich mich gerade von einem schweren Fallschirmunfall. Ein Krankenhausbett

Im Dezember 2003 nahmen US-Streitkräfte Saddam Hussein fest. Er wurde in ein Gewahrsam genommen und in einem kleinen Zimmer festgehalten. Auch er schlief in einem Feldbett der Armee, hatte aber den zusätzlichen Luxus von Bettwäsche und einer Decke. Einmal am Tag besuchte ich Saddam, um mich zu vergewissern, dass er von meinen Soldaten gut behandelt wurde. Amüsiert stellte ich fest, dass Saddam sein Bett nicht machte. Seine Bettwäsche lag stets zerknüllt am Fußende, offenbar hatte er nur selten das Bedürfnis, sie glatt zu streichen.

In den folgenden zehn Jahren hatte ich das Privileg, mit einigen der besten Männer und Frauen zu dienen, die dieses Land je hervorgebracht hat – mit Generälen und Gefreiten, Admirälen und Matrosen, Botschaftern und Sekretärinnen. Die Amerikaner, die im Auslandseinsatz waren, um ihren Beitrag zum Krieg zu leisten, taten dies freiwillig und brachten große Opfer, um dieses wunderbare Land zu schützen.

Ihnen allen war bewusst, dass das Leben hart ist und dass man die Geschehnisse manchmal nicht beeinflussen kann. Im Krieg sterben Soldaten, ihre Familien trau-

ern, die Tage sind lang und hektisch. Man sehnt sich nach etwas Tröstlichem, Motivierendem, das einem dabei hilft, mit frischem Mut in den Tag zu starten, das einem in einer oft hässlichen Welt die Möglichkeit bietet, seinen Stolz zu bewahren. Aber das gilt nicht nur für den Krieg. Im Alltag braucht man dieselbe Struktur. Nichts kann die Kraft und den Trost des Glaubens ersetzen, aber manchmal verleiht eine einfache Tätigkeit wie das Bettenmachen nicht nur den nötigen Impuls, um seinen Tag mit der richtigen Einstellung zu beginnen, sondern auch die Zufriedenheit, ihn gut zu Ende zu bringen. Wenn Sie Ihr Leben und vielleicht die ganze Welt verändern wollen – fangen Sie klein an und machen Sie Ihr Bett!

Nichts kann die Kraft und den Trost des Glaubens ersetzen, aber manchmal verleiht eine einfache Tätigkeit wie das Bettenmachen nicht nur den nötigen Impuls, um seinen Tag mit der richtigen Einstellung zu beginnen, sondern auch die Zufriedenheit, ihn gut zu Ende zu bringen. Wenn Sie Ihr Leben und vielleicht die ganze Welt verändern wollen – fangen Sie klein an und machen Sie Ihr Bett!



REICHTUM VERPFLICHTET

Millionär **Philipp J. Müller** über finanzielle Freiheit und Verantwortung

Geld zu haben ermöglicht ein angenehmes Leben, also ist es durchaus verständlich, wenn Menschen es zu einem gewissen Wohlstand bringen möchten. Trotzdem heißt es auch „Geld verdirbt den Charakter“ mit einem schiefen Blick in Richtung reicher Menschen. Philipp J. Müller lebt das Gegenteil. Er beschäftigt sich seit seiner Jugend leidenschaftlich mit dem Thema Geld und sagt von sich: „Ich liebe Geld!“

Er ist mehrfacher Selfmade-Millionär und die Finanzwelt ist seit mehr als 25 Jahren seine Passion. Dabei führt er ein wohlhabendes, maßvolles und verantwortungsbewusstes Leben als werteorientierter Unternehmer, bodenständiger Familienmensch und großzügiger Spender. Er ist überzeugt: „Wir brauchen ein neues Geldbewusstsein. Wie das aussehen kann, was wir als Einzelne und als gesamte Gesellschaft dazu beitra-

»Wir brauchen ein neues Geldbewusstsein. Wie das aussehen kann, was wir als Einzelne und als gesamte Gesellschaft dazu beitragen können und wie es sich konkret umsetzen lässt – das ist mir wichtig.«

gen können und wie es sich konkret umsetzen lässt – das ist mir wichtig.“

Um auch anderen Menschen zu finanzieller Freiheit zu verhelfen, agiert er seit vielen Jahren als Finanzmentor und ist Inhaber und Geschäftsführer der PJM Investment Akademie. In diesem Jahr, in dem er gerade ein Buch schreibt, feiert Müllers Akademie sechsjähriges Bestehen. Die Akademie ist ein staatlich anerkanntes Bildungsinstitut. Philipp J. Müllers Ziel: Finanzielle Unabhängigkeit. Das ermöglicht persönliche Freiheit. „Diese wiederum können wir nutzen, um Verantwortung in der Gesellschaft zu übernehmen, für uns selbst, als Konsument, für die Umwelt und im sozialen Engagement“, ist seine Devise. Das ist ein neuer, von gesellschaftlichen Werten getragener Ansatz, wenn es um das „Warum und Wofür“ geht. Für Philipp J. Müller ist das verbunden mit dem „Ge-



nug-Gefühl“. Das hat nichts mit einem ausschweifenden Lebensstil zu tun. Müller richtet die Aufmerksamkeit auf den individuellen Lebenssinn jedes Einzelnen. Er plädiert für einen bewussten Umgang mit Geld und sagt, dass somit auch Nachhaltigkeit wachsen wird. Philipp J. Müller und sein PJM Investment Akademie-Team vermitteln neben

»Finanzielle Freiheit können wir nutzen, um Verantwortung in der Gesellschaft zu übernehmen, für uns selbst, als Konsument, für die Umwelt und im sozialen Engagement«



einem neuen Mindset das Handwerk, Leitlinien und Regeln, um am Börsenmarkt erfolgreich agieren zu können. Nach einem zweitägigen Intensivkurs werden die Teilnehmer ein Jahr lang weiter begleitet. Monatlich bietet die Akademie eine Übersicht über die besten und hochwertigsten Qualitätsaktien und mögliche Investments an. Sie können regelmäßig Einzelcoachings und telefonischen Support in Anspruch nehmen. Am Ende der Ausbildung erhalten die Teilnehmer ein Zertifikat von dem staatlich anerkannten Bildungsinstitut.

Nach Philipp J. Müllers Meinung muss ein neues Verständnis zum Thema Geld in den Menschen wachsen und reifen. Er ermutigt dazu, die Zwänge des „Geld-Verdienen-Müssens“ zu überwinden und sich durch eine finanzielle Grundsicherung persönliche und berufliche Wünsche zu erfüllen. „Geld sollte kein negatives Image mehr haben. Es geht vielmehr darum, Potenziale zu nutzen und sich gegenseitig zu fördern“. Der Gewinner des „Red Fox Awards 2020“ als Speaker des Jahres im Bereich Business spendet seit vielen Jahren regelmäßig nennenswerte Summen, um anderen Menschen zu helfen.

FOUNDERS DESK

Die Schreibtische der Gründer

MARC GALAL: DER LIFE- & BUSINESSMENTOR



sei das Mindmap-Aufkommen in seiner Umgebung besonders hoch, gibt Galal lächelnd zu. Derzeit plant er mit seinem Unternehmen nämlich eine Neuausrichtung, Seminare werden ausgemustert. Nach 20 Jahren Erfahrung als Unternehmer, Verkaufstrainer und Persönlichkeitscoach sowie 1,9 Millionen Menschen, die seine

Konzepte, Konzepte, Konzepte – ob für neue Seminare, für sein eigenes Marketing oder die Unternehmen seiner Kunden und Partner: Bei dem Life- und Business-Mentor Marc Galal dreht sich alles um das Erdenken und Ausfeilen von Inhalten. Klar, dass der bekennende „Mindmap-Junkie“ deshalb von genau diesen umringt ist. Sie liegen ausgedruckt auf dem Tisch, flimmern über den Bildschirm, finden sich gezeichnet in seinem Notizbuch. Zurzeit

die Marc Galal GmbH auf die nächste Ebene. An die Stelle der klassischen Seminare treten Mentoring-Programme, die ihre Teilnehmer aktiv auf dem Weg vom Angestellten in die Selbstständigkeit oder vom Selbstständigen zum Unternehmertum begleiten. Denn das Problem sei häufig nicht das fehlende Wissen angehender Unternehmer, so Galal, sondern die erfolgreiche Umsetzung. An ihr scheitern 80% der frischgebackenen Unternehmer.

Sein „Big Picture“ – eine Montage von Galal vor einem ausverkauften Stadion – steht nur als Erinnerung an seinem Schreibtisch. „Früher hatte mein Wunsch nach Erfolg noch eine ziemliche Ego-Komponente. Heute kümmerge ich mich lieber um den Erfolg anderer Menschen“, sagt Galal. Und das gleich auf verschiedensten Ebenen: Mit einer eigenen, patentierten Verkaufsstrategie sowie Erfahrung in Vertrieb, Marketing und Finanzen steht er seinen Teilnehmern als Mentor zur Seite. Davon sprechen die zahlreichen Bücher, die seinen Arbeitsplatz säumen. Das Wissen dort reicht von Brandbuilding und Corporate Finance bis Mitarbeiterführung und Zeitmanagement. Begonnen hatte die Geschichte von Marc Galal mit einem Kredit von damals 50.000 Deutschen Mark und einem Ausflug in die USA. Dort durchlief er mehrere Coaching-Ausbildungen, insbesondere in NLP, dem Neurolinguistischen Programmieren, direkt bei NLP-Gründer und Altmeister Richard Bandler selbst. Die zahlreichen Zeugnisse und Zertifikate, die hinter Marc Galal an der Wand hängen, erinnern an diese Zeit und die kleinen Anfänge. Mit seinem neu gewonnenen Wissen gründete er die heutige Marc Galal GmbH, ein Mentoring-Unternehmen mit inzwischen 37 Angestellten. Von ihnen hat er auch den silbernen Oscar bekommen – für seine hervorragende Mitarbeiterentwicklung.

Bild: Privat

Julien Backhaus



EGO: Julien Backhaus mit neuem Buch

Bestsellerautor Julien Backhaus hat ein neues Buch geschrieben. Das Werk trägt den provokanten Titel „EGO – Gewinner sind gute Egoisten“. Erschienen ist es wie schon das vorige Buch „ERFOLG“ beim Finanzbuchverlag in München (Münchner Verlagsgruppe). Bereits vor Erscheinungstermin stieg das Buch „EGO“ in die Top 5 Bestseller bei Amazon ein. Dass der Begriff Egoismus keinen leichten Stand hat, weiß auch Backhaus: „Ich unterscheide in dem Buch ganz klar zwischen ...

Den ganzen Artikel können Sie unter founders-magazin.de lesen

BIP



Deutsches BIP dürfte 2020 zwischen 4,5 und 9 Prozent einbrechen

Gegenüber der Frühjahrsprognose des IfW Kiel von vor einer Woche stellen sich die konjunkturelle Lage und auch die weiteren Aussichten mittlerweile deutlich schlechter dar. Das IfW Kiel hat daher seine Konjunkturberechnungen aktualisiert und unterstellt dabei zwei Szenarien. Einmal einen „Lockdown“ der deutschen Wirtschaft bis Ende April, einmal bis Ende Juli, mit anschließender Erholung der Wirtschaft zurück auf das vorherige Niveau...

Den ganzen Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Prof. Dr. Lothar Seiwert



Prof. Dr. Lothar Seiwert: Klare Ziele statt vage Vorsätze

Ziel- und Zeitmanagement

Fast jeder fasst für das neue Jahr gute Vorsätze, die das Leben verbessern, verschönern oder gesünder machen sollen. Mehr Zeit mit der Familie verbringen, endlich Sport treiben, sich mehr Zeit für sich selbst nehmen und einen lang gehegten Traum verwirklichen sind nur einige von vielen Gedanken, die uns in der Zeit am Jahresende umtreiben. Doch nach einigen Wochen oder sogar Tagen sind diese Vorsätze längst vergessen, der Alltag ...

Den ganzen Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Bilder: Oliver Rietz, Depositphotos/MadiraBohair, www.lothar-seiwert.de

Buchtipps

EGO – Gewinner sind gute Egoisten

Es gibt ihn, den guten Egoismus. Julien Backhaus bricht in diesem Buch eine Lanze für eine Form der Selbstbezogenheit, die nicht nur dem Anwender, sondern auch seinen Mitmenschen hilft. Sein Argument: Nur wer stark ist, kann andere stark machen. Nur wer hat, kann auch geben. Der Leser erfährt, was Gelehrte wie der Dalai Lama und Superreiche wie Warren Buffett darüber denken und wie jeder den guten Egoismus für sein eigenes Lebensglück einsetzen kann.

2062 – Das Jahr, in dem die künstliche Intelligenz uns ebenbürtig sein wird



Bis zum Jahr 2062 werden wir Maschinen entwickelt haben, die so intelligent sind wie wir, prognostiziert Toby Walsh, einer der weltweit führenden Wissenschaftler auf dem Feld der künstlichen

Intelligenz. In seinem Buch macht er deutlich, welche Auswirkungen dieser Wendepunkt auf unser Leben, unsere Arbeit, aber auch die Gesellschaft insgesamt und die Politik haben wird. Werden Roboter ein Bewusstsein entwickeln?

Mein Freund, der Kunde – Ohne Tricks und Fallen Kunden gewinnen und behalten



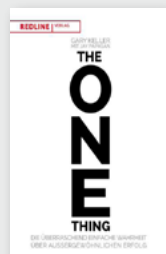
Konsumenten entscheiden immer mehr danach, ob die Wertebasis des Anbieters zur eigenen passt. Wir wollen dort kaufen, wo wir ein gutes Gefühl haben. Wie bei Freunden, da wissen wir, dass wir uns und ihnen etwas Gutes

tun. Auf Basis der von ihm mitentwickelten und seit Jahren bewährten TEMP-Methode zeigt Jürgen Frey, wie Business funktioniert: ehrlich, authentisch und mit Begeisterung für den Kunden. Das Buch ist ein modernes Praxisbuch, teils Sachbuch mit erzählerischen Elementen und persönlichen Statements des Autors, teils umsetzungsorientierter Ratgeber, der methodisches Know-how und inhaltliche Substanz vermittelt. Das Credo des Autors: Behandle Kunden wie deine Freunde!

Sink, Float or Swim – Wie jeder dauerhaft Hochleistung erbringen kann

Der Leistungsdruck im Management nimmt seit Jahren kontinuierlich zu. Gerade Topmanager müssen heute beinahe rund um die Uhr eine Top-Performance erbringen. Das gelingt je nach Typ unterschiedlich gut, mäßig oder auch gar nicht. Jogi Rippel und Scott Pelatin zeigen Führungskräften, wie sie zu »Swimmers« werden. Zahlreiche einfache und bewährte Strategien und Tools helfen Führungskräften, gewohnte Verhaltensmuster aufzugeben. Dazu bekommen sie wertvolle Tipps für Ernährung, Bewegung und Regeneration.

The One Thing – Die überraschend einfache Wahrheit über außergewöhnlichen Erfolg



Wie schafft man es, Struktur ins tägliche Chaos zu bekommen und sich aufs Wesentliche zu konzentrieren? Die New-York-Times-Bestellerautoren Gary Keller und Jay Papasan verraten, wie es

gelingt, den Stress abzubauen und die Dinge geregelt zu bekommen – mit einem klaren Fokus auf das Entscheidende: The One Thing. Der Ratgeber enthält wertvolle Tipps und Listen, die helfen produktiver zu werden, bessere Ergebnisse zu erzielen und leichter das zu erreichen, was man wirklich will.

Am Gewinn ist noch keine Firma kaputtgegangen



Gewinn: der Preis des Überlebens »Gewinnmaximierung ist das Gegenteil von Verschwendung«, sagt Hermann Simon. Umso erstaunlicher ist es, dass mehr als 80 Prozent der Unternehmen, die derzeit in den USA an die Börse gehen, noch nie

Gewinn gemacht haben. Auch in Deutschland gibt es nur wenige Gewinn-Stars, dabei ist der echte Gewinn nach Steuern die wichtigste Zielgröße im Management. Denn Gewinne, davon ist Simon überzeugt, sind die Kosten des Überlebens und schaffen neuen Wert. In seinem Buch bringt er Klarheit in den Dschungel der Gewinnbegriffe und Bilanzrechnungen.

Story



Bild: Ken Shipp/DOE Photo, Mathieu Thouvenin/flickr

Covid-19

Milliardäre helfen bei Viren-Bekämpfung

Ein brandneues, kleines und günstiges DNA-Analysegerät und eine riesige, weltweite Datenbank könnten wertvolle Arbeit bei der Eindämmung des Corona-Virus leisten. Der ‚BioHub ID-Sequencer‘ wurde auf Initiative und mit Stiftungsgeldern der Milliardäre Mark Zuckerberg und Bill Gates entwickelt.

Das Gerät, nicht größer als das übliche Handgepäck von Flugreisenden, benötigt lediglich einen Internetzugang, um das tödliche SARS/CoV-2 zu entdecken. Mit einer intelligenten Software gleicht es die in einer Datenbank hinterlegten genetischen Sequenzen ab. Nach jahrelanger Entwicklung und Forschung könnte es einen Durchbruch im weltweiten Kampf gegen gefährliche Krankheiten darstellen. Denn es ist günstig, einfach zu bedienen und kann so insbesondere in der Dritten Welt oder armen Ländern eingesetzt werden, wo solche Viren sich meist lange unentdeckt ausbreiten können. Für die derzeitige Corona-Pandemie kommt es also keine Sekunde zu früh.

2016 entschieden sich die Kinderärztin Priscilla Chan und ihr Ehemann, Facebook-Gründer Mark Zuckerberg, das Forschungsprojekt ‚ID Sequence‘ zur Bekämpfung ansteckender Krankheiten mit drei Milliarden Dollar zu unterstützen. Seine Hauptaufgabe war u. a. die Entwicklung eines kostengünstigen DNA-Analysierers, der den genetischen Code von Proben mit einer riesigen...

Den ganzen Artikel können Sie unter founders-magazin.de lesen



ANIKE EKINA
SchauspielerIn, Model & Djane

„Behinderte Kuh“

**WORTE
SIND
WAFFEN**

Mobbing verletzt die Seelen von Kindern und kann zum Selbstmord führen! Mobbing ist kein Spaß und keine Mutprobe, sondern Körperverletzung! Schau nicht weg! Mach nicht mit! Setze ein Zeichen: www.stoppt-mobbing.de
Gemeinsam mit Respekt, Mut und Toleranz, gegen Mobbing und Gewalt!



www.Stoppt-Mobbing.de

