

DIE GRÜNDER-ELITE **founders** MAGAZIN

Deutschland, Österreich

Ausgabe 23

**WISSEN
ZU GELD**

**OPRAH IST
BÖRSENSTAR**



**ALEKSANDAR
NOVAKOVIC**
im Interview

**Stil-Ikone und
Geschäftsfrau**

**PARIS
HILTON**





Erfolg wird bei uns groß geschrieben. **Umwelt** aber auch: Das **ePaper**

Auch als ePaper-Abo.

Jetzt downloaden und lesen, was erfolgreich macht.

www.erfolg-magazin.de/shop



Johanna Schmidt
Redakteurin

Editorial

Stark und smart: Frauen im Business

Krisen verschärfen Ungleichheiten – eine allgemeine Wahrheit, die auch in der aktuellen Gesundheits- und Wirtschaftskrise deutlich zu erkennen ist. Das betrifft nicht nur kulturelle und wirtschaftliche Ungleichheiten. Auch die Kluft zwischen den Geschlechtern hat sich wieder ein Stück weit vertieft: Im Schnitt sind Frauen stärker von der Pandemie und ihren Auswirkungen betroffen als Männer. Auch wenn ein Großteil der Welt die Krise irgendwann überwunden haben wird, werden Mädchen und Frauen noch lange unter den Folgen leiden. Damit die Corona-Krise nicht die Gleichstellungs-Bemühungen von Männern und Frauen auf der ganzen Welt um Jahrzehnte zurückwirft, ist es wichtig, sich mit den verstärkten Missverhältnissen auseinanderzusetzen und sie nicht unter den Teppich zu kehren. In Zeiten wie diesen sind starke und erfolgreiche Frauen, die den

ungleichen Bedingungen trotzen, Lichtblick und Inspiration für viele. Paris Hilton wurde lange als verwöhntes It-Girl, gar als dumme Blondine belächelt. Doch hinter ihrem Erfolg steckt weit mehr als der berühmte Name und das schöne Gesicht. Wie Paris zu einer erfolgreichen Geschäftsfrau wurde, beleuchtet Michael Jagersbacher in seinem Portrait der Stil-Ikone. Was es mit dem Luxus-Lifestyle auf sich hat und warum dieser essenziell für den Erfolg einer Marke sein kann, erläutert Alexandar Novakovic im Interview. Talkshow-Queen Oprah demonstriert derweil, wie man erfolgreich in Start-ups investiert, und teilt ihre wertvollsten Investment-Tipps.

Viel Vergnügen beim Lesen wünscht
Johanna Schmidt

Impressum

Founders Magazin

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

Redaktion

Johanna Schmidt, redaktion@backhausverlag.de

Layout und Gestaltung

Johanna Schmidt, Judith Iben & Jasmin Päper
magazine@backhausverlag.de

Onlineredaktion

verwaltung@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

Julien D. Backhaus

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 geschwiegen denn für Empfehlungen übernommen. Für den Inhalt der Anzeigen sind die Unternehmen verantwortlich.

Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne Genehmigung.

INHALT

NR. 23

ERFOLG

6 Paris Hilton: Schauspielerin, Marke, Geschäftsfrau
Michael Jagersbacher

10 Oprah ist die neue große Börsen-Gewinnerin

WISSEN

12 Wissen zu Geld
Buchauszug aus »Wissen zu Geld« von Prof. Dr. Oliver Pott

17 Jay-Z verkauft Firmenanteile für 630 Mio. Dollar

22 Business-Turbos für beruflichen Erfolg
So starten Unternehmen in Rekordzeit durch



Aleksandar Novakovic
Seite 26

Anstrengung steht auch im Alphabet vor Erfolg
Seite 18

LEBEN

14 Internationaler Frauentag

Die Corona-Krise als Hürde und Chance für mehr Gleichberechtigung

26 Erfolg ist ein Lifestyle

Aleksandar Novakovic im Interview

»Ich bin eine Schauspielerin, Marke, eine Geschäftsfrau. Ich bin alles Mögliche!«



Paris Hilton

Schauspielerin, Marke, Geschäftsfrau

Seite 6

EINSTELLUNG

18 Anstrengung steht auch im Alphabet vor Erfolg

Martin Limbeck

BUCHTIPPS

Alle Seite 29

Vorbei mit der Aufschieberei!

Neil Fiore

Fokus!

Hermann Scherer

Die spinnen, die Jungen!

Steffi Burkhart

Ambition

Dorothea Assig, Dorothee Echter

Erkenne deine Stärken

Gallup / Don Clifton

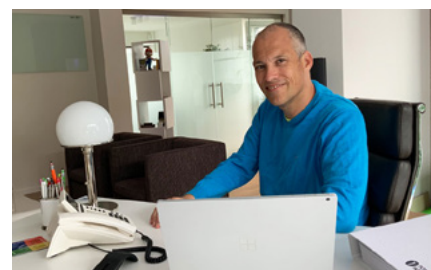
Der Weg zum Wesentlichen

Stephen R. Covey, A. Roger Merrill, Rebecca R. Merrill, Alexandra Altmann

FOUNDERS DESK

28 Prof. Dr. Oliver Pott

Kreativzentrale mit eigenem Eiscafe





Paris Hilton:

Schauspielerin, Marke, Geschäftsfrau

Michael Jagersbacher beleuchtet das Leben von Paris Hilton, einer Stil-Ikone, die sich selbst zu vermarkten weiß.

Paris Whitney Hilton wurde am 17.2.1981 in New York City geboren. Was fällt Ihnen ein, wenn Sie diesen Namen hören? Was sind die Meilensteine

dieser Person, was ihre Erfolge, für die sie berühmt ist? Es fällt Ihnen kaum etwas ein? Reicht es also aus, lediglich

die Erbin eines Milliarden-Imperiums zu sein? Ich bin der Ansicht, dass das nicht stimmt und habe mich deshalb mit der Marke und dem Menschen Paris Hilton etwas genauer auseinandergesetzt.

Wer oder was ist Paris Hilton?

Eine Frage, die gar nicht so einfach zu beantworten ist. Doch schauen wir, wie sie sie selbst beantworten würde: „Ich bin eine Schauspielerin, Marke, eine Geschäftsfrau. Ich bin alles Mögliche!“ Eine etwas diffuse Antwort, doch vielleicht ist genau dies die Erfolgsstrategie von Frau Hilton. Doch sehen wir uns den Beginn ihres Wirkens an. Paris Hilton ist die älteste Tochter von Richard Hilton und Kathy Richards-

Hilton. Sie hat eine jüngere Schwester namens Nicholai „Nicky“ Hilton und zwei jüngere Brüder, Barron und Conrad Hilton, die aber wesentlich seltener in den Schlagzeilen Aufmerksamkeit erregen als

ihre beiden Schwestern. Mit 17 Jahren verließ Paris die Schule, um zu modeln. GQ und FHM sorgten für ihren ersten

Durchbruch im Modelgeschäft, weil sie für deren Titelseite fotografiert wurde.

Die Hiltons im Fernsehen und im Kino

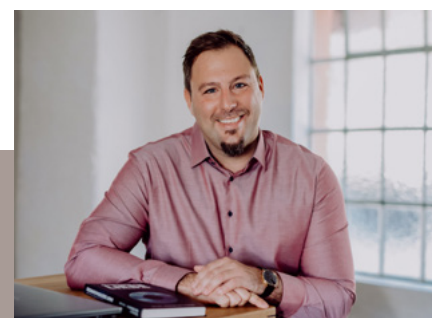
FOX startete im Jahr 2003 eine Real-Life-Doku mit den Hilton-Schwestern – „The Simple Life“, welche sie dabei filmte, wie sie mit dem ländlichen Leben zurecht-

kommen. Leider waren die Einschaltquoten eher mager, was sich schlagartig änderte, als ein Sextape von Paris auf den Markt kam. Plötzlich war Paris jedem ein Begriff und die Doku-Soap wurde ein voller Erfolg. Sie wurde nach fünf Staffeln abgesetzt.

Kleinere und etwas größere Rollen in Filmproduktionen („House of Wax“) folgten, doch der ganz große Durchbruch blieb ihr im Filmgeschäft verwehrt. 2008 gab es noch eine Doku-Soap, in welcher Paris eine beste Freundin suchte. Doch das war es mit der großen Film- und Fernsehkarriere. Neuen Gesprächsstoff liefert jedoch die neueste Doku über ihre Person im Jahr 2020, aber dazu später mehr.

„Ich bin eine Schauspielerin,
Marke, eine Geschäftsfrau.
Ich bin alles Mögliche!“

Michael Jagersbacher ist Kommunikationstrainer, Unternehmer und Buchautor. Auf seinem Blog www.michael-jagersbacher.at gibt er Tipps, wie man sympathischer wird und mehr Profil erhält.



Konflikte mit dem Gesetz

Aufsehen erregten ihre Kollisionen mit der Polizei, da sie 2006 betrunken am Steuer ihres Autos erwischt wurde. Sie musste ihren Führerschein abgeben. 2007 wurde sie, noch immer ohne Führerschein, wieder beim Autofahren erwischt und verstieß somit gegen ihre Bewährungsauflagen. Das Gericht bestrafte sie mit einem Freiheitsentzug von 45 Tagen. Nach etlichen Interventionen von Paris selbst und ihrer Familie gab es eine Milderung des Strafmaßes auf 23 Tage. Aus „medizinischen“

Gründen wurde sie dann nach nur drei Hafttagen entlassen und durfte ihre Strafe im Hausarrest verbüßen. Wegen Unstimmigkeiten im Ablauf musste sie dann noch eine Nacht ins Gefängnis, womit ihre Strafe vollends verbüßt war. 2010 wurden Drogen in ihrem Wagen gefunden und sie wurde wegen Drogenbesitz verhaftet. Am nächsten Morgen durfte sie ohne Kautions gehen.

Paris, die Geschäftsfrau

Mit ihrer Schwester gründete sie ein Modelabel in Japan, welches Taschen designte. Darüber hinaus „verkaufte“ sie ihren Namen an eine Clubkette, die damit warb. Leider zeigte sich Paris zu selten in diesen Clubs, weshalb sie wieder schließen mussten, so der Besitzer. Darüber hinaus war sie kurze Zeit (2006) im Musikbusiness tätig, allerdings mit äußerst begrenzten Erfolgen. Einzig ihre Singleauskopplung: „Stars are blind“ verkaufte über

500.000 Einheiten. Doch weitere Hits stellen sich nicht ein. Der Rest ihres beruflichen Lebens besteht darin, von Party zu Party zu reisen und das Jetset-Leben zu genießen, somit ihrer Marke „Paris Hilton“ gerecht zu werden.

Insgesamt zeichnet sie sich verantwortlich für 17 verschiedene Produktlinien, ist eine gern gebuchte Werbeikone und verdient mit jedem ihrer DJ Gigs eine Million Dollar. Kurz zusammengefasst: Die Frau kann sich wirklich gut vermarkten.

„Meine Methode,
das Interesse der Leute an mir wach zu halten,
ist, immer zu lächeln
und so wenig wie möglich zu sagen.“

Lockdown-Veränderungen

Aktuell hört man jedoch völlig neue Töne der Milliarden-Erbin. In ihrer neuesten Dokumentation: „Die wahre Geschichte von Paris Hilton“ versucht sie eine neue, komplexere und feinfühlere Seite von sich selbst zu zeigen. Ihr bisheriges Leben habe sie nur geschauspielert, das dumme Blondinchen gemimt, in Wahrheit sei sie klug und gütig und möchte dies fortan unter Beweis stellen: „Das größte Missverständnis ist, dass die Leute von mir denken, dass ich dieses verdorbene Luder bin. Aber das bin ich nicht. Ich bin das totale Gegenteil.“ Der Lockdown habe ihr gezeigt, dass es auf andere Werte ankommt. Auch nach all den

Jahren schafft es die zukünftige Milliarden-Erbin noch immer, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Derzeit (November 2020) haben bereits über 18 Millionen Menschen ihre Dokumentation auf YouTube verfolgt. Was immer man auch von diesen Ansagen und Aussagen halten möchte, wir können in jedem Fall gespannt sein, wie es im Hause Hilton weitergeht.

Der Glanz der Beschränktheit

Es ist nicht so entscheidend, wer Paris

Hilton wirklich ist oder wie klug sie tatsächlich ist. Entscheidend ist für sie und ihr Imperium, für ihre Marke, in welche Schublade die Menschen sie stecken. Dement-sprechend lieferte sie in der Vergangenheit genau das, was die Medien von

ihr erwarteten, mit Aussagen wie folgenden:

„Barbie war immer eine meiner Heldinnen. Sie mag zwar nichts tun, sieht dabei aber immer blendend aus“ oder mit solchen:

„Meine Methode, das Interesse der Leute an mir wach zu halten, ist, immer zu lächeln und so wenig wie möglich zu sagen.“ Diese Zitate bedienen das Klischee des dummen, verzogenen und völlig oberflächlichen Görs par excellence. Paris liefert wie bestellt und dies bereits über Jahrzehnte. Insofern kann man durchaus zu dem Schluss kommen, dass sie sehr klug im Aufbau ihres Imperiums vorgeht.

Spannend wird es nun sein, wie die Leute reagieren, wenn sie ihr Image komplexer und tiefgründiger gestalten möchte. Wir können uns jedoch sicher sein, dass auch hier ein großer Plan im Hintergrund vorherrscht, sonst wäre es kein Hiltonscher Plan.

„Das größte Missverständnis ist,
dass die Leute von mir denken,
dass ich dieses verdorbene Luder bin.
Aber das bin ich nicht.
Ich bin das totale Gegenteil.“



Bild: Depositphotos / s_bukley



SVEN MARTINEK
Schauspieler

„Pisser“

**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



Oprah ist die große Börsen-Gewinnerin



Talkshow-Ikone **Oprah Winfrey** ist nicht nur vor und hinter der Kamera, sondern auch als Start-up-Investorin erfolgreich.

Was Oprah vormacht, macht der Rest der Welt nach. So üben sich immer mehr Prominente zunehmend als Investoren und auch unter nicht-prominenten Investoren sind Oprahs Investment-Tipps gefragt.

Man kennt und liebt sie als Talkshow-Star, Schauspielerin und Produzentin. Vor allem aber ist sie eins: Geschäftsfrau. Sie weiß es, sich selbst zu vermarkten und setzt immer wieder neue Trends, denen Fans, Bewunderer und Nacheiferer nur allzu gern folgen – und das nicht nur in den Medien. Auch mit ihren Investitionen sorgt die beliebte Milliardärin für Aufruhr.

Seit Jahren investiert sie erfolgreich in Unternehmen, insbesondere in gesunde Lebensmittel-Produkte. Mit ihrer 34-Millionen-Dollar Investition unterstützte sie damals die Diät-Kette Weight Watchers, wurde zur Werbefigur und zum Vorstandsmitglied. Seit Winfreys Investition hat sich der Wert der WW-Aktie bereits versechsfacht. Außerdem ist sie an der Restaurantkette „True Food Kitchen“ und an dem Start-up „Apeel Sciences“ beteiligt, das an der Herstellung von pflanzenbasierten Lebensmittelbeschichtungen arbeitet.

Im vergangenen Sommer investierte Oprah in den veganen Hafermilchhersteller „Oatly“, neben anderen namenhaften Größen wie Schauspielerin Natalie Portman, Rapper Jay-Z und Finanzinvestor Blackstone. Für

Oatly kamen dabei im Juli insgesamt 200 Millionen Dollar zusammen. Zu dem Zeitpunkt wurde der vegane Lebensmittelhersteller von Pitchbook mit zwei Milliarden Dollar bewertet. Bald könnte das Unternehmen für schätzungsweise fünf Milliarden Dollar an die Börse gehen und das Vermögen der Talkshow-Queen weiter vergrößern, berichtet das Handelsblatt.

Was Oprah vormacht, macht der Rest der Welt nach. So üben sich immer mehr Prominente zunehmend als Investoren und auch unter nicht-prominenten Investoren sind Oprahs Investment-Tipps gefragt. Investment-Webseiten wie Motley Fool und die Technologie-Börse Nasdaq haben bereits Listen mit Oprahs besten Tipps zum Tätigen von Investitionen veröffentlicht. Dort begegnet man Weisheiten wie „investiere nur in

»Ich denke immer noch
zweimal nach, bevor ich
etwas kaufe.«

das, was du kennst und verstehst“, „halte Aktien lange“ und „diversifiziere“. In ihrer Autobiografie schreibt Oprah dazu: „Ich denke immer noch zweimal nach, bevor ich etwas kaufe.“ Ihre eigene Produktionsfirma hingegen hält die bedachte Investorin von der Börse fern. „Ich habe gern die Kontrolle über mein Schicksal“, erläutert sie diese Entscheidung 2019 in einem Fernsehinterview mit Scott Wapner auf CNBC.

WISSEN ZU GELD

Prof. Dr. Oliver Pott zeigt, wie Sie aus Ihrem Know-how ein digitales Business aufbauen

Was er anfasst, wird zu Gold. Prof. Dr. Oliver Pott ist Mehrfachgründer und hat gleich drei seiner Firmen zu millionenschweren Unternehmen aufgebaut.

Dabei ging es ihm zu Anfang gar nicht um Technik. Prof. Dr. Oliver Pott studierte und promovierte im Fach Neurochemie an der Berliner Humboldt-Universität. Doch schon während des Studiums der komplexen Zusammenhänge von Nerven und chemischen Botenstoffen befasste er sich intensiv mit dem Internet und Netzwerken.



Der Vordenker gründete 2005 mit der Software-Download-Plattform „Blitzbox“ eine der ersten Plattformen dieser Art. Die Innovation spülte innerhalb zweier Jahre über vier Millionen Euro Umsatz in die Kassen, bevor Prof. Dr. Pott sie schließlich für mehrere Millionen Euro an den französischen Avanquest-Konzern verkaufte.

Auf founder.de erklärt er seit 2005, wie sich eine Idee ohne Kapital in ein Web-Business umsetzen lässt. Unter den Menschen, die sich an ihn wenden, sind TV-Moderatoren, Fußball-Bundesliga-Profis, Professoren, Anwälte und Ärzte, denen er zeigt, wie sich ein erfolgreiches Wissens-Business aufbauen lässt. Heute arbeitet Prof. Dr. Oliver Pott am Thema

Wissen zu Geld
von **Oliver Pott**
240 Seiten
Erschienen: Oktober 2020
campus Verlag
ISBN: 978-3-593-51268-6

»Wer über gutes, hochwertiges Wissen verfügt, kann dieses leicht in ein gutes Einkommen umwandeln – sei es als Angestellter oder als Freiberufler.«

Wissens-Digitalisierung mit anerkannten Top-Experten wie Bodo Schäfer, Hermann Scherer und Dirk Kreuter. Außerdem lehrt der Professor seit 2010 in Paderborn Unternehmensgründung und Internet-Marketing. Seine Idee ist so einfach wie klar: In der Informationsgesellschaft wird derjenige am besten bezahlt, der über das meiste Wissen verfügt.

Wer über gutes, hochwertiges Wissen verfügt, kann dieses leicht in ein gutes Einkommen umwandeln – sei es als Angestellter oder als Freiberufler. Jeder Mensch trägt spezielles Know-how in sich, für das andere gut und gern bezahlen. Dazu zählen die klassischen Berufe der „Wissensarbeiter“ wie z. B. Ärzte, Ingenieure, Coaches, Berater oder Anwälte. Es liegt auf der Hand, dass diese Menschen Kopfarbeiter sind und sich ihr Wissen gut bezahlen lassen. Sie haben das Luxus-Problem, ihre wertvolle Lebenszeit und 50-Stunden-Wochen gegen gutes Geld einzutauschen.

Die Krise zeigt: Das eigene Wissen ist die wertvollste Währung. Es muss nur einmalig



»Diese Wissens-Skalierung bedeutet oft einen großen Sprung im Einkommen bei zugleich höherer Lebensqualität, weil die Zeit-gegen-Geld-Bezahlung aufgehoben ist.«

digitalisiert werden und kann dann auf sehr lange Zeit verkauft werden. Hier hilft eine klare Strategie, um aus diesem Know-how ein Internet-Business zu machen: Digitalisierung dieses Wissens. Dazu muss Ihr Wissen nur ein einziges Mal systematisiert, aufbereitet und veredelt werden.

Aus der Veredelung heraus entsteht die Frage, welche der Bereiche des eigenen Wissenspektrums sich am besten vermarkten lassen. Dazu ist es nötig, das Wissen in Bereiche zu zerlegen und den Bereich herauszufiltern, der das beste Business-Modell eröffnet. Hernach geht es an den Ausbau dieses Bereichs und die Entwicklung einer eigenen, nicht mehr durch andere Menschen zu kopierenden „Spezialmethode“. Erst jetzt ist der Schritt gekommen, das Wissen im Internet zu promoten, denn ansonsten weiß niemand, dass es dieses Wissen überhaupt

gibt. Aus der Sichtbarkeit entsteht dann der erste zahlende Kundenstamm.

Dabei ist es wie bei der Produktion eines Kinofilms: Die erste Kopie ist die teuerste. Aber sie muss eben nur ein einziges Mal produziert werden. Danach lassen sich beliebig viele Exemplare für geringste Kosten herstellen und über Jahrzehnte für gutes Geld verkaufen. Diese Wissens-Skalierung bedeutet oft einen großen Sprung im Einkommen bei zugleich höherer Lebensqualität, weil die Zeit-gegen-Geld-Bezahlung aufgehoben ist. Statt im System zu arbeiten, ist nun die Möglichkeit gegeben, am System zu arbeiten

»Das Profi-Modell ‚Funnel Marketing‘ kommt dann zum Einsatz, wenn mehrere Produkte in einem Wissens-Business vermarktet werden wollen.«

und das Business immer weiter zu verbessern.

Neukunden zu gewinnen ist aus der Sichtbarkeit heraus problemlos, wenn die Strategie stimmt. Denn Sichtbarkeit ist im Internet ein Rohstoff, der sich für ein geringes Budget kaufen lässt: Wer 1.000 Menschen erreichen möchte, die sich haargenau für dieses spezielle Thema interessieren, kann dies für gerade einmal zehn oder vielleicht zwanzig Euro bekommen. Sichtbarkeit und Neukundengewinnung erledigen Google, Youtube, Facebook und Instagram für den Wissensanbieter.

Das Profi-Modell „Funnel Marketing“ kommt dann zum Einsatz, wenn mehrere Produkte in einem Wissens-Business vermarktet werden wollen. Dafür stellt Prof. Pott außerdem Systeme und Modelle zur Digitalisierung vor, die sich je nach Wissens-Business unterscheiden. Eine Möglichkeit ist, einen Online-Kurs gegen eine Einmalgebühr zu verkaufen. Wer dauerhaftes Einkommen anstrebt, sollte sein Wissen jedoch gegen eine monatliche Zahlung verkaufen („Fitnessstudio-Modell“).

Der wohl wichtigste Rat aus Prof. Potts zwanzigjähriger Erfahrung: „Planen Sie Ihr Wissens-Business professionell strukturiert, bevor Sie starten.“ Genau wie ein Hausbau mit einem Architekten-Bauplan beginnt und nicht mit dem Materialkauf auf gut Glück, ist es nicht sinnvoll, gleich eine Website, einen Facebook-Account und weitere Technikbausteine einzurichten.

Sein neuestes Werk „Wissen zu Geld“ zeigt, wie Coaches, Experten, Speaker und andere Wissensarbeiter ihr Wissen digitalisieren und damit Dauereinkünfte erzielen können. Das Buch hat Oliver

Pott gemeinsam mit

seinem Co-Autor Jan Bargfrede herausgebracht. Es ist unter www.founder.de/wissen-zu-geld erhältlich.

INTERNATIONALER FRAUENTAG

Die Corona-Krise als Hürde und Chance für mehr **Gleichberechtigung**

Wie jedes Jahr wurden auch an diesem 8. März die Rechte gefeiert, die sich Frauen bisher erkämpft haben, und an die Ungerechtigkeiten erinnert, die noch immer zu ihrem Alltag gehören. Gleichzeitig steht der Internationale Frauentag selbst in der Kritik: Es handle sich bei dem Aktionstag bloß um „symbolische Schmeichelei“, der mit „realer Gleichberechtigung“ nicht viel zu tun habe, so Alice Schwarzer, eine der bekanntesten Feministinnen Europas und Herausgeberin der Frauenzeitschrift „Emma“, in einer Videokolumne. Deshalb fordert sie die Abschaffung des Weltfrauentags.

Hand aufs Herz: Was hat der Internationale Frauentag wirklich für die Gleichberechtigung von Frauen geleistet? Warum sollte an nur einem Tag im Jahr auf Ungerechtigkeiten in der Gesellschaft aufmerksam gemacht werden, damit es für den Rest des Jahres wieder „business as usual“ heißen darf? Schon seit einiger Zeit werden die Rufe unter Feministinnen lauter, die die Existenz

des Weltfrauentags als bloßes Aufmerksamkeitstheater abtun. Viel angebrachter als ein Blumenstrauß, ein Facebook-Post, eine Sondersendung oder eine nette Rede wäre doch Realpolitik, die tatsächlich mit den Ungerechtigkeiten aufräumt, mit denen sich Frauen tagtäglich und in unterschiedlichen Lebensbereichen auseinandersetzen müssen.

»Es sind überwiegend Frauen, die in systemrelevanten Berufen arbeiten. Gleichzeitig werden sie häufiger Opfer häuslicher Gewalt.«

Einer aktuellen Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) zufolge hat Deutschland einen der höchsten Gender Pay Gaps in ganz Europa. Jetzt hat auch die Corona-Krise unmissverständlich verdeutlicht: An der Gleichberechtigung von Männern und Frauen in Deutschland muss noch einiges getan werden. Es sind überwiegend Frauen, die in systemrelevanten

ten Berufen arbeiten. Gleichzeitig werden sie häufiger Opfer häuslicher Gewalt. Hinzu kommt, dass viele Frauen in Minijobs beschäftigt sind und deshalb kein Kurzarbeitergeld bekommen. Auch arbeiten viele Frauen in Teilzeit. Da gibt es zwar Kurzarbeitergeld, jedoch machen hier zehn bis zwanzig Prozent des Nettoeinkommens einen großen Unterschied in der Haushaltskasse. Deshalb forderte das DIW, dass Rettungspakete und Konjunkturmaßnahmen einem Gender-Budgeting folgen sollten. Währenddessen ist der Anteil von Frauen in den Vorständen von DAX-Konzernen zurück auf den Stand von 2017 gesunken.

Die „neue Normalität“ im Lockdown wirkt sich schwerwiegender auf den Alltag von Frauen als auf den der Männer aus. Homeoffice, Homeschooling und Hausarbeit bleiben zum Großteil an Frauen hängen. Eine neue Studie des DIW kam zu dem ernüchternden Schluss: Die Pandemie verstärkt die bestehende Rollenverteilung. Der Anteil der Familien, in denen sich fast ausschließlich die Mutter um die Kinder kümmert, hat sich fast verdoppelt, während



sich der Anteil der Familien, in denen sich die Sorgearbeit auf beide Elternteile aufteilt, kaum verändert hat. Das kommt daher, weil der Anteil der Familien, in denen die Mutter „überwiegend“ die Betreuung der Kinder übernimmt, gesunken ist. Die überwiegende Verantwortung wurde zur alleinigen Verantwortung.

Im Schnitt trifft die aktuelle Krise Frauen härter als Männer. Sie kann aber auch als Chance genutzt werden: „Wenn Homeoffice besser verfügbar ist, führt das dazu, dass insbesondere Mütter mehr arbeiten“, erklärt Melanie Arntz, stellvertretende Leiterin des Forschungsbereichs „Arbeitsmärkte und Personalmanagement“ des Leibniz-Zentrums für Europäische wirtschaftsforschung

in einer Pressemitteilung. Das könnte zu einem Aufstocken der Arbeitszeiten für Frauen führen. „Wenn Väter jetzt mehr Aufgaben in der Kindererziehung und im Haushalt übernehmen, könnte das langfristig positive Folgen für Frauen haben“, so Arntz weiter. „Für einen beträchtlichen Anteil der Familien ist das jedoch nicht der Fall. Wenn der Lockdown die klassische Rollenverteilung stärkt, profitieren Frauen von einer verstärkten Nutzung der Heimarbeit nach der Coronapandemie vermutlich weniger, mit nachteiligen Auswirkungen auf ihre langfristigen Karrierechancen.“

»Wenn Väter jetzt mehr Aufgaben in der Kindererziehung und im Haushalt übernehmen, könnte das langfristig positive Folgen für Frauen haben.«

Das einzig Gute an der Krise: Sie hat es unmöglich gemacht, die Missstände in Sachen Gleichberechtigung von Frauen und Männern weiter unter den Teppich zu kehren. Es bietet sich die Gelegenheit zu fundamentalem Umdenken – doch braucht es mehr als einen Aktionstag, um das zu erreichen.

INSPIRATION. TIPPS. TAKTIK. DAS LESEN GRÜNDER



WWW.FOUNDERS-MAGAZIN.DE

JEDEN MONAT ALS EPAPER GRATIS

Jay-Z verkauft Firmenanteile für 630 Mio. Dollar

Moët Hennessy, die Spirituosenpart des französischen Luxusgüterkonzerns LVMH, teilte Ende Februar mit, 50% von Jay-Zs Anteilen an der Champagnermarke Armand de Brignac gekauft zu haben. Zu den finanziellen Konditionen dieses Kaufs äußerte sich Moët Hennessy nicht. Forbes schätzt den Deal auf rund 630 Millionen US-Dollar. Besonders die Übernahme des weltweiten Vertriebs durch LVMH dürfte von besonderem Vorteil für den Rap-Milliardär sein.

2006 war Jay-Z bei Armand de Brignac eingestiegen, nachdem er die wegen ihres Pik-Ass Logos als „Ace of Spades“ bekannte Marke entdeckt und in seinem Musikvideo

„Show Me What You Got“ beworben hatte. 2014 übernahm er die Marke komplett und brachte den Champagner auch neuen Konsumentengruppen näher. Die Verkaufszahlen konnten sich sehen lassen: 2019 verkaufte Armand de Brignac rund 500.000 Flaschen für hunderte von Dollar pro Stück.

Die Partnerschaft mit der Arnault Familie, angefangen mit Alexandre Arnault und weitergeführt mit dessen Vater Bernard Arnault und Philippe Schaus, habe sich „die ganze Zeit altvertraut angefühlt“, sagt Shawn Jay-Z Carter in der Pressemitteilung. Philippe Schaus erklärt, dass es sich um eine Partnerschaft zweier gleichberechtigter Parteien handle, die Armand de Brignac gemeinsam als Luxusgut für heutige und folgende Generationen von Kunden zementieren wollen.



Martin Limbeck erklärt, warum sich Hobby und Beruf klar unterscheiden.

Mache dein Hobby zum Beruf, dann brauchst du ein Leben lang nicht arbeiten.“

Be-
stimmt hast du diesen Spruch schon mal gehört, oder? Um es ganz deutlich zu sagen: Ich halte davon gar nichts. Weil Hobby und Beruf für mich zwei verschiedene Paar Schuhe sind. Geh mal in dich und frag dich, was dein Hobby ist und warum du es gerne tust. Ich gehe zum Beispiel gerne Angeln. Weil ich dabei runterkommen kann. Ich genieße die Ruhe, die Natur und verbringe meistens dabei auch Zeit mit meinen Hunden. Wie soll ich das bitte zum Beruf machen? Indem ich ein Angelfachgeschäft eröffne oder Sportfischer werde? Klar könnte ich das machen – doch damit ginge mir garantiert der Spaß an der Sache verloren. Weil es dann keine Entspannung mehr ist. Weil ich dann

nicht mehr Angeln kann, wenn ich Lust dazu habe. Sondern weil ich dann Angeln muss, um Geld zu verdienen. Und zu allem

Ich war für mein junges Alter wahnsinnig erfolgreich. Und das habe ich vor allem meinem Fleiß und meiner Hartnäckigkeit zu verdanken. Das sind Werte, die viele junge Menschen heute gar nicht mehr kennen.

Überfluss müsste ich mir dann auch noch ein neues Hobby suchen. Nein danke!

Erfolg ist das Resultat von Disziplin, Fleiß und harter Arbeit

Natürlich ist es sinnvoll, einen Beruf zu ergreifen, der im Idealfall für dich auch eine Berufung ist. Doch weißt du das immer von Anfang an? Oft ergibt sich so was auch. Für mich war früh klar: Wenn ich groß bin, will ich Porsche fahren. Also habe ich mich gefragt: Welcher Beruf ermöglicht

mir das? Ich habe schnell gemerkt, dass ich eine große Klappe habe und ein Händchen dafür, Menschen etwas zu verkaufen. Damit

war die Richtung klar. Doch auch ich bin nicht eines Tages wach geworden und hatte die Schlüssel für einen 911 auf dem Nachttisch liegen. Der Weg dorthin war steil, steinig und gepflastert mit Hindernissen. Ich erinnere mich noch wie heute

an die Schulung, die ich zu Beginn meiner Verkäuferlaufbahn mitgemacht habe. Zwei Wochen Produktschulung und Übungen, dann ging es raus auf die Fläche. Wir waren ein Haufen hoch motivierter junger Kerle – doch nach zwei Jahren waren von den 28, die mit mir gemeinsam angefangen hatten, nur noch zwei Juniorverkäufer übrig.

Ich habe geackert wie ein Verrückter. Ablehnung und Absagen waren mir egal. Aufstehen, Mund abwischen, weitermachen.

Anstrengung

steht auch im Alphabet vor Erfolg!

Ich war für mein junges Alter wahnsinnig erfolgreich. Und das habe ich vor allem meinem Fleiß und meiner Hartnäckigkeit zu verdanken. Das sind Werte, die viele junge Menschen heute gar nicht mehr kennen. Weil sie sich im Leben bisher nicht anstrengen mussten. Weil Mami und Papi sofort eingesprungen sind und alles aus dem Weg geräumt haben, was für das Kind unangenehm werden könnte. Das Training beim

Fußballverein macht keinen Spaß, weil der Trainer nicht sofort erkennt, dass er es mit dem nächsten Ronaldo zu tun hat? Macht nichts, dann wird eben der nächste Verein ausprobiert. Und über das, was sich inzwischen an den Schulen abspielt, möchte ich eigentlich gar nicht reden. Eltern, die allen Ernstes mit den Lehrern Noten ausdiskutieren und vor Gericht ziehen? Mein Vater hat höchstens gesagt: „Geschieht dir recht,

streng dich beim nächsten Mal halt mehr an.“ Ich bin extrem dankbar für die Werte, die mir meine Eltern vermittelt haben.

Dranbleiben und durchbeißen!

Als Unternehmer merke ich heute am eigenen Leib, was aus diesen Kindern wird. Die meisten sind gar nicht in der Lage, sich durchzubeißen. Der eine oder andere taumelt noch mit Anfang dreißig orien-

Wir waren ein Haufen hoch motivierter junger Kerle – doch nach zwei Jahren waren von den 28, die mit mir gemeinsam angefangen hatten, nur noch zwei Juniorverkäufer übrig.





Sie hat am eigenen Leib erfahren müssen, wie ihr Hobby zum Albtraum wurde. Sie musste ständig trainieren, um in Shape zu bleiben. Denn bereits ein oder zwei Kilo mehr wurden von den Fans mit Argusaugen erspäht und kommentiert.

tierungslos durchs Leben, weil einfach nicht der passende Job oder Arbeitgeber dabei ist. In der Regel siehst du diese Mitarbeiter auch nicht lange. Immer öfter erlebe ich es, dass ein Mitarbeiter bereits nach wenigen Wochen wieder hinschmeißt. Weil er sich den Arbeitsalltag anders vorgestellt hat. Weil ihm der Job doch nicht so liegt. Weil er zu wenig Zeit für seine Freundin hat. Und so weiter. Inzwischen kannst du als Unternehmer schon froh sein, wenn du überhaupt den Grund erfährst. Denn viele junge Menschen trauen sich nicht, ihn dir ins Gesicht zu sagen. Die kommen einfach am nächsten Tag nicht mehr ins Büro. Dann darfst du ihnen hinterher telefonieren. Und nur die wenigsten haben den Arsch in der Hose, eine Sache wenigstens ordentlich zu Ende zu bringen. Noch zwei Wochen bis Monatsende? Keinen Bock – und schon flattert die Krankschreibung ins Haus. Ganz ehrlich: Das hätten wir uns früher niemals getraut!

Seifenblasen-Träume und finstere Aussichten

Und es ist genau diese Generation, die davon träumt, ihr Hobby zum Beruf zu machen. Um möglichst gechillt zur ersten Million zu kommen. So viel Platz gibt es am Markt jedoch gar nicht für die ganzen Profi-Gamer und Möchtegern-Influencer. Und wer in diesem Feld erfolgreich sein möchte, muss auch ganz schön ranklotzen. Erinnerst

du dich an die Fitness-Influencerin Sophia Thiel, die 2019 plötzlich von der Bildfläche verschwand und über eine Million Follower ratlos zurückließ? Sie hat am eigenen Leib erfahren müssen, wie ihr Hobby zum Albtraum wurde. Sie musste ständig trainieren, um in Shape zu bleiben. Denn bereits ein oder zwei Kilo mehr wurden von den Fans mit Argusaugen erspäht und kommentiert. Die immer schneller wachsende Community forderte noch mehr Stories, Content

und ständige Präsenz. Das klingt für mich nicht mehr nach Hobby und Spaß, sondern nach einem echten Knochenjob. Die Folge im Fall von Sophia: ein physischer

Zusammenbruch und rund zwei Jahre völlige Social-Media-Abstinenz.

Also lieber ein Start-up gründen? Ich arbeite öfter mit jungen Gründern und fungiere auch als Business Angel. Doch manchmal bleibt mir auch da echt die Spucke weg. Dann sitzen da drei junge Kerle Anfang zwanzig und erzählen mir von ihrer Geschäftsidee. Und das, was sie am besten ausgearbeitet haben, ist der Exitplan. Kein Witz! Die wollen das Ding nur hochziehen, um es in drei Jahren zu verkaufen und dann gechillt von dem Ertrag zu leben. Mit der Einstellung kann das aus meiner Sicht nichts werden – egal, ob Hobby oder nicht. Und diese jungen Menschen sind die Zukunft unserer Wirtschaft. Na dann prost Mahlzeit Deutschland.

Doch manchmal bleibt mir auch da echt die Spucke weg. Dann sitzen da drei junge Kerle Anfang zwanzig und erzählen mir von ihrer Geschäftsidee. Und das, was sie am besten ausgearbeitet haben, ist der Exitplan.

Martin Limbeck, Inhaber der Limbeck® Group, ist einer der führenden Experten für Sales und Sales Leadership in Europa. Zusammen mit seinem Team hilft der vierfache Bestseller-Autor Unternehmen dabei, ihren Vertrieb auf den Punkt zu bringen – denn Vertrieb. Macht. Zukunft.



WORTE BRAUCHEN FREIHEIT





BUSINESS-TURBOS FÜR BERUFLICHEN ERFOLG: SO STARTEN UNTERNEHMER IN REKORDZEIT DURCH

Philip Semmelroth erklärt, wie man sein Geschäft durch 55 Business-Turbos erfolgreicher machen kann.

Wer als Unternehmer Erfolg haben will, braucht praxisnahe Lösungen, um sein Geschäft täglich auf Kurs zu halten und gleichzeitig für die Zukunft gut aufzustellen. Philip Semmelroth hat 55 Business-Turbos für KMU entwickelt, die erfolgreiche Geschäfte in Rekordzeit garantieren. Sie basieren auf seinem Erfahrungsschatz als Unternehmer und Unternehmensentwickler. Fünf dieser praxiserprobten Turbos lesen Sie hier in aller Kürze – die vollständigen Tipps und noch 50 weitere finden Sie in seinem aktuellen Buch.

Turbo 5/55: Relevanz ist wichtiger als Erfahrung

Die Wertigkeit eines Angebots richtet sich nicht danach, wie lange Unternehmen etwas schon machen, sondern, wie nah sie an der Materie dran sind. Als die Coronapandemie startete, war es ein 17-jähriger Schüler, der weltweit die beste Info-Website bereitstellte. Die Zugriffe auf seiner Seite wuchsen schnell auf über 700 Millionen. Ein Teenie schafft, was große Apparate mit jahrzehntelanger Erfahrung nicht hinbekommen. Nicht ohne Grund lassen sich Konzerne heute von Start-upern in Sneakers beraten. 30 Jahre Erfahrung im analogen Vertrieb bedeuten nichts mehr, wenn es Firmen nicht gelingt, passgenaue Onlineangebote zu entwickeln.

Inhalte sind kein Wettbewerbsvorteil mehr. Alles ist im Internet verfügbar. Auch das führt dazu, dass nicht mehr langjährige Expertise die Poleposition sichert.

Inhalte sind kein Wettbewerbsvorteil mehr. Alles ist im Internet verfügbar. Auch das führt dazu, dass nicht mehr langjährige Expertise die Poleposition sichert. Entscheidend ist vielmehr, auf Basis vorhandener Informationen durch Kombination und Interpretation Lösungen zu finden, für die es Nachfrage gibt. Das gilt nicht nur im Digitalbereich. Wer zum Beispiel heute eine leistungsfähigere Batterie für Elektroautos entwickelt, könnte sich vor Aufträgen kaum retten. Er hätte die Lösung für den größten Engpass in der E-Mobilität, die Reichweite – relevanter geht es kaum. Wer sich durch die perfekte Abstimmung auf die Bedürfnisse seiner Kunden zu einem Schlüsselanbieter entwickelt, ist gegen jeden Preisdruck immun.

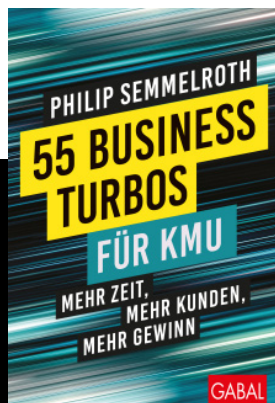
Was dabei hilft, ist eine Labormentalität: Suchen Sie hartnäckig nach neuen Lösungen. Seien Sie mutig und antizipieren Sie Kundenbedürfnisse vorausschauend. Dabei werden Sie auch Dinge entwickeln, die im Markt wenig Akzeptanz finden. Das gehört

dazu. Viele geben an diesem Punkt auf. Doch dächten alle so, gäbe es heute weder Leuchtmittel noch Impfstoffe.

Turbo 10/55: Jedes Unternehmen hat Kunden, die es sich nicht leisten kann

Wer ein Unternehmen startet, braucht Kunden. Am Ende entscheidet nicht deren Anzahl über den Erfolg, sondern deren Qualität. Jeder Kunde ist unterschiedlich lukrativ. Entscheidend ist neben dem Auftragsvolumen der individuelle Kommunikations- und Abstimmungsaufwand. Ein Kunde, der einmal im Jahr eine Druckerpatrone kauft, frisst unendliche Ressourcen, wenn er regelmäßig telefonisch kostenfrei Rat zu Computerproblemen einholt. Um sich im Alltag nicht mit unprofitablen Kontakten zu verschleifen, helfen folgende Maßnahmen:

Reißleine ziehen: Mit „schwierigen“ Kunden ist jede Abstimmung mühsam – weil wiederholt E-Mails verlorengehen, Termine vergessen oder Absprachen missverstanden werden. Verabschieden Sie sich von



Auszug aus dem Buch
**»55 Business Turbos für KMU:
 Mehr Zeit, mehr Kunden, mehr Gewinn«**
 von **Philip Semmelroth**
 272 Seiten
 Erschienen: 28.01.2021
 GABAL Verlag
 ISBN: 978-3-96739-034-6

Kunden, die nicht wissen, was sie wollen, gleichzeitig aber beratungsresistent sind, die sich permanent in Ihre Arbeit einmischen oder Bekannte an Aufgaben setzen, die Sie dann wieder gerade biegen dürfen.

Zeitbomben meiden: Es gibt Kunden, die zahlen Rechnungen immer zu spät. Mal ist die Buchhalterin krank, mal die Rechnung „übersehen“ worden, mal gibt es Rückfragen zu einem kleinen Posten. Wenn Sie ein solches Verhaltensmuster erkennen, trennen Sie sich von dem Kunden.

Kostenpflichtig werden: Prüfen Sie, ob Sie kostenlosen Service kostenpflichtig machen können. Dabei geht es um Beratung, Service oder Garantien. Mit dem Preis steigt auch die Wertschätzung des Kunden für eine Dienstleistung.

Angebotsportfolio bereinigen: Identifizieren Sie Angebote, die Sie nicht mehr verkaufen sollten. Zum Beispiel wenn überdurchschnittlicher Erklärungsbedarf das Ganze zu einem Verlustgeschäft macht. Behalten Sie den Customer Lifetime Value im Auge, also den Ertrag, den Sie mit einem

Kunden voraussichtlich über die gesamte Lebensdauer der Kundenbeziehung erzielen können.

Turbo 20/55: Wer den Kunden ausbildet, verliert den Auftrag

Viele Verkäufer machen den Fehler, Verkaufsgespräche in Seminare zu verwandeln. Oft soll der hohe Redeanteil Unsicherheit verschleiern. Manche Verkäufer überschütten Kunden mit Unterlagen, Broschüren und anderen Hilfsmitteln, um das Gespräch besser steuern zu können. All das basiert auf dem Irrglauben, Verkaufsgespräche würden auf der sachlichen Ebene gewonnen.

Die beste Erfolgsstrategie ist,
 Selbstvertrauen aufzubauen. Nichts ersetzt
 einen starken Glauben an uns selbst.

Gewonnen wird das Gespräch nicht über Detailkenntnis, sondern über eine souveräne Performance – die keinen Zweifel zulässt, dass der Verkäufer weiß, worauf es ankommt. Dabei reichen ein weißes Blatt Papier und ein Stift, um dem Kunden zu versichern, dass er in den richtigen Händen

ist. Wenn es gelingt, das Ziel eindeutig zu klären und mittels einfacher Skizze abzugleichen, dass Kunde und Anbieter das gleiche Verständnis des Jobs haben, ist das Vertrauen gewonnen.

Je größer das Risiko des Interessenten im Hinblick auf sein Investitionsvolumen oder die langfristigen Konsequenzen seiner Entscheidung, desto wichtiger ist es, glaubwürdig zu vermitteln, dass der Kunde nicht jedes Detail der Umsetzung kennen muss. Das gelingt, indem Sie professionell auftreten und verdeutlichen, dass Sie das große Ganze verstehen und im Sinne des Kunden lösen werden. So kann man sich bereits im ersten Gespräch den Auftrag sichern.

Turbo 37/55: Nur schlechte Chefs bezahlen Überstunden

In Zeiten des Fachkräftemangels kämpfen viele Unternehmen mit Nachfrageüberhang:

Mit ihrer kaum wachsenden Mannschaft kommen sie den Aufträgen nicht nach. Der einfachste Ausweg scheint, Überstunden zu vergüten. Doch das hat gravierende Nachteile.

Zum einen kommt je nach Steuerklasse nur wenig auf dem Konto der Crew an. Die fragen sich irgendwann, ob sich die Schufterei wirklich lohnt. Zum anderen führt Mehrarbeit nicht automatisch zu Mehrleistung. Überstunden verlängern zwar die Arbeitszeit. Konzentration und Leistungsfähigkeit lassen aber nach einer bestimmten Zeit

Philip Semmelroth hilft Firmen, profitabler zu werden. Über viele Jahre entwickelte er in seinem IT-Unternehmen die 3P-Strategie; eine Methodik, die Mitarbeiter leistungsfähiger, Prozesse effizienter und Vertriebserfolge planbar macht. Nach 22 Jahren verkaufte er sein Unternehmen erfolgreich an einen Investor, hält heute Keynotes und führt Coachings durch, um andere bei der Transformation zu einem vertriebsfokussierten Business zu unterstützen. Zu seinen Kunden gehören Unternehmen aus verschiedensten Branchen, er arbeitet national und international und ist auf Social Media sehr aktiv.



unweigerlich nach. Menschen brauchen länger für dieselben Aufgaben und machen mehr Fehler.

Auf Dauer rächt sich die Sache. Dann wird zwar mehr gearbeitet (und bezahlt), aber es kommt nicht mehr dabei raus. Nicht nur deswegen ist davon abzuraten, Menschen möglichst lange arbeiten zu lassen. Sie sollten vielmehr die Zeit maximieren, in der sie hochproduktiv sein können. Dazu müssen Unternehmer ihnen alle Störungen und nicht wertschöpfenden Arbeiten vom Hals halten. Wer sich als Chef weigert, für Routineaufgaben eine 450-Euro-Kraft einzustellen, spart an der falschen Stelle. Ein wichtiger Faktor ist auch der Biorhythmus. Als Chef gilt es, Hoch- und Tiefphasen bei der Vergabe von Aufgaben zu berücksichtigen oder Mitarbeitern Flexibilität einzuräumen. Es bringt nichts, Nachtteulen zum Brainstorming um 8 Uhr zu verdonnern. Wer zu viel zu tun hat, sollte lieber Preise erhöhen – und nicht Mitarbeiter bis zum Limit belasten.

Turbo 50/55: Glück ist eine Überwindungsprämie

Die beste Erfolgsstrategie ist, Selbstvertrauen aufzubauen. Nichts ersetzt einen starken Glauben an uns selbst. Solange wir felsenfest davon überzeugt sind, dass wir etwas können, werden wir auch Ergebnisse liefern. Dabei bedeutet Können, dass wir uns zutrauen, eine an uns gestellte Aufgabe zu einem im Vorfeld definierten Termin in guter Qualität erfüllen zu können. Das Übernehmen dieser Aufgabe setzt nicht zwingend voraus, dass wir zum Zeitpunkt ihrer Übernahme vollständig in der Lage sind, alle Einzelheiten mit Bravour zu meistern. Voraussetzung ist vielmehr, zu wissen, dass wir bis Tag x liefern können.

Das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten stärken wir, indem wir Herausforderungen meistern. Manche Menschen haben Angst vor Schlangen, andere vor Höhe und ein



Gewonnen wird das Gespräch nicht über Detailkenntnis, sondern über eine souveräne Performance – die keinen Zweifel zulässt, dass der Verkäufer weiß, worauf es ankommt.

dritter fürchtet sich vor öffentlichen Vorträgen. Hier gibt es nur eins: üben – und am Ende mit einem Fallschirm aus 4.000 Meter Höhe springen. Wer sich bewusst extreme Referenzerlebnisse verschafft, relativiert aktuelle Probleme. Wer eine als unlösbar eingestufte Aufgabe meistert, wächst extrem und schöpft sein Potenzial voll aus. Jeder Mensch hat mehr Potenzial, als er annimmt. Und kann somit mehr im Leben erreichen, als er aktuell erreicht hat. Glück ist eine Überwindungsprämie. Dabei sollten wir Glück nicht mit dem Erreichen des Ergebnisses verknüpfen, sondern mit dem Fortschritt auf dem Weg dahin. Es braucht keinen Erfolg, um glücklich zu sein. Die Welt ist voller unglücklicher Millionäre. Umgekehrt wird ein Schuh draus: Wenn Sie glücklich sind, haben Sie mehr Erfolg.

Umsatz kommt von Umsetzen

Rund 90 Prozent der Unternehmen in Deutschland haben weniger als zehn Mitarbeiter. Kleinstunternehmen bis hin zu

kleinen Mittelständlern bilden damit das Rückgrat unserer Wirtschaft. Dennoch wird in Öffentlichkeit und Politik immer wieder bevorzugt auf die sogenannten Big Five – Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft – oder auch auf die großen DAX-Konzerne geschaut. Von der Realität der KMU sind diese jedoch meilenweit entfernt. Deren Gründer, Eigentümer und Anpacker haben wenig Interesse an abgehobenem BWL-Fachwissen. Was sie brauchen, sind praxisnahe Strategien und Tipps, mit denen sie ihre Unternehmen auf Kurs halten und zukunftsfähig machen. Dieses Buch stellt Sie in den Fokus: Gründer, Soloselbstständige und vor allem Chefs einer Firma mit unter 100 Mitarbeitern. Es gibt hilfreiche und erprobte Tipps zu den drängendsten Fragen des Unternehmerdaseins wie Profitabilität und Prozesse, Kundengewinnung und Wachstum, aber auch zu Erfolgswillen und Persönlichkeit. Denn jedes Unternehmen ist letztlich auch ein Spiegel des Unternehmers.



**Erfolg ist
ein Lifestyle**

Unternehmer, Jetsetter, Freund der Stars – im Interview erklärt **Aleksandar Novakovic**, wie wichtig der Luxus-Lifestyle für sein Erfolgskonzept ist.

Deine Karriere hat im Online-Marketing begonnen. Wie kam die Idee zur eigenen Modemarke?

Online-Marketing ist meine Domäne. Für diese Branche brennt ein Feuer in mir, das nie zu bändigen ist. Als Unternehmer richte ich meinen Fokus nur auf das, was ich verstehe und wofür mein Herz schlägt. Diese Leidenschaft machte mich in den vergangenen Jahren sehr erfolgreich.

Durch den erarbeiteten Erfolg konnte ich mir natürlich auch einen Lifestyle schaffen, der es mir ermöglichte, binnen kürzester Zeit ein Netzwerk von herausragenden Persönlichkeiten aufzubauen. Dazu gehören die bedeutendsten Unternehmer, Rapper, DJs, Clubmanager, Fußballstars und Produzenten der Welt, die mir damals gleichgesinnt waren und heute zu meinen Freunden zählen.

In den meisten Branchen wird es nicht gern gesehen, wenn man mit Geld oder Luxus um sich wirft. In meiner Branche hingegen ist es essenziell. Was viele nicht bedenken, ist, dass ein luxuriöser Lifestyle, den ich gemeinsam mit Freunden und neuen Kontakten genießen kann, unvergessliche Erlebnisse schafft, an die sich jeder Beteiligte für eine lange Zeit erinnert. Diese gemeinsamen Erfahrungen durch einen beeindruckenden Lifestyle sind mein Marketing für Kundenaufbau. Gemeinsam zu feiern ist ausschlaggebend für Erfolg, denn kein Interessent kauft jemals ein Produkt, weil es für sich spricht. Interessenten kaufen durch ihr Vertrauen in und ihren Glauben an dich!

Für viele Menschen ist das Ziel ein luxuriöser Lifestyle und nicht das Business. Sie wollen reich werden, aber nichts dafür tun. Es geht ihnen ums Geld und nicht darum, etwas zu bewegen. Das ist auch der Grund, warum die meisten davon chronisch pleite sind und auch bleiben.

Die Idee zur eigenen Modemarke kam mir nach meinen Erlebnissen und Erfahrungen mit meinen Freunden, von denen die meisten großartige Künstler sind. Sie haben mich dazu inspiriert, mich auch in diesem Bereich auszuleben. Mit meiner Modemarke

„What's the minimum“ war es mir wichtig, etwas Hochwertiges zu kreieren, das limitiert ist – etwas, das nicht jeder hat und genauso begehrt wird wie der Lifestyle, der dahintersteht.

Sind weitere Projekte in Arbeit beziehungsweise in Planung?

Auf jeden Fall! Meine Marke „WTM“ wird neben Mode weitere High-End-Produkte wie z. B. eine luxuriöse Sektmarke und eine dazugehörige Party-Reihe realisieren, sobald

»In den meisten Branchen wird es nicht gern gesehen, wenn man mit Geld oder Luxus um sich wirft. In meiner Branche hingegen ist es essenziell.«

Events wieder möglich sind.

„WTM“ präsentieren wir außerdem in dem internationalen Kinofilm „Someone Dies Tonight“ von Vjekoslav Katusin zusammen mit weltbekannten Hollywood-Größen wie dem Oscar-nominierten Eric Roberts, der Highlander-Legende Christopher Lambert, Tom Sizemore, Costas Mandylor und vielen weiteren.

Darüber hinaus arbeitet mein Unternehmen gerade an einer Education Plattform im Crypto-Bereich. Neben der Wirtschaftlichkeit wird sie vor allem ein Ort der Wissensaneignung sein.

Wie treibst du Innovationen in deinem Unternehmen voran?

Als Kopf des Ganzen habe ich eine Verantwortung zu übernehmen, die mit Abstand am wichtigsten ist. Ich muss die Geschäfte führen und meinem Team vorleben, wie man Unternehmer ist. Als Projektmanager erkenne und analysiere ich den Bedarf auf dem Markt. Anschließend erschaffe ich das Produkt und hole mir für die Fähigkeiten, die ich selbst nicht abdecken kann, die richtigen Visionäre und Experten ins Team. Mein Talent liegt darin, die Trends im Internet zu erkennen und für diese Trends Angebote zu schaffen.

Worauf legst du besonderen Wert?

Um erfolgreich zu sein, ist es wichtig, ein gewisses Wertebewusstsein zu haben. Authentizität, Loyalität, Wertschätzung und zu hundert Prozent ehrlich und direkt zu sein, sind zum Beispiel fundamentale Werte für mich. Ein Wort, das man gibt, sollte verlässlich sein.

In erster Linie sind zusätzlich auch ein gewisser Realismus und ein Bewusstsein für Finanzen extrem wichtig. In einer Bar hörte ich mal, wie sich eine Zahnarzthelferin darüber beschwerte, dass sie kaum Geld habe. Eine Mi-

nute später sprach sie darüber, dass Sie sich gerade neue Valentinos gekauft habe. Das steht für mich in keinem Verhältnis. Wer mit Geld leichtfertig umgeht und es nicht bedacht einsetzt, um es zu vermehren, wird sich nie ein Vermögen aufbauen können.

Wenn man die Entscheidung trifft, sich selbstständig zu machen und ein Unternehmen zu gründen, muss man sich bewusst sein, dass man viele Bereiche abdecken muss. Man trägt alleine die Verantwortung, ob man langfristig erfolgreich wird oder nicht. Früher oder später wird man unter Stress und Druck stehen. In dieser Zeit ist es wichtig, einen kühlen Kopf zu bewahren und sich auf seine Ziele zu konzentrieren. Es heißt nicht umsonst: „An der Spitze ist es einsam.“

Wie wichtig ist Social Media für deinen Erfolg als Unternehmer?

Im Internet ist in meinen Augen vieles lukrativer. Die Geschwindigkeit, in der sich das Internet und die Technologie entwickeln, nimmt auf niemanden Rücksicht. Alles ist schnell und muss immer schneller gehen. Gerade soziale Netzwerke bieten mir die Möglichkeit, Interessenten durch meinen Lifestyle für mein Business zu gewinnen und zu begeistern. Mittlerweile folgen mir alleine auf Instagram etwa 162 000 Menschen.

An welchen Zukunftstrends bist du besonders interessiert?

Dezentralität, Defi-Projekte und NFTs – in meinen Augen sind Projekte wie diese Zukunftstechnologie unumgänglich!

FOUNDERS DESK

Die Schreibtische der Gründer

Aus der Founders Magazin Ausgabe 4

PROF. DR. OLIVER POTT

Kreativzentrale mit eigenem Eiscafe

Wer mit so vielen Projekten gleichzeitig jongliert wie Prof. Dr. Oliver Pott, muss vor allem Dingen sehr gut organisiert und seinen Partnern gegenüber zuverlässig sein. Auf Olivers Schreibtisch steht ein Surface Book von Microsoft, ausgestattet mit praktischen Werkzeugen: Google Docs und Evernotes bieten die Grundlagen fürs tägliche Business. Für frische Ideen und Langfrist-Projekte nutzt Oliver Pott außerdem ein altes Moleskine-Notizbuch – in diesen Büchern haben z. B. schon Picasso und Ernest Hemingway ihre Ideen niedergeschrieben. „Ideen müssen sich oft über Monate



entwickeln, und so schaue ich immer wieder in mein altes Moleskine-Buch“. Wichtiges weiteres Utensil auf Olivers Schreibtisch: Das eigene, in Acryl geprägte Leitbild, nach dem sich seine Arbeit ausrichtet. Olivers Büro ist eine ehemalige „Reichsheimstatt“ in Paderborn, die früher Kriegsheimkehrern diente, im Ruinen-

zustand gekauft und zu einem Gründer- und Kreativzentrum umgebaut. Sogar ein eigenes Eiscafe mit 60 Sitzplätzen und handgemachtem Eis betreibt Oliver Pott darin: „Meine Coachingkunden fühlen sich bei uns rundum wohl und schauen oft auch spontan gern auf einen Gedankenaustausch und einen großen Eisbecher vorbei“.

Bild: privat

Thema



Weltweiter Rekord- Optimismus bei Managern

Die Zuversicht der Manager ist weltweit im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Das geht aus der gestern veröffentlichten Pressemitteilung zum 24. Global CEO Survey der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC hervor. An der Studie haben insgesamt 5.050 CEOs aus 100 Ländern teilgenommen. Den Ergebnissen der Studie zufolge rechnen 76 Prozent der Manager mit einem Anstieg des Weltwirtschaftswachstums. Letztes Jahr waren es lediglich 22 Prozent. Allein unter den deutschen CEOs glauben sogar 80 Prozent mit einem Anstieg des...

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

Wirtschaft



„Das Ziel verfehlt“: Scholz’ Steuerreform in der Kritik

An diesem Mittwoch hat Bundesfinanzminister Olaf Scholz mehrere Gesetzentwürfe durchgesetzt, unter anderem ein Gesetz zur Umsetzung der EU-Antisteuervermeidungsrichtlinie und eines zur Modernisierung des Körperschaftssteuerrechts. Letzteres soll es Personengesellschaften ermöglichen, künftig wie eine Kapitalgesellschaft besteuert zu werden. „Wir setzen uns ein für den Mittelstand, der Deutschlands Wirtschaft so erfolgreich macht“, erklärt Scholz nach der Kabinettsitzung. Von der deutschen Wirtschaft aber erntet er Kritik. Der Verband der Chemischen Industrie (VCI) erklärt in einer...

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

Story



Prinz Harry hat einen neuen Job

Offenbar lebt Prinz Harry nicht mehr nur vom Erbe seiner Mutter und vom jüngst vereinbarten Streaming-Deal mit Netflix. Eine weitere Einkommensquelle hat er sich vor einigen Monaten in seiner Rolle als „Chief Impact Officer“ für das Start-up BetterUp, einem Anbieter von digitalen Coaching- und Mentoring-Diensten, gesichert. Am Dienstag teilte der Herzog von Sussex in einem Blog-Beitrag des Unternehmens mit, warum er Teil des BetterUp-Teams geworden ist: „Ich glaube fest daran, dass die Konzentration auf unsere mentale Fitness...

Den gesamten Beitrag finden Sie auf founders-magazin.de

Bilder: Depositphotos / chrispictures / Ale_M, IMAGO / Paul Marriot

Vorbei mit der Aufschieberei!



Wer kennt es nicht: Unangenehme Aufgaben schieben wir nur zu gerne vor uns her! Dr. Neil Fiore hilft humorvoll und ohne erhobenen Zeigefinger, alltägliche Dinge wie auch größere Vorhaben planvoll und zügig zu erledigen.

Mit treffenden Beispielen, in denen sich jeder wiedererkennen kann, erklärt er, wieso wir manche Dinge lieber auf die lange Bank schieben, und zeigt überraschende, sofort umsetzbare Lösungen auf, zum Beispiel: • Die „30-Minuten-Regel“: Verpflichten Sie sich dazu, nur 30 Minuten an der Aufgabe zu arbeiten, mehr ist verboten!

Die spinnen, die Jungen!



Respektlos, verwöhnt, faul oder neugierig, fordernd, flexibel. Die Meinungen über die Generation Y klaffen weit auseinander. Wie ticken Sie aber wirklich die Jungen, die nächste Generation, unsere Zukunft? Steffi Burkhardt ist

das „Gesicht der Generation Y“ (MDR) und ihr Sprachrohr. Mit diesem Buch räumt sie mit stereotypen Vorurteilen auf, die Medien kolportieren. Sie liefert ein wissenschaftlich untermauertes, lebendiges Plädoyer dafür, die Generation Y nicht mit flapsiger Handbewegung vom Tisch zu wischen. Dazu ist die Diskussion zu weitreichend. Sie betrifft den gesamten Wandel der Arbeitswelt und dabei nimmt die Gen Y die Rolle eines Vorreiters ein.

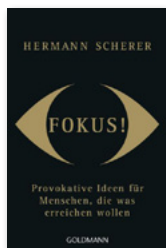
Erkenne deine Stärken



Gerade an der Schwelle zur Studien- und Berufswahl stellt sich jeder junge Mensch die Frage: Worin bin ich eigentlich richtig gut? Mit welchen Tätigkeiten, in welchem Beruf will ich mein Leben verbringen? Wie kann ich meine Talente

am besten einsetzen und auch für meine Karriere nutzen? Den berühmten Online-Test „Gallup Stärkentest“ gibt es auch für Studierende und Berufseinsteiger und offenbart die fünf größten Talente und gibt Empfehlungen, wie diese am besten im Studium und im Berufsleben genutzt und weiterentwickelt werden können. Denn wer weiß, wo seine Stärken liegen, hat im Leben die besten Chancen, erfolgreich und zufrieden zu werden.

Fokus!



Gewohnt inspirierend hält Bestsellerautor Hermann Scherer uns den Spiegel vor und macht in seinem Buch klar: Wir lassen unser Leben einfach geschehen, sind meist fremdbestimmt und unzufrieden. Er zeigt, wie wir es besser machen

können: wie wir groß denken, wie wir unsere selbst gesetzten Grenzen überwinden und wie wir uns zu selbstbestimmten Menschen entfalten. Ein unterhaltsames Geschenkbuch vom Spiegel-Bestsellerautor. Niemand tritt einem sympathischer in den Hintern als Hermann Scherer!

Ambition



Ganz groß Karriere machen! Karrieretipps sind Karrieremythen. Wer hoch hinauswill, muss wissen, dass es nicht nur aufs Know-how ankommt, sondern auch aufs Do-how!

Wenn zwei das Gleiche leisten, wird der eine Abteilungsleiter und der andere Vorstandsvorsitzender. Woran das liegt, entschlüsseln Dorothea Assig und Dorothea Richter in »Ambition«. Die Topmanagement-Beraterinnen zeigen, wie Managerinnen und Manager ihre Leistungsmotivation zielführend einsetzen und ihre Karriere werteorientiert gestalten. Die Autorinnen dekodieren das System Karriere komplett neu und enthüllen erstmals, wie man es wirklich an die Spitze schafft.

Der Weg zum Wesentlichen



»Der Weg zum Wesentlichen« ist das Standardwerk für das persönliche Zeit- und Lebensmanagement. Für Stephen R. Covey war es stets das Wichtigste, zu leben, zu lieben, zu lernen und ein Lebenswerk zu erschaffen.

Es zeigt, wie man die wirklich wichtigen Aufgaben angeht und den Weg zum Wesentlichen einschlägt. Unverändert gilt: Nur wer erkennt und unterscheidet, was tatsächlich im eigenen Leben wichtig und nicht nur dringend ist, erreicht Zufriedenheit und Lebensqualität! Zahlreiche Beispiele und Audiosequenzen leiten die Leser auf ihrem persönlichen Weg zu mehr Lebensglück.



Finanzen

Bumble-Gründerin ist die jüngste Self-made-Milliardärin

Letzten Monat ging Bumble-Gründerin Whitney Wolfe Herd mit ihrer Dating-App an die Börse. Der unkonventionelle Tinder-Konkurrent endete seinen ersten Tag an der Börse mit einem Aktienwert von 70,55 US-Dollar fast 77 Prozent über dem Ausgabepreis. Die Bumble-Gründerin besitzt 11,6 Prozent der Unternehmensaktien, deren Wert sich auf 1,5 Milliarden Dollar beläuft. Damit wurde Wolfe Herd zu der jüngsten Selfmade-Milliardärin der Geschichte.

Whitney Wolfe Herd hatte Bumble 2014 gemeinsam mit dem in London ansässigen russischen Milliardär Andrey Andreev gegründet, kurz nachdem sie Tinder wegen sexueller Belästigung verklagt hatte...

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

JULIEN
BACKHAUS

EGO

GEWINNER SIND
GUTE EGOISTEN

FBV



Jetzt im Handel!