DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 16

Die Kunst, berühmt zu werden

RAINER ZITELMANN

BERÜHMT

Bilder: Annayck Benth, Depositphotos/s_bukley (2), imago images/APress/POP-EYE

4 190872 505003

ERFOLG GIBT'S NICHT UMSONST. ABER ZUM HÖREN

Das komplette Magazin jetzt als Audiobook downloaden!

audible Ein amazon Unternehmen | Available on iTunes | GET IT ON Google Play

Bilder: Depositphotos/blackzheep

Bild: Oliver Reetz

Editorial

Die Kunst, berühmt zu werden

Das Unternehmen „Ich“ war lange Zeit ein Mysterium. Teils war es gar verpönt, sich selbst zu inszenieren und ein Geschäft auf der Selbstvermarktung zu machen. Am Anfang ihrer Karrieren wurden Reality-Stars wie Kim Kardashian oder Paris Hilton kritisiert, talentfrei zu sein. „Famous for beeing famous“ hieß es – und heißt es oft immer noch.

Rainer Zitelmann räumt in seinem neuen Werk „Die Kunst, berühmt zu werden“ (FBV) damit auf und führt dem Leser eindrucksvoll vor Augen, welche Macht Menschen erlangt haben, weil Sie aus sich eine Marke gemacht haben. Ganz zu schweigen von den Milliarden, die Menschen wie Kim Kardashian oder Donald Trump verdienten, in dem sie sich konsequent selbst vermarkten. Zitelmann schreibt: „Besondere Leistungen sind nur ein Aspekt, warum jemand berühmt wird. Ein anderer Faktor ist wichtiger, nämlich die Fähigkeit, sich selbst zu vermarkten.“ Der Autor geht noch weiter und warnt, dass Unternehmer, die die Kunst der Selbstvermarktung nicht praktizierten, von Konkurrenten abgehängt würden, die es täten.

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: Markus Wichmann
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 Autoren spiegelt nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider. Trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion wird in keiner Weise Haftung für Richtigkeit geschweige denn für Empfehlungen übernommen. Für den Inhalt der Anzeigen sind die Unternehmen verantwortlich.

Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne Genehmigung.

INHALT

NR. 16

ERFOLG

6 Die Kunst, berühmt zu werden
Dr. Dr. Rainer Zitelmann

LEBEN

10 Die Brontë-Geschwister
Buchauszug aus Daniel Coyles Buch „Erfolg bracuht kein Talent“

22 Die Lektionen des Jack Welch
Der „Manager des Jahrhunderts“

WISSEN

14 „War for Talents“ ist nicht vorbei
Martin Limbeck

13 Aerion Supersonic
CO_2-neutrale Überschallflugreisen

19 Payment Studie
Wie sich erhebliche Unterschiede in der Zahlungsmoral deutlich machen

»Unternehmungen sind schmutzig und chaotisch.«

Jack Welch Seite 22
gilt bis heute als einer der erfolgreichsten Manager aller Zeiten, weshalb er auch manchmal „der Manager des Jahrhunderts“ genannt wird.

Statuskompetenz als Karriere-Booster
Patricia Staniek
Seite 16

Bilder: imago images/ZUMA Press/China Foto Press, Annayck Benth, privat

Dr. Dr. Rainer Zitelmann
Seite 6
Die Kunst, berühmt zu werden

»Besondere Leistungen sind nur ein Aspekt, warum jemand berühmt wird. Ein anderer Faktor ist wichtiger, nämlich die Fähigkeit, sich selbst zu vermarkten.«

EINSTELLUNG

16 Statuskompetenz als Karriere-Booster
Patricia Staniek

20 Weil rechts ranfahren nicht geht…
Philip Keil

BUCHTIPPS

Alle Seite 25

Das ABO-Zeitalter
Tien Tzuo, Gabe Weisert

Grenzenlose Energie – Das Powerprinzip
Anthony Robbins

Gründergeschichten: Vom Abenteuer, ein Unternehmen aufzubauen
Wendelin Wiedeking (Hg.)

Mein Wille geschehe: Macht und Manipulation entschlüsseln
Patricia Staniek

Midas Touch: Why Some Entrepreneurs Get Rich and Why Most Don't
Donald J. Trump, Robert T. Kiyosaki

Top oder Flop: Verkaufsstrategien für Marktführer
Grant Cardone

FOUNDERS DESK

24 Martin Limbeck
Gegensätze ziehen sich an

Dr. Dr. Rainer Zitelmann
ist erfolgreicher Immobilieninvestor und mehrfacher Bestsellerautor. Er erreichte den Prominentenstatus, indem er sich selbst als Marke zu inszenieren wusste.

»Besondere Leistungen sind nur ein Aspekt, warum jemand berühmt wird. Ein anderer Faktor ist wichtiger, nämlich die Fähigkeit, sich selbst zu vermarkten.«

– Rainer Zitelmann

Das neue Buch von **Rainer Zitelmann** zeigt die Kunst der Selbstvermarktung anhand von Beispielen wie Steve Jobs, Madonna und Arnold Schwarzenegger

DIE KUNST, BERÜHMT ZU WERDEN

Das Unternehmen „Ich" war lange Zeit ein Mysterium. Teils war es gar verpönt, sich selbst zu inszenieren und ein Geschäft auf der Selbstvermarktung zu machen. Am Anfang ihrer Karrieren wurden Reality-Stars wie Kim Kardashian oder Paris Hilton kritisiert, talentfrei zu sein. „Famous for beeing famous" hieß es – und heißt es oft immer noch.

Rainer Zitelmann räumt in seinem neuen Werk „Die Kunst, berühmt zu werden" (FBV) damit auf und führt dem Leser eindrucksvoll vor Augen, welche Macht Menschen erlangt haben, weil Sie aus sich eine Marke gemacht haben. Ganz zu schweigen von den Milliarden, die Menschen wie Kim Kardashian oder Donald Trump verdienten, in dem sie sich konsequent selbst vermarkten. Zitelmann schreibt: „Besondere Leistungen sind nur ein Aspekt, warum jemand berühmt wird. Ein anderer Faktor ist wichtiger, nämlich die Fähigkeit, sich selbst zu vermarkten." Der Autor geht noch weiter und warnt, dass Unternehmer, die die Kunst der Selbstvermarktung nicht praktizierten, von Konkurrenten abgehängt würden, die es täten.

Interessant ist, dass Zitelmann nicht nur über die Berühmten schreibt, sondern in den letzten Jahren selbst zu einem Prominenten geworden ist. Dabei halfen ihm jedoch weniger seine zwei Doktortitel und seine millionenschweren Unternehmen. Auch seine 24 Bücher waren höchstens ein gutes Fundament, denn es gibt viele Bestsellerautoren, die man auf der Straße nicht erkennen würde. Zitelmann hat die Kunst der Selbstvermarktung praktiziert. Und hat dabei offensichtlich viel von Arnold Schwarzenegger gelernt, den Zitelmann immer gern als Beispiel heranzieht und den er auch schon persönlich getroffen hat. Der Wahlberliner ging unermüdlich auf die Medien zu, gab Interviews, schrieb für diverse Magazine und Zeitungen Artikel, machte Lesereisen bis nach Asien, eröffnete Soci-

Bilder: Thomas Schweigert, Depositphotos/s_bukley

„Die Kunst, berühmt zu werden"
von **Rainer Zitelmann**
336 Seiten
FinanzBuch Verlag

Bilder: imago images/MediaPunch/CordonPress, Depositphotos/arp, FinanzBuch Verlag

al-Media-Kanäle, drehte Videos, hielt Vorträge vor großem Publikum und versuchte stets, zu provozieren. Optisch tut er das, in dem er seine Muskeln spielen lässt. Denn mit seinen 63 Jahren gehört er zu den am besten trainierten Senioren in Deutschland. Seine Muskelberge hält er auch gerne mal in die Kamera, wenn ein Magazin zum Fototermin kommt. Die Schweizer Handelszeitung druckte zum Interview eine Bilderserie. Auf einem der Bilder deckt er gleich zwei PR-Tricks ab: Assoziation und Provokation. Zum einen streckt er seine Zunge raus – und zwar nach unten Richtung Kinn. So wie es Albert Einstein auf dem berühmten Bild tat. Zum anderen trägt Zitelmann ein Muskel-Shirt mit dem Aufdruck „I love Capitalism". Wobei love nicht ausgeschrieben, sondern als rotes Herz abgebildet ist. Damit provoziert der Millionär, denn besonders in Deutschland traut sich kaum jemand, so etwas öffentlich zu sagen.

Aber all diese Aktionen haben über die Jahre Wirkung gezeigt. Er sitzt in den wichtigsten Talkshows der Republik, gibt Interviews für die größten Magazine und Zeitungen weltweit, tritt auf großen Bühnen vor Tausenden Leuten auf und wird im Internet gefeiert als Rockstar des Kapitalismus. Das Patentrezept für diesen PR-Erfolg legt er in seinem neuen Buch plausibel dar. Auch die Beispiele, die er gewählt hat, um die Prinzipien zu veranschaulichen, sind beeindruckend. Denn es sind keineswegs nur Proleten. Der Epoche nach sortiert schreibt er über Albert Einstein, Andy Warhol, Karl Lagerfeld, Stephen Hawking, Muhammad Ali, Donald Trump, Arnold Schwarzenegger, Oprah Winfrey, Steve

»Er sitzt in den wichtigsten Talkshows der Republik, gibt Interviews für die größten Magazine und Zeitungen weltweit, tritt auf großen Bühnen vor Tausenden Leuten auf und wird im Internet gefeiert als Rockstar des Kapitalismus.«

Jobs, Madonna, Prinzessin Diana und Kim Kardashian. Man erkennt schnell die Logik, warum wir beim berühmtesten Wissenschaftler der Welt oder einflussreichsten Modeschöpfer des Jahrhunderts sofort ein Bild vor Augen haben: Die Protagonisten selbst haben es platziert. Sie haben einen strickten Plan verfolgt, sich selbst zur Marke zu machen und damit in die Köpfe von Generationen einzuziehen. Obwohl das Buch über 300 Seiten zählt, hat es Rainer Zitelmann geschafft, ein kurzweiliges und spannendes Werk zu präsentieren, das auch mit gut gehüteten Geheimnissen dieser Stars aufwartet. Ein Buch, das nicht nur bildet, sondern auch Spaß macht.

© WWW.SEIRING.DE

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!

STOPPT MOBBING

www.Stoppt-Mobbing.de

Charlotte Brontë gilt als eine der begabtesten Schriftstellerinnen aller Zeiten und schrieb unter anderem den weltberühmten Roman „Jane Eyre“.

DIE BRONTË-GESCHWISTER

»Tugend ist ein Habitus.«
– Aristoteles

Die Mädchen, die aus dem Nichts kamen

In der westlichen Kultur erzählen wir uns immer wieder dieselben Geschichten über Genies. Aus dem Nichts taucht plötzlich ein junger Mensch auf, der unsere alltäglichen Vorstellungen sprengt. Er verfügt über eine mysteriöse Begabung für Kunst, Mathematik, Baseball oder Physik, und dank dieser Begabung verändert er sein Leben und das Leben der Menschen in seiner Umwelt.

Von allen bekannten Geschichten über jugendliche Talente ist die der drei Brontë-Schwestern vermutlich am schwersten zu überbieten. Der Mythos geht auf Elizabeth Gaskell und ihre Biografie *Das Leben der Charlotte Brontë* aus dem Jahr 1857 zurück und liest sich ungefähr so: In einem Dorf namens Haworth in den fernen Mooren von West Yorkshire lebten einst in einer zugigen Pfarrei drei Schwestern namens Charlotte, Emily und Anne. Ihre Mutter war verstorben, und ihr Vater, der Dorfpfarrer, war ein eisiger Tyrann. Diese drei Mädchen schrieben wunderbare Romane und starben in der Blüte ihrer Jugend. In Gaskells Biografie las sich die Geschichte der drei Mädchen wie ein tragisches Märchen. Das märchenhafteste war, dass sie mit Jane Eyre, Sturmhöhe, Agnes Grey und Die Herrin von Wildfell Hall einige der bedeutendsten Romane der englischen Literatur schrieben. Der Beleg für ihre göttliche Gabe war laut Gaskell eine Reihe kleiner Bücher, die die Brontës als Kinder geschrieben und in denen sie fantastische Geschichten über die imaginären Königreiche Glasstown, Angria und Gondal erfunden hatten.

Gaskell schrieb: »Man vertraute mir ein wunderbares Päckchen an, das auf engstem Raum schier unvorstellbare Mengen an Manuskripten enthielt: Geschichten, Theaterstücke, Gedichte, Romanzen, vor allem von Charlotte, und in einer so winzigen Handschrift gehalten, dass sie ohne Lupe kaum zu entziffern waren … Wenn sie ihrer Schöpferkraft freien Lauf lässt, überschlagen sich ihre Fantasie und ihre Sprache bis fast zum Delirium.«

> »Biografen übersehen die improvisierte Qualität der Texte, die entsetzliche Rechtschreibung und die nicht-existente Zeichensetzung genauso wie die zumeist unreifen Gedanken und Darstellungen. Diese Schwächen schmälern keineswegs die Leistung der Mädchen, die in derart jungen Jahren eine solche Menge an Texten produzierten, doch sie verdeutlichen, dass die Brontës alles andere waren als geborene Romanautorinnen.«
>
> – Juliet Barker

Geheimnisvolle Büchlein, geniale Schöpferkraft, überirdisch begabte Kinder – das war starker viktorianischer Tobak. Mit ihrer Biografie schuf Gaskell die Vorlage, der spätere Brontë-Biografen in Ermangelung von Originaldokumenten treu blieben. Gaskells Geschichte bot Stoff für Filme, Theaterstücke und moralische Fabeln.

Sie hat nur einen winzigen Haken: Sie ist falsch. Die wahre Geschichte der Brontës ist sehr viel spannender.

Die Wahrheit über die Brontës wurde von Juliet Barker entdeckt, einer Literaturhistorikerin der Universität Oxford, die sechs Jahre lang das Brontë-Museum in Haworth leitete. Sie durchforstete Quellen in Yorkshire und ganz Europa und trug Berge von bis dahin weitgehend unbeachtetem Material zusammen. Im Jahr 1994 veröffentliche sie eine mehr als tausendseitige Biografie mit dem Titel The Brontës, mit der sie dem Gaskell-Mythos ein für alle mal den Garaus machte. In ihrer Biografie zeichnet Barker ein vollkommen neues Bild. Haworth war alles andere als ein verlorenes Dorf in den Mooren, sondern eine geschäftige Kleinstadt. Das Zuhause der Brontës war weitaus anregender als von Gaskell geschildert, die Mädchen hatten Bücher, aktuelle Zeitschriften und Spielsachen zur Verfügung, und ihr Vater war kein Tyrann, sondern ein toleranter Mann. Am gründlichsten räumt Barker aber mit dem Mythos auf, die Brontës seien als Romanautorinnen Naturgenies gewesen. Sie zeigt, dass die berühmten Büchlein nicht nur dilettantisch waren – das würde nicht weiter überraschen, schließlich waren die Autorinnen Kinder –, sondern dass sie keinerlei Hinweis auf das spätere Genie der Brontë-Schwestern enthielten. Es handelte sich keineswegs um originelle Schöpfungen, sondern um schlichte Imitationen von Magazinartikeln und Romanen der Zeit, die drei Mädchen und ihr Bruder Branwell

Bilder: Depositphotos/georgios

kopierten exotische Abenteuererzählungen und Romanzen, ahmten bekannte Autoren nach und bedienten sich bei deren Figuren und Geschichten.

Barkers Analyse der Büchlein machte zwei Dinge klar: Erstens produzierten die Mädchen eine große Vielfalt an Material – in fünfzehn Monaten füllten sie immerhin 22 Kladden von durchschnittlich 80 Seiten. Und zweitens waren ihre Texte zwar komplex und fantasievoll, doch sie waren alles andere als gut. Barker schreibt: »Biografen übersehen die improvisierte Qualität der Texte, die entsetzliche Rechtschreibung und die nicht-existente Zeichensetzung genauso wie die zumeist unreifen Gedanken und Darstellungen. Diese Schwächen schmälern keineswegs die Leistung der Mädchen, die in derart jungen Jahren eine solche Menge an Texten produzierten, doch sie verdeutlichen, dass die Brontës alles andere waren als geborene Romanautorinnen.«

Unser Begriff des aktiven Lernens ermöglicht uns, das Phänomen der Brontës besser zu verstehen. Die Ungelenkheit ihrer frühen Texte steht keineswegs im Widerspruch zur späteren Qualität ihrer Romane – im Gegenteil, sie ist eine Voraussetzung. Die drei Schwestern wurden keine großen Autorinnen, obwohl sie mit unreifen Imitationen begannen, sondern gerade weil sie viel Zeit und Energie auf ihre unreifen Spielereien verwendeten und im geschützten Raum ihrer Büchlein Myelin bildeten. Ihre Kindheitstexte sind eine Form des kollaborativen, aktiven Lernens, mit deren Hilfe sie ihre Erzählmuskeln trainierten.

Buchauszug aus **Daniel Coyles** Buch
„Erfolg braucht kein Talent"
224 Seiten
riva Verlag

»Die Tatsache, dass es sich bei den kreativen Ausflügen in eine erfundene Welt um eine gemeinsame Aktivität handelte, trug enorm zum Spaß der Autorinnen bei. Es war ein wunderbares Spiel, in dem jede der Teilnehmerinnen die neuesten Geschichten ihrer Schwestern begierig las und darauf reagierte.«

– Michael Howe (Genius Explained)

Oder wie es Michael Howe in Genius Explained beschreibt: »Die Tatsache, dass es sich bei den kreativen Ausflügen in eine erfundene Welt um eine gemeinsame Aktivität handelte, trug enorm zum Spaß der Autorinnen bei. Es war ein wunderbares Spiel, in dem jede der Teilnehmerinnen die neuesten Geschichten ihrer Schwestern begierig las und darauf reagierte.«

Ein Buch zu schreiben, und sei es noch so kurz, ist nichts anderes als eine Art Spiel. Regeln wollen aufgestellt und eingehalten, Figuren erfunden, Landschaften beschrieben und Handlungsstränge entwickelt werden. Jede dieser Aktivitäten lässt sich als eigenständige Handlung begreifen, als Aktivierung eines Schaltkreises, der mit anderen Schaltkreisen in Verbindung steht. Die Büchlein, die sich der väterlichen Kontrolle entziehen und ohne jeden Druck von außen geschrieben werden, funktionieren ähnlich wie ein Flugsimulator: Sie sind ein Ort, an dem die Brontë-Schwestern millionenfach ihre Schaltkreise betätigen, Tausende schriftstellerische Knoten schürzen und lösen und Hunderte Texte verfassen konnten, die vom künstlerischen Standpunkt aus vollkommen dilettantisch waren, die sie jedoch glücklich machten und ihnen ermöglichten, ihre schriftstellerischen Fähigkeiten zu entwickeln. Eine Fähigkeit ist eine Myelinschicht, die sich um einen Schaltkreis legt und auf bestimmte Signale hin wächst. Als Emily Brontës Roman Wuthering Heights im Jahr 1847 veröffentlicht wurde, staunten die Rezensenten über die Originalität der Autorin. In der Hand hielten sie ein komplexes Meisterwerk über den Furcht einflößenden und faszinierenden Außenseiter Heathcliff, dessen einzig sympathischer Zug in seiner Liebe zu der leidenschaftlichen Catherine besteht, die jedoch tragischerweise den reichen Edgar Lipton heiratet. Die Kritiker staunten zu Recht über die Qualität des Romans, doch sie täuschten sich hinsichtlich der Originalität. In den Kritzeleien der Büchlein sind bereits sämtliche Zutaten vorhanden: die poetische Nebellandschaft (namens Gondal), der finstere Held (namens Julius Brenzaida), die starrköpfige Heldin (Augusta Geraldine Almeda) und der reiche Freier (Lord Alfred). So gesehen ist es keineswegs erstaunlich, dass Emily Brontë einen derart guten Roman schreiben konnte. Sie hatte schließlich lange aktiv gelernt.

Bilder: Wikimedia, Cover: riva Verlag

CO2-NEUTRAL MIT ÜBERSCHALL

»Bei Aerion nehmen wir die Umweltverantwortung sehr ernst und glauben, dass sich Geschwindigkeit und Freundlichkeit für unseren Planeten nicht gegenseitig ausschließen müssen.«

– Tom Vice, CEO Aerion

Aerion Supersonic und Carbon Engineering Ltd. (CE) arbeiten zusammen, um Lösungen für CO2-neutrale Überschallflugreisen zu entwickeln. Aerion Supersonic ist ein führendes Unternehmen in der Entwicklung und dem Bau von Überschallflugzeugen. Das kanadische Unternehmen CE ist führend im Bereich Direct Air Capture (DAC). Dabei wird CO2 direkt aus der Luft, Wasser und sauberen Energien gewonnen.

Die beiden Unternehmen haben gemeinsam eine Absichtserklärung unterzeichnet, Möglichkeiten zu entwickeln, wie der von CE synthetisch hergestellte Treibstoff, den von Aerion entwickelten Überschallflieger AS2, das weltweit erste CO2-neutrale kommerzielle Überschallflugzeug, betreiben kann.

„Bei Aerion nehmen wir die Umweltverantwortung sehr ernst und glauben, dass sich Geschwindigkeit und Freundlichkeit für unseren Planeten nicht gegenseitig ausschließen müssen“, sagte Tom Vice, CEO von Aerion. „Beim Aufbau der nächsten Generation von Hochgeschwindkeitsverkehrsnetzen erkennen wir die Notwendigkeit, ein breites Ökosystem innovativer Partnerschaften zu schaffen, um unsere Vision eines klimaneutralen globalen Punkt-zu-Punkt-Reisens zu verwirklichen. Wir suchen Partner und Technologie-Visionäre, die unsere Vision teilen, den Klimawandel leidenschaftlich anzugehen. Carbon Engineering ist branchenführend bei der Erzeugung sauberer Energie und wir sind stolz darauf mit ihnen zusammenzuarbeiten.“

Der von Aerion entwickelte Business-Überschallflieger AS2 verfügt über die erste Turbine ohne Nachbrenner. Sie wurde für Überschallflüge über Land gebaut, damit der Überschallknall nicht die Oberfläche erreicht.

Bilder: Aerion Supersonic

„WAR FOR TALENTS“ IST NICHT VORBEI:

Dass sich das Blatt innerhalb kürzester Zeit so wenden könnte, hätten die meisten von uns wahrscheinlich nicht gedacht. Statt Wachstum geht es plötzlich ums blanke Überleben. Corona hat die Wirtschaft in vollem Lauf ausgebremst, der Arbeitsmarkt steht Kopf. Allenthalben melden Unternehmen Kurzarbeit an, die Arbeitslosenzahlen erreichen schwindelerregende Höhen. Verunsicherung macht sich breit. Denn wir können nicht wissen, wann es wieder aufwärts geht. Was ich allerdings für eine grobe Fehlentscheidung halte: Als Unternehmer jetzt nicht trotzdem an morgen zu denken.

Ich bin durch und durch Optimist. Daher bin ich auch überzeugt davon, dass es nur eine Frage der Zeit ist, bis das Business wieder so richtig losgeht. Und dafür will ich gewappnet sein! Mit Angeboten, die dem veränderten Bedarf meiner Zielgruppe entsprechen. Und mit einer hochmotivierten, schlagkräftigen Mannschaft. Stichwort Recruiting: Wie sieht es da bei Ihnen aus? Die meisten Unternehmer haben hier sofort die Handbremse gezogen. Auf den ersten Blick ist diese Reaktion natürlich nachvollziehbar. Wenn nicht klar ist, wie es die Company über die nächsten Monate schafft, werden sofort alle entbehrlichen Investitionen gestrichen.

»Verunsicherung macht sich breit. Denn wir können nicht wissen, wann es wieder aufwärts geht. Was ich allerdings für eine grobe Fehlentscheidung halte: Als Unternehmer jetzt nicht trotzdem an morgen zu denken.«

Der frühe Vogel fängt die besten Talente

Gerade beim Thema Recruiting lohnt es sich jedoch, genauer hinzuschauen. Ich bin davon überzeugt: Wer jetzt neue Mitarbeiter einstellt oder zumindest Gespräche führt und sich bei Talenten auf den Schirm bringt, wird schon bald die Nase vorn haben. Manche Unternehmer sind der Ansicht, dass es auf Grund der vielen krisenbedingten Entlassungen bald keinen „War for Talents“ mehr gäbe. Doch mehr Arbeitssuchende bedeutet nicht, dass Sie nach Corona die Qual der Wahl haben. Wo Anfang des Jahres Fachkräftemangel herrschte, wird auch in vier Monaten noch bzw. wieder Fachkräftemangel herrschen. Denn die Zahl der talentierten Kräfte nimmt ja nicht auf magische Weise zu. Was allerdings geschehen ist:

»Gerade jetzt ist es absolut entscheidend, sich nach außen zu präsentieren, vor allem in den sozialen Medien. Machen Sie erfahrbar, wie Sie mit der Krise umgehen. Denn das, was Mitarbeiter jetzt in Ihrem Unternehmen hält, wird gleichzeitig das sein, was neue Mitarbeiter anzieht.«

Bilder: Depositphotos/stockasso, Jerry Gross, Cover: REDLINE Verlag

Warum Unternehmer jetzt an morgen denken sollten

„Warum keiner will, dass du nach oben kommst…“ von **Martin Limbeck**
Gebunden, 208 Seiten
REDLINE Verlag
ISBN: 978-3-86881-235-0

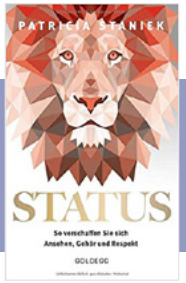
Die Krise hat den Pool ordentlich durcheinandergewirbelt. Und so haben jetzt auch kleinere Unternehmen die Chance, sich Talente zu schnappen, die sonst wohlmöglich beim nächsten Großkonzern angeheuert hätten. Vorausgesetzt, sie werfen jetzt die Angel aus. Denn sobald es einen Impfstoff gibt und die Krise offiziell vorbei ist, wird der Kampf um die besten verfügbaren Mitarbeiter vermutlich heißer denn je entbrennen.

Die Vorteile liegen für mich auf der Hand: Wer jetzt den Recruiting-Prozess anstößt, hat Zeit genug, wirklich passende Kandidaten zu finden. Wenn es dann wieder losgeht, ist das Team bereits eingespielt und kann Vollgas geben. Fehlbesetzungen, die oft aus blanker Notwendigkeit heraus getroffen werden, können ein Unternehmen hingegen schnell eine fünfstellige Summe kosten. Je Position! Natürlich kann Recruiting aktuell nicht so ablaufen, wie Sie es gewohnt sind. Doch ist das wirklich ein Hinderungsgrund? Erste Gespräche können per Videocall geführt werden. Webinare oder eine Online-Veranstaltung bieten die Möglichkeit, das Unternehmen virtuell näher kennenzulernen. Und digitale Assessment Center sind auch kein Ding der Unmöglichkeit mehr. Und was spricht dagegen, erst mal eine berufliche „Fernbeziehung“ zu führen und den neuen Mitarbeiter im Homeoffice starten zu lassen? Körperliche Anwesenheit ist kein Garant für Spitzenleistung, ich kann es nur nochmal deutlich sagen.

Employer Branding: Positionieren – und profitieren!

Ein weiterer Punkt, an dem jeder Unternehmer dringend arbeiten sollte: sein Employer Branding. Gerade jetzt ist es absolut entscheidend, sich nach außen zu präsentieren, vor allem in den sozialen Medien. Machen Sie erfahrbar, wie Sie mit der Krise umgehen. Denn das, was Mitarbeiter jetzt in Ihrem Unternehmen hält, wird gleichzeitig das sein, was neue Mitarbeiter anzieht. Wie haben Sie die Arbeitsprozesse angepasst? Wie unterstützen Sie Mitarbeiter, die Kinder zuhause betreuen müssen? Welche Maßnahmen haben Sie getroffen, um die Kommunikation im Team aufrecht zu erhalten? Sei es der gemeinsame Zoom-Morningplausch oder das digitale After-Work-Bier am Freitagabend: Erzählen Sie davon! Tatsache ist nämlich, dass bei manchen Topkräften der Wunsch nach einem neuen Job erst durch die Krise entstanden ist. Nicht, weil sie ihre Arbeit verloren hätten. Sondern weil sich jetzt zeigt, wo es überall brennt und welche Schwächen und Fehlentscheidungen dem bisherigen Arbeitgeber nun auf die Füße fallen. Das ist Ihre Chance, die Angel auszuwerfen – und dabei gleichzeitig ein wachsames Auge auf den eigenen Teich zu haben.

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



„Status – So verschaffen Sie sich Ansehen, Gehör und Respekt“ von **Patricia Staniek**
Gebunden, 220 Seiten
GOLDEGG Verlag
ISBN: 978-3-99060-129-6

STATUSKOMPETENZ ALS KARRIERE-BOOSTER

Gnadenlose Schlachten, tagtäglicher Kampf in der Business- und Erfolgsarena um Macht und Status. Status ist allgegenwärtig. Statusspiele gehören zum Alltag.
Sie nerven, sie fördern, sie fordern, sie stören, sie zerstören und sie bringen Erfolg.

»Als Kim Jong-un auf Donald Trump zugeht, streckt Trump Kim Jong-un bereits seine Hand entgegen, fern von jedem Protokoll und jeder Businessetikette.«

Erfolg bringen Sie dann, wenn man die Mechanismen und Gesetzmäßigkeiten kennt und diese für sich nutzen kann.

Wenn Trump auf Kim Jong-un oder Macron trifft oder Merkel auf Erdogan, dann wird das meist die ganz große Show der Supermächte. Status, Statusverhalten und Statusinszenierung on Stage. Öffentlich und meist mit Kalkül. Manche wissen genau, wie sie sich inszenieren, wie sie was tun müssen und manche tappen dennoch rein in die Statusfalle.

Donald Trump war zu Gast bei Kim Jong-un und wie fast schon erwartet benimmt sich Trump „anders“. Kim Jong-un war der Gastgeber. Nun müsste Kim Jong-un als Gastgeber, Trump zuerst die Hand reichen. So hat er aber mit Trump nicht gewettet. Grundsätzlich gilt bei TV-Auftritten und Pressefotos: Die Person, die vom Zuseher aus auf der linken Seite des TV-Spots oder des Fotos steht oder sitzt hat den Wahrnehmungsbonus. Wird also mehr und besser wahrgenommen, wirkt präsenter.
So kommt als Gastgeber Kim Jong-un von links auf die Mitte der Bühne zu und Trump von rechts. Somit sollte Kim Jong-un im Vorteil sein. Kim Jong-un kommt souverän, gelassen und mit anspannungsfreien Beinen auf Trump zu. Die Begegnung soll in der Mitte der Bühne stattfinden. Als Kim Jong-un auf Donald Trump zugeht, streckt Trump Kim Jong-un bereits seine Hand entgegen, fern von jedem Protokoll und jeder Businessetikette.

Damit hebt er sich über Gastgeber Kim Jong-un und nimmt sich den höheren Status. Ein Signal von Machtanspruch und Dominanz. Während des Handschlages legt Trump seine linke Hand auf den rechten Oberarm von Kim Jong-un und nimmt ihm den Vorteil der stärkeren TV-Spot und Fotorepräsentanz weg. Den Arm auf eine andere Person zu legen ist immer ein Zeichen von Dominanz- und Machtanspruch. Ein Drauflegen der Hand auf den Körper eines anderen, geht weder am Business- noch am gesellschaftlichen Parkett. Mit einer Ausnahme: Wenn man eine Person am gesellschaftlichen Parkett gut kennt, also befreundet oder gut bekannt ist, ist das in manchem privaten Kontext erlaubt, vor allem dann, wenn es tatsächlich herzlich gemeint ist.

Wenn wir diese Szene weiter betrachten kommt eines ganz klar zum Vorschein. Donald Trump hat den Lead. Er führt durch diese Begegnung und lenkt den Verlauf.

Nun stehen beide frontal zum Publikum. Trump dreht sich Kim Jong-un zu, berührt mit seiner rechten Hand Kim Jong-uns Schulter – macht also wieder einen Macht-

Bilder: imago images/ZUMA Press (2), Cover: GOLDEGG Verlag

Der Status ermöglicht uns eine gegenseitige Einschätzung unserer Kommunikationspartner. Dabei ist bei Kennenlern-Gesprächen vorerst mal der soziale Status interessant […]

Auf Augenhöhe oder auch nicht. Der Status ermöglicht uns eine gegenseitige Einschätzung unserer Kommunikationspartner. Dabei ist bei Kennenlern-Gesprächen vorerst mal der soziale Status interessant,

und Dominanzübergriff – blickt ganz kurz in die Richtung, aus der Kim Jong-un kam, nimmt die Hand von Kim Jong-uns Schulter, führt sie an ihm vorbei und deutet damit in die Richtung aus der Kim Jong-un kam. Trump gibt damit die Abgangsrichtung vor. Kims Blick folgt seinem Blick und seiner Weg weisenden Geste und lässt sich von Trump in die entsprechende Richtung leiten. Kim Jong-un hat den Lead Trump überlassen. Trump ging als Statussieger aus dieser Begegnung hervor. Hochstatus gewinnt eben oft, sympathisch oder diplomatisch ist er aber auch nicht immer.

Dort wo es Begegnungen zwischen Menschen gibt, ist er unvermeidlich, der soziale Status, und somit das Statusverhalten, die Statusinkompetenz und die Statuskompetenz. Status lässt sich nicht verhindern, er steht dir einfach gegenüber. Rangordnung wird durch elegantes, teils plumpes Verhalten, durch Hackordnungen, durch sympathisches oder auch unsympathisches Verhalten gesteuert und festgelegt.

der sehr schnell über Small Talk erfragt wird. Was machen Sie beruflich? Wo leben Sie? Welche Schulen haben Sie besucht, Haus oder Wohnung? Es ist für uns wichtig abzuklären, welchen Status der andere hat, damit wir sehen, welchen Status wir haben. Auch wenn uns das manchmal nicht so ganz bewusst zu sein scheint.

Die Einschätzung, auf welcher Statusebene sich jemand befindet, geht über Informationen. Informationen wie Optik, dazu gehört die Körpersprache, die Botschaft, die durch Kleidung oder Statussymbole transportiert wird, die Stimme, welche Vertrauen oder Mißtrauen, Selbstvertrauen bzw. Stimmungen transportiert und die Sprache und Sprachmuster die Hinweise über Einstellungen, Haltungen, Wünsche, Glaubenssätze, Selbstbilder oder Identitäten geben.

Patricia Staniek
ist Profilerin für Sicherheit und Wirtschaft, Keynotespeakerin und Fachvortragende Senatorin S.D.W.

Bevor wir mit einem Menschen einen Satz gesprochen haben, hat die Körpersprache die Statuskommunikation längst aufgenommen. Menschen reagieren unbewusst sehr stark auf unsere eigentliche Muttersprache, die Körpersprache. Die Körpersprache an sich demonstriert Über- oder Unterlegenheit, sie zeigt uns Duelle von Macht und Statusanspruch. Manchmal ordnet sich jemand unter oder über, manchmal gibt jemand stillschweigend nach und manchmal wird jemand einfach untergeordnet, ob er es will oder nicht, ob er es merkt oder nicht.

Ermitteln Sie Ihren eigenen Status
Sind Sie zufrieden mit Ihrem Status? Haben Sie sich überhaupt darüber schon Gedanken gemacht? Kennen Sie die Mechanismen und Gesetzmäßigkeiten von Statusverhalten und Statuskompetenz? Sind Sie derjenige, der anderen ausweicht oder weichen die anderen Ihnen aus?

Beobachten Sie sich selbst wenn Sie am Flughafen, in einem Einkaufszentrum oder an Ihrem Arbeitsplatz sind. Wo befinden Sie sich im Statusgefüge?

Beobachten Sie sich selbst wenn Sie am Flughafen, in einem Einkaufszentrum oder an Ihrem Arbeitsplatz sind. Wo befinden Sie sich im Statusgefüge? Sind Sie eher die Person, die durch äußerlichen Hochstatus auffällt oder die Person, die sich durch Tiefstatus nachgiebiger zeigt oder versuchen Sie gleichen Status wie der andere zu erlangen? Überlegen Sie sich einfach, ob Sie erfolgreich mit Ihrem Status-Verhalten sind. Wenn ja, dann ist die Welt ja ohnehin in Ordnung. Wenn Sie aber merken, dass Sie nicht zufrieden, genervt oder niedergeschlagen sind, weil Sie bei manchen Situationen im Business überrollt oder kleingemacht werden und dagegen nicht ankommen, dann würde es sich lohnen, einen Schritt in die Richtung der Entwicklung Ihrer Statuskompetenz zu machen.

Statusverhalten ist nicht statisch oder fix. Überlegen Sie sich, in welchen Situationen Sie mehr Nutzen und Gewinn durch Hoch- oder Tiefstatus haben. Nutzen Sie die Mechanismen von Status, um in der Statusarena auf der Gewinnerspur zu sein und zubleiben.

Äußerer Status tief- oder hoch:
- Äußerlich werden Sie zuerst gemessen!
- Wie beurteilen Sie Ihre Körpersprache?
- Wie beurteilen Sie Ihre Stimme und Sprache?
- Wie wirken Sie auf andere?

DER STATUS-CHECK:

1. Wie geht es Ihrem inneren Status, fühlen Sie sich innerlich in für Sie wichtigen Situationen eher im Tief- oder im Hochstatus?
2. Haben Sie ein Gefühl dafür, wann Sie ein sympathischer Tiefstatus oder ein klarer Hochstatus weiterbringen kann oder fühlen Sie sich mehr in den Tiefstatus gedrängt und hineingenötigt?
3. In welchen Situationen mangelt es Ihnen an innerem Hochstatus und was wollen Sie tun, um Hochstatus halten zu können oder an Hochstatus zu gewinnen?
4. Wie bewerten Sie Ihren äußeren Status?
5. Wirken Sie durch Körpersprache und Kleidung eher Hoch- oder Tiefstatus?
6. Führen Sie Statusregie in Ihrem Leben oder sind andere Ihre Regisseure?
7. Gibt es hier Handlungsbedarf und woran wollen Sie arbeiten?

HOCHSTATUS-SIGNALE:

- Entspannte, klar geführte Gestik oberhalb der Gürtellinie zwischen Hals und Hüfte
- Eine gerade und aufrechte Sitzhaltung
- Der Kopf ist gerade und das Kinn etwas gehoben bei ernsten Aussagen
- Raum einnehmen, z.B. ausbreiten der Arme am Tisch
- Blick in die Augen des Gegenübers
- Souveränes Sprechen, langsamr und betont

TIEFSTATUS-SIGNALE:

- Fahrige, unruhige Körperbewegungen und wildes Gestikulieren
- Häufig Blinzeln mit den Augenlidern
- Häufige Griffe ins Gesicht
- Hängende Schulter oder zusammengesunken sitzen
- Zu schnelles Sprechen
- Zu hohe oder hektische Stimme

Bevor wir mit einem Menschen einen Satz gesprochen haben, hat die Körpersprache die Statuskommunikation längst aufgenommen. Menschen reagieren unbewusst sehr stark auf unsere eigentliche Muttersprache, die Körpersprache.

Bilder: Runway Studios

PAYMENT STUDIE

Wie sich erhebliche Unterschiede in der Zahlungsmoral deutlich machen

Darmstadt, 9. Juli 2020 – Dänische und polnische Unternehmen zahlen am häufigsten pünktlich, chinesische und israelitische erweisen sich im Schnitt als besonders unzuverlässig. Insgesamt offenbart die Zahlungsmoral von Unternehmen auf Länderebene erhebliche Unterschiede. Das ergibt die Payment Studie 2020, die Daten aus dem weltweiten Partner-Netzwerk von Dun & Bradstreet auswertet.

Auf Basis detaillierter Zahlungserfahrungs- und Transaktionsdaten aus dem D&B Weltweiten Networking DunTrade Programm von Bisnode wurde die Zahlungsmoral von Unternehmen aus 25 europäischen und 13 außereuropäischen Ländern untersucht und nach Branchen und Unternehmensgröße aufgeschlüsselt.

Mit Blick auf Europa hat sich der Anteil von Unternehmen, die ihr vereinbartes Zahlungsziel einhalten, im Vergleich zum Vorjahr um 1,5 Prozentpunkte auf 44,3 Prozent leicht verbessert. Das Gesamtbild bleibt auf dem Kontinent aber weiterhin sehr heterogen: Führend sind Dänemark mit 86,9 Prozent pünktlicher Zahler, gefolgt von Polen (78,7 Prozent) und Litauen (76,9 Prozent). Am anderen Ende des Spektrums rangieren Bulgarien, Portugal und Rumänien mit jeweils weniger als 20,5 Prozent an Unternehmen, die fristgerecht zahlen. Portugal weist zudem neben Rumänien mit jeweils über 11 Prozent den höchsten Anteil besonders säumiger Unternehmen auf, die ihr Zahlungsziel um mehr als 90 Tage verfehlen.

Deutschland landet mit 65,3 Prozent pünktlich gezahlter Rechnungen europaweit auf Platz 5 hinter den Niederlanden. Besonders hoch ist die Zahlungsmoral hierzulande bei kleinsten und kleinen Unternehmen, die zu 69,7 beziehungsweise 66,7 Prozent fristgerecht zahlen, während Großkonzerne hier gerade auf eine Quote von gut 40 Prozent kommen. Auf Sektorebene schneiden Land- und Forstwirtschaft sowie Jagd und Fischerei am besten ab; am wenigsten pünktlich wird im Sektor Transport und Logistik gezahlt.

> Gerade angesichts der global gewachsenen makroökonomischen Unsicherheiten, die sich durch das Corona-Virus weiter verschärft haben, rechnen die Studienautoren damit, dass sich die Zahlungsmoral in der Gesamtbetrachtung vorerst kaum verbessern wird.

Die zur Verfügung stehenden Zeitreihen weisen für Deutschland eine vergleichsweise große Konstanz über die vergangenen drei Jahre auf. Stark verbessert hat sich die Zahlungsmoral dagegen insbesondere in Finnland, Irland und Großbritannien, während sie in Rumänien und Kroatien deutlich gesunken ist.

Ein ebenso heterogenes Bild wie in Europa liefern auch die untersuchten außereuropäischen Länder. Vergleichsweise viele pünktliche Zahler gibt es in Thailand und Russland. Im Vergleich begleichen nur gut ein Viertel der chinesischen und weniger als ein Fünftel der israelitischen Firmen ihre Rechnungen fristgerecht. Sowohl Niveau als auch Entwicklung der Zahlungsmoral sind dabei von mehreren Faktoren abhängig. Neben dem globalen ökonomischen Umfeld und den dominierenden Wirtschaftszweigen der jeweiligen Volkswirtschaften zählen dazu ebenfalls landestypische Geschäftspraktiken.

Gerade angesichts der global gewachsenen makroökonomischen Unsicherheiten, die sich durch das Corona-Virus weiter verschärft haben, rechnen die Studienautoren damit, dass sich die Zahlungsmoral in der Gesamtbetrachtung vorerst kaum verbessern wird. Umso wichtiger erscheint es insbesondere für international tätige Unternehmen regelmäßig, die Zahlungsgepflogenheiten und ihre jeweilige Entwicklung in denjenigen Ländern, zu denen sie Geschäftsbeziehungen pflegen, genau unter die Lupe zu nehmen. Nur so lassen sich unschöne Überraschungen im Cash-Flow-Management vermeiden.

Neben der jährlich veröffentlichten Payment Studie liefert das D&B DUN Trade® Netzwerk kontinuierlich Daten zum Zahlungsverhalten von mehr als 340 Millionen Unternehmen weltweit und bietet darüber hinaus aggregierte Risikoeinschätzungen zu jedem potenziellen Handelspartner.

Bilder: Depositphotos/Syda_Productions

WEIL RECHTS RANFAHREN NICHT GEHT...

Was wir von Piloten über Erfolg und Misserfolg lernen können

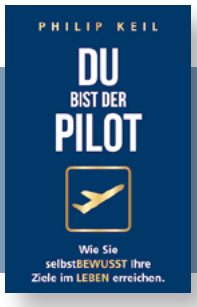
Am 04. Februar 2015 startet Trans Asia Airways Flug 235 vom Flughafen Taipeh mit Ziel Kinmen. Doch der Flug sollte nur wenige Sekunden dauern. Die Besatzung meldet nach dem Start einen Triebwerksausfall, kurz darauf kommt es zum Strömungsabriss und die zweistrahlige Turboprop-Maschine vom Typ ATR 72 stürzt ins Meer. 43 Menschen sterben, nur 15 können gerettet werden. Einer der wenigen Abstürze in der jüngeren Luftfahrtgeschichte.

Ich habe selbst als verantwortlicher Pilot im Februar 2009 eine Beinahe-Katastrophe erlebt. Wie bei dem Unglück in Taipeh geriet ich kurz nach dem Start in Ägypten in einen Strömungsabriss. Nicht durch einen Triebwerksausfall hervorgerufen, sondern durch eine sogenannte Windscherung, ein sehr seltenes Wetterphänomen, das den Auftrieb an den Tragflächen vernichtet. Dass ich den Absturz in buchstäblich letzter Sekunde abwenden konnte, verdanke ich hartem und regelmäßigem Training im Flugsimulator. Seit diesem Tag beschäftige ich mich als Sachbuchautor und Keynote Speaker mit dem „Faktor Mensch“ – am Boden wie in der Luft. Was lässt manche Menschen in Extremsituationen über sich hinauswachsen, während andere versagen? Was macht im “Cockpit des Lebens“ den Unterschied zwischen Crash und Punktlandung?

Die Tragödie von Taipeh ist für mich ein Sinnbild, weshalb auch Unternehmen und Beziehungen vollkommen unnötig crashen.

Weil wir in unserer komplexen und durchoptimierten Welt den wichtigsten Faktor aus den Augen verloren haben: den Faktor Mensch.

Weil wir in unserer komplexen und durchoptimierten Welt den wichtigsten Faktor aus den Augen verloren haben: den Faktor Mensch. Ein Triebwerksausfall nach dem Start ist für Piloten eine fliegerische Herausforderung, keine Frage. Aber eine beherrschbare, die wir ständig im Simulator trainieren. Die Trans Asia Crew war erfahren und das Wetter war



„Du bist der Pilot“ von **Philip Keil**
Hardcover, 272 Seiten
Erschienen: April 2019
Raffler Verlag
ISBN: 978-3-98161-189-2

Bilder: Amacoa GmbH, Depositphotos/dchulov, Cover: Raffler Verlag

unproblematisch. Was war also an diesem 04. Februar 2015 im Cockpit passiert?

Nur von Teamwork reden – oder es leben?
Der Kapitän kämpfte mit der Steuerung des Flugzeugs und schaltete gleichzeitig das Triebwerk ab. Leider das Falsche. Hoher Stress führt zu Fehlern. Deshalb sitzen im Cockpit immer zwei Piloten, die sich die Arbeit teilen und gegenseitig auf die Finger schauen sollen. Unter Druck werden wir zu Einzelkämpfern und geraten in einen Tunnelblick. Paradox, denn gerade in diesen Momenten ist gegenseitige Unterstützung am wichtigsten. Auch am Boden gilt: die komplexen Fragen der Zukunft lassen sich nur im Team beantworten.

Frage aktiv um Rat, wechsle die Perspektive und versuche, die Stärken Deines Teams zu nutzen.

Mein Anti-Crash Tipp für Dein Erfolgs-Cockpit: Frage aktiv um Rat, wechsle die Perspektive und versuche, die Stärken Deines Teams zu nutzen.

Crashursache Machtdistanz
Teams scheitern nicht an der Aufgabe. Teams scheitern an sich selbst. Teams scheitern an Machtdistanz. Nicht nur, dass der Trans Asia Kapitän als Einzelkämpfer agierte, seinen Co-Piloten also nicht mit einbezog. Der Co-Pilot seinerseits griff auch nicht ein. Das kulturelle Erbe vieler asiatischer Länder stellt eine sehr hohe Hürde für echtes Teamwork dar. Der Rangniedere ist reiner Befehlsempfänger. Der Co-Pilot hatte den Fehler seines Kapitäns erkannt und auch geäußert. Aber hat er auch gehandelt, als dieser nicht reagierte? Nein.

Mein Anti-Crash Tipp für Dein Erfolgs-Cockpit: Nur wer selbst das Steuer in die Hand nimmt, kann seinem Leben eine eigene Richtung geben. Dazu gehört, sich einzumischen und ins Handeln zu kommen. Wer das auch von seinem Team erwartet, muss dafür sorgen, dass ein Klima auf Augenhöhe herrscht.

Arbeit kannst Du teilen, Verantwortung nicht.
Ein weit verbreitetes Problem in Teams ist, dass sich ihre Mitglieder nicht wirklich in der vollen Verantwortung sehen. Zweifel oder Vorschläge werden allenfalls geäußert. Wo man auf sich allein gestellt schon längst gehandelt hätte, lässt man es im Team laufen und wartet darauf, dass andere aktiv werden. Um das zu beobachten müssen wir nicht bis nach Asien blicken. Das ist auch hierzulande trauriger Alltag in vielen renommierten Unternehmen. Ein gemeinsames Ziel und ein starkes Bewusstsein für eigenverantwortliches Handeln schreiben sich viele Firmen auf die Fahnen. Um es umzusetzen braucht es ein echtes Umdenken und das Aufbrechen althergebrachter Strukturen. Eine klare Rollenverteilung? Ja, die braucht es. Das klärt Verantwortlichkeiten und verleiht den Akteuren Orientierung. Starre Hierarchien? Nein! Hat der Kapitän per se recht, weil er mehr Streifen am Ärmel hat? Deshalb wechseln sich Piloten mit dem Steuern von Flugzeugen immer ab, unabhängig von Dienstgrad und Flugerfahrung.

Mein Anti-Crash Tipp für Dein Erfolgs-Cockpit: Wer Ziele erreichen will muss es schaffen, Menschen zu erreichen. Es gibt keine größere Wertschätzung und Motivation als entgegengebrachtes Vertrauen. Frage Dich, was sich im Zusammenleben und in der Zusammenarbeit mit Deinem Umfeld ändern muss, damit sich dieses Vertrauen entwickeln kann.

Fehlentscheidung besser als keine Entscheidung
Was bereuen wir am Ende unseres Lebens: unsere Fehler? Oder die Dinge, die wir so gerne gemacht hätten, uns aber nicht getraut haben? Aus Fehlern ziehen wir unsere Lehren, wir entwickeln uns, können sie korrigieren. Es sind Momente, in denen wir wachsen, ohne es zu merken. Ein Beispiel aus meinem eigenen Berufsleben: an meine weichen Landungen, an die Routineflüge kann ich mich heute nicht mehr erinnern. An meine harten Landungen als junger Co-Pilot und an die schwierigen Situationen im Cockpit kann ich mich auch nach vielen Jahren noch sehr gut erinnern. Piloten nennen diese Momente „Decision Points“. Weil Du in 13km Höhe nicht rechts ranfahren kannst und eine Entscheidung treffen musst.

Nicht unsere Fehler entscheiden über unsere Zukunft. Sondern unsere Ziele!

Mein Anti-Crash Tipp für Dein Erfolgs-Cockpit: Frage Dich, was sind Deine Decision Points des Lebens? Für die großen Entscheidungen des Lebens gibt es keinen Autopiloten. Nicht unsere Fehler entscheiden über unsere Zukunft. Sondern unsere Ziele! Komm gut an!

Philip Keil ist Deutschlands führender Experte für positive Fehlerkultur. Er zählt seit Jahren international zu den „TOP100 Excellent Speakers“ und ist bekannt aus dem Fernsehen, wo er regelmäßig als Experte für RTL, Sat.1, Pro7, n-tv und WELT vor der Kamera steht.

DIE LEKTIONEN DES JACK WELCH

Wie ein Mann zum „Manager des Jahrhunderts“ wurde und Geschichte schrieb

Vor 20 Jahren noch galt der „Manager des Jahrhunderts“ als Erfinder des 'Shareholder Value', doch er selbst bezeichnete später das Streben nach kurzfristigen Gewinnen als eine „dumme Idee“. Jack Welch, ehemaliger Leiter von General Electric (GE), starb am 1. März 2020 im Alter von 84 Jahren.

1981 wurde Welch mit 45 Jahren der jüngste CEO in der Firmengeschichte des traditionsreichen Unternehmens. Drei Monate zuvor wurde Ronald Reagan Präsident der USA, dessen Steuersenkungen die Industrie wachsen ließ. Ein günstiger Moment für einen Manager, der nach 20-jähriger Firmenangehörigkeit nicht weniger als eine Revolution in seinem Unternehmen forderte. Unter seiner Leitung stieg der Unternehmenswert von GE von 14 auf 400 Milliarden Dollar und der Gewinn verzehnfachte sich auf 14 Milliarden Dollar.

„Nimm dein Schicksal selbst in die Hand, oder jemand anderes tut das für dich“ war eines seiner prägnanten Motti, die für seinen direkten Führungsstil beispielhaft waren. Insbesondere die globale Expansion des Konzerns ist sein Verdienst, und Welch erkannte schon früh die Wachstumschancen asiatischer Märkte. Globaler Wettbewerb müsse sofort angegriffen werden, war Welch überzeugt. GE produzierte und verkaufte bald auf der ganzen Welt.

Als CEO sorgte er für eine Verschlankung der Verwaltungsstrukturen und für massenhafte Entlassungen in der Produktion, was Kosten senkte und die Aktienkurse der Firma in die Höhe schnellen ließ. Er förderte den Konkurrenzkampf in der Belegschaft, in dem er die Leistungsschwachen feuerte und die Leistungsstarken belohnte. Im gebeutelten Rostgürtel Amerikas ließ er Werke schließen und gliederte die Produktion ins billigere Ausland aus.

UNTERNEHMEN SIND OFT WIE WELTKLASSE-RESTAURANTS. WENN DU HEIMLICH IN DIE KÜCHE SPÄHST, SIEHT DAS ESSEN NIE SO GUT AUS, WIE WENN ES DIR PERFEKT GARNIERT AUF FEINEM PORZELLAN AN DEINEM TISCH SERVIERT WIRD. UNTERNEHMUNGEN SIND SCHMUTZIG UND CHAOTISCH.

Innerhalb seiner ersten fünf Jahre an der Konzernspitze verloren 112.000 von rund 499.000 Angestellten ihre Jobs und weitere folgten.
Das war die Geburtsstunde des „Shareholder Value“ – ein Wirtschaften, das auf eine möglichst hohe Rendite für die Investoren abzielt. Es brachte ihm aber auch heftige Kritik ein und der Spitzname „Neutronen-Jack“, als Anspielung auf eine Neutronenbombe, haftete sein Leben lang an ihm. Während andere Manager seinen Stil bewunderten und nachzuahmen suchten, mit der er die Diversifizierung GEs vorantrieb, war er für Kritiker der Pate für Gier und soziale Ungleichheit.

Trotzdem blieb General Electric der größte Produzent der USA und eine amerikanische Ikone, die vor allem aber agiler in ihrer Entwicklung wurde und inzwischen alles Mögliche, von Düsentriebwerken über Stromgeneratoren bis hin zu medizinischen Tomographen, lieferte. Die von Jack Welch gegründete Finanzabteilung trug wesentlich zum Wachstum des einstigen Produzenten von Edisons Glühbirnen bei. Sie lieh Kunden Geld, damit diese sich große Anlagen und teure Produkte des Riesenkonzerns leisten konnten und bot sogar Versicherungen an. Solche Finanzgeschäfte generierten zwar am Ende der Ära Welch bis zu 40 Prozent der Einnahmen, aber genau das machte den Konzern in der Finanzkrise 2008 so verwundbar.

2000, ein Jahr vor seiner Pensionierung, kürte ihn 'Fortune' zum „Manager des Jahrhunderts“. Er selbst mahnte allerdings damals, man solle sein Wirken an der Firmenentwicklung in 20 Jahren beurteilen. Seine Abfindung von 417 Millionen Dollar war wie sein Gehalt zuvor ein neuer Rekord, wurde in den Medien kontrovers diskutiert und natürlich wollte die Öffentlichkeit mehr über diesen John Francis Welch erfahren: Wie konnte ein Einzelkind einer katholischen Arbeiterfamilie mit irischen Wurzeln so wohlhabend werden?

Bilder: imago images/China Foto Press

Jack Welch revolutionierte den Finanzmarkt und galt lange Zeit als der „Manager des Jahrhunderts". Sein Privatvermögen wurde vor seinem Tod auf 720 Millionen US-Dollar geschätzt (Stand 2006).

FOUNDERS DESK

Die Schreibtische der Gründer

MARTIN LIMBECK:

Gegensätze ziehen sich an

Bild: privat

Der Arbeitsplatz von Martin Limbeck ist normalerweise immer dort, wo er seine Kunden dabei unterstützt, ihren Vertrieb fit für die Zukunft zu machen. Ansonsten lebt und arbeitet er an seinem „Place of Happiness“: ein abgelegenes Anwesen mit eigenem See, bei Wesel im nordwestlichen Ruhrgebiet.

Das Haus spiegelt wider, was Martin Limbeck in sich vereint: moderne und klare Strukturen treffen auf sympathische Bodenständigkeit. Wer sein Büro betritt, wird als erstes auf den großen Schreibtisch mit Sitzbank aufmerksam – alles gefertigt aus einem Baumstamm. Aktuell ist hier Limbecks „Kommandobrücke“ für unzählige Videocalls, Zoom-Sessions und Online-Trainings. Scheinwerfer zur zusätzlichen Beleuchtung, mehrere Monitore und Kameras dürfen daher natürlich nicht fehlen. Ebenso wenig wie sein wichtigstes Arbeitsgerät: das Smartphone, das im ständigen Dauereinsatz ist.

Was außerdem ins Auge fällt: Limbeck ist ein echter Familienmensch. Neben mehreren Fotos von seinen Lieben finden sich in seinem Büro außerdem Spuren seiner Leidenschaft für Eintracht Frankfurt – unter anderem in Form von signierten Wimpeln, Trikots und Bällen.

Vom Schreibtisch aus blickt Martin Limbeck durch die breite Glasfront auf den See, der zum Schwimmen und Angeln am Abend einlädt. Ebenfalls immer dabei: seine vier Königspudel, die heimlichen Herrscher über Büro, Haus und Garten. Für Limbeck steht fest: Ein Leben ohne Königspudel wäre möglich – jedoch völlig sinnlos.

CityAirbus

CityAirbus: Lufttaxi wird ab August getestet

Der CityAirbus, ein von Airbus entworfenes und entwickeltes Lufttaxi, wird ab August ins bayrische Manching verlegt. Auf dem Testflughafen vor den Toren Ingolstadts, sind weitergehende Tests des Lufttaxis geplant. Kleine Tests haben bislang am Hubschrauberwerk im schwäbischen Donauwörth stattgefunden. Seinen ersten öffentlichen Flug hat das Luftfahrzeug am Montag absolviert, berichtet die Augsburger Allgemeine. Bei dem Besuch des bayrischen Ministerpräsidenten Markus Söder (CSU), in Donauwörth, wurde…

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

Jeff Bezoz

Bezos ist auf einen Schlag um 13 Milliarden reicher

Amazon ist einer der größten Profiteure der Coronakrise. Das spiegelt sich gut sichtbar auch an der Börse wieder. Seit Jahresbeginn ist der Preis der Amazon-Aktie von knapp unter 2.000 auf mittlerweile über 3.000 Dollar angestiegen. Davon profitiert direkt auch Amazon-Chef Jeff Bezos. Wie die Nachrichtenagentur Bloomberg berichtet, hat Bezos am Montag einen neuen Rekord aufgestellt. Noch nie habe, seit der Erstellung des Bloomberg Billionairs Index, eine einzelne Person an einem Tag so viel Geld verdient. Die positive Stimmung für Onlinehandel brachte …

Den ganzen Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Velis Electro

Erste Zulassung für reines Elektro-Flugzeug

Die Velis Electro, vom slowenischen Flugzeughersteller Pipistrel, ist das erste reine Elektro-Flugzeug mit Musterzulassung, weltweit. Die Europäische Agentur für Flugsicherheit (EASA) hatte schon im Mai eine Zulassung für die verwendeten Elektromotoren ausgestellt, nun folge die begehrte Urkunde für das Elektro-Flugzeug. Die Velis Electro ist als Zweisitzer konzipiert und soll als Trainingsflugzeug eingesetzt werden. „Die Musterzulassung der Pipistrel Velis Electro ist der erste Schritt zu einer gewerblichen Nutzung von Elektroflugzeugen, die notwendig ist, um…

Den ganzen Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Bilder: Airbus helicopters, Pipistrel Group, imago images/Pacific Press Agency

Buchtipps

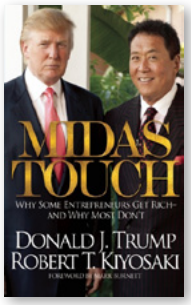
Das ABO-Zeitalter

Im Zeitalter von Streaming-Anbietern wie Netflix und Spotify ist für moderne Kunden der Zugang wichtiger als Eigentum. Dieser Trend hat mittlerweile auch Branchen erfasst, bei denen man es nicht auf den ersten Blick vermuten würde. In zehn Jahren werden wir alles abonnieren: IT, Fortbewegung, Einkaufen, Gesundheit oder Wohnen. Dieses Buch liefert eine praktische Anleitung, wie man sein Unternehmen Schritt für Schritt in ein kundenzentriertes, nachhaltiges Ertragsmodell umwandelt.

Gründergeschichten: Vom Abenteuer, ein Unternehmen aufzubauen

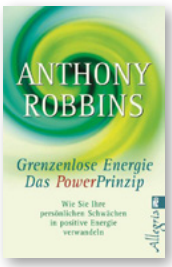
Seit zehn Jahren gibt es die Initiative zur Förderung der Gründerkultur in Deutschland. Gestützt von den Partnern stern, Sparkassen, ZDF und Porsche verleiht sie jedes Jahr den Deutschen Gründerpreis, die bedeutendste Auszeichnung für Unternehmer in Deutschland. Zwei der herausragenden Preisträger der letzten Jahre berichten nun über ihre Gründerzeit. Jede Geschichte und jeder Gründer steht für einen anderen wichtigen und spannenden Aspekt des Gründerdaseins.

Midas Touch: Why Some Entrepreneurs Get Rich and Why Most Don't



In diesem Titel teilen zwei unternehmerische Ikonen ihre Erfahrungen und Erkenntnisse zum erfolgreichen Unternehmensaufbau. Was macht einige Firmeninhaber so unglaublich erfolgreich? Die Antwort: Sie haben den Midas Touch. Trump und Kiyosaki glauben, dass die Welt mehr Unternehmer braucht. Zum ersten Mal teilen sie ihre eigenen Midas Touch-Geheimnisse, die sie sowohl dazu inspirieren, ihre Leidenschaft zu finden und zu erfüllen, als auch Ihnen die praktische Anleitung geben, die Sie benötigen, um erfolgreich zu sein. Anhand ihrer Geschichten über Erfolg, Misserfolg, Ausdauer und Zielstrebigkeit im wirklichen Leben, erfahren Sie, wie Sie es tun und ob Sie das Zeug dazu haben, Ihren eigenen unternehmerischen Erfolg voranzutreiben.

Grenzenlose Energie – Das Powerprinzip

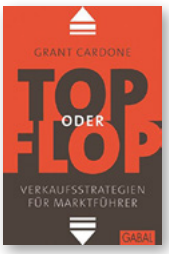


Erfolg ist nicht immer nur eine Frage der Begabung, sondern viel öfter eine Frage der Persönlichkeitsgestaltung. Anthony Robbins zeigt, wie man mit Hilfe von NLP Ängste, Schwächen und Blockaden ohne Probleme schnell auflösen kann. Er zeigt am Beispiel berühmter Menschen aus Politik und Kultur, dass Beherrschung der richtigen Kommunikation mit dem eigenen Unterbewusstsein und mit den Mitmenschen uns jede Situation erfolgreich bewältigen lässt.

Mein Wille geschehe: Macht und Manipulation entschlüsseln

Ob beruflich, privat oder im gesellschaftlichen Kontext: Wir sind täglich einer Fülle von Manipulationsstrategien und Machtdemonstrationen ausgesetzt. Manche Menschen merken, dass sie manipuliert werden; viele glauben, über ein hohes Maß an Menschenkenntnis zu verfügen – und täuschen sich!Die Expertin für menschliches Verhalten und Profilerin Patricia Staniek zeigt in ihrem neuen Buch, welche Techniken, Tricks und Methoden die Verführer anwenden, wie wir sie entschlüsseln und uns effizient dagegen wehren können.

Top oder Flop: Verkaufsstrategien für Marktführer



Überlassen Sie das Jammern den anderen! Wenn Sie nicht der Erste sind, sind Sie der Letzte. Entweder man gewinnt oder man verliert. Selbst in einer Krise können Sie mit Ihrer Karriere und Ihrem Geschäft an die Spitze gelangen – und die Spitze ist genau der richtige Ort, an dem man sein sollte. Top oder Flop – Verkaufsstrategien für Marktführer vermittelt Ihnen eine Reihe bewährter Hilfsmittel, um entsprechend zu handeln – bevor Ihre Konkurrenz das tut. Wenn Sie sich an diese schlagkräftige Anleitung halten, werden Sie nicht nur Erfolg haben, Sie werden alle anderen hinter sich lassen.

Story

Bild: imago images/Kyodo News

Vereinigte Arabische Emirate

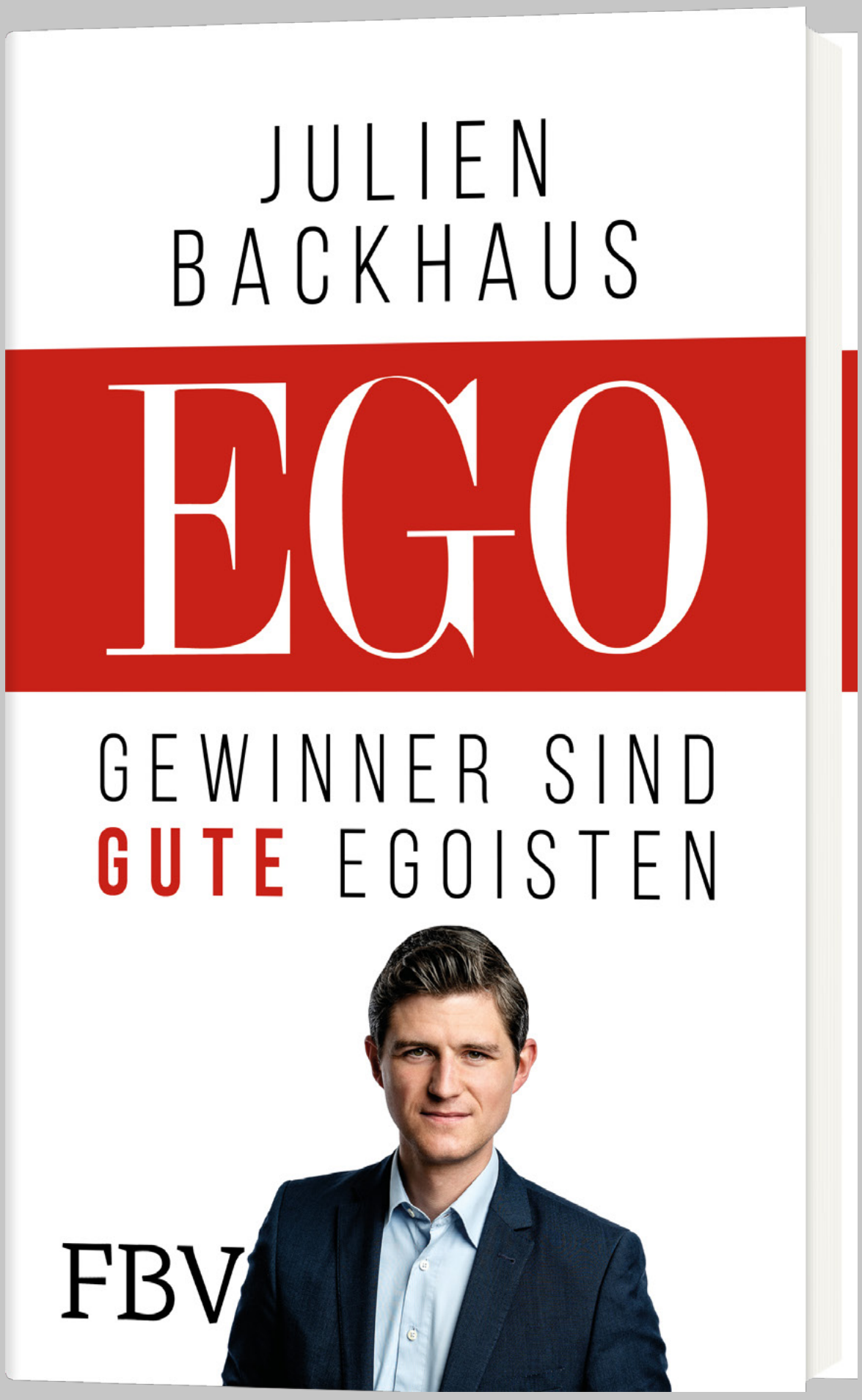
Vereinigte Arabische Emirate schießen Sonde zum Mars

Am Montag, 20.07.2020, haben die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE) als erstes arabisches Land, eine Raumsonde erfolgreich in Richtung Mars geschickt. Die Trägerrakete vom Typ H2A hob vom südjapanischen Weltraumbahnhof auf der Insel Tanegashima ab. Die von den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) entwickelte Sonde trägt den Namen „Al-Amal" (Hoffnung). Sie soll im Februar 2021, nach sieben Monaten Reisezeit, die Umlaufbahn um den Mars erreichen. Wegen schlechten Wetters musste der Start, der eine Woche zuvor geplant war, verschoben werden.

Die 200 Millionen Dollar teure Sonde soll vom Eintritt in die Umlaufbahn an, 687 Tage, also ein Mars-Jahr lang ein umfassendes Bild der atmosphärischen und meteorologischen Dynamiken des Mars aufzeichnen. Die Sonde würde im Erfolgsfall zum ersten Mal die Möglichkeit bieten, die Atmosphäre des Mars zu jeder Tages- und Jahreszeit, durchgehend zu beobachten. Die Vereinigten Arabischen Emirate wollen…

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

Cover: Plasser Verlag, Allegria Taschenbuch, campus Verlag, GOLDEGG Verlag, plata publishing, GABAL Verlag



Jetzt im Handel!