

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich

Ausgabe 7

VERTRIEB
GEHT HEUTE
ANDERS!
ANDREAS
BUHR



JOHN D.
ROCKEFELLER
KAPITALIST IM
NAMEN GOTTES

DER KING
OF BLING
PHILIPP
PLEIN

+
MIKE TYSON
CANNABIS
START-UP

DIE RIHANNA STORY

ALEX
REINHARDT
MISSION
BLOCKCHAIN





**neu
5€**

ERFOLG GIBTS **NICHT UMSONST. ABER ZU KAUFEN**

Für Erfolg musst du einen Preis bezahlen.
Und der ist nur 5 €

Jetzt als Print- oder Digital-Abonnement bestellen.
Ein Produkt aus dem Backhaus Verlag. info@backhausverlag.de

www.erfolg-magazin.de

Kostenlose iPhone-App

Available on the
App Store

Julien Backhaus
Verleger und
Herausgeber



Bild: Ronny Barthel

Editorial

Gründergeist

Der Gründergeist macht auch vor dem Showbusiness keinen Halt. So haben in den letzten Jahren viele Schauspieler und Musiker ihre Leidenschaft entdeckt, ein eigenes Unternehmen aufzubauen. Da gab es George Clooney mit Drinks, Jessica Alba mit Babybedarf und ebenso unser Cover-Star Rihanna. Robyn Rihanna Fenty, wie Rihanna wirklich heißt, gründete vor gerade einmal zwei Jahren die Kosmetikmarke Fenty Beauty – zusammen mit dem zweitreichsten Menschen der Welt, Bernard Arnault. Arnault kennt sich aus in der Welt von Lifestyle und Luxus, schließlich gehört ihm die größte Luxus-Holding der Welt – LVMH, zu der Marken wie Louis Vuitton gehören. Mit fast 100 Milliarden Dollar Privatvermögen ist er der Mann hinter Amazon-Chef Jeff Bezos und Microsoft-Gründer Bill Gates auf der Reichstenliste. Zusammen mit der R&B Sängerin (beide sind Gesellschafter der Kosmetikmarke) brachten sie vor gerade einmal zwei Jahren die Produkte auf den Markt, die bereits

rund 600 Millionen US-Dollar Umsatz verursachen. Wenn man gängigen Firmenbewertungsmethoden folgen würde, wäre dieses Unternehmen also bereits über eine Milliarde Dollar wert. Für diesen kurzen Zeitraum erstaunlich. Auch andere Promi-Unternehmen wie die Schuhmarke von Kanye West und die Kosmetik von Kardashian-Spross Kylie Jenner überschritten schon die Milliardenbewertung. Rihanna als disziplinierte Künstlerin und professionelle Selbstvermarkterin ist gleichzeitig eine talentierte Unternehmerin, die sich traut, mit einem erfahrenen Unternehmer eine Partnerschaft einzugehen und die Welt der Kosmetik zu erobern. Hut ab.

Viel Vergnügen wünscht
Julien Backhaus
Verleger

Impressum

Founders Magazin

Redaktion/Verlag Backhaus Verlag GmbH

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

Onlineredaktion

verwaltung@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

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

Anschrift:

Waffensener Dorfstr. 54,
27356 Rotenburg/Wümme
Telefon (0 42 68) 9 53 04 91
E-Mail info@backhausverlag.de
Internet: www.backhausverlag.de

Alle Rechte vorbehalten

Autoren (Verantwortliche i.S.d.P)

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

Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne Genehmigung.

INHALT

NR. 7

LEBEN

10 John D. Rockefeller
Kapitalist im Namen Gottes

20 Der „King of bling“
Philipp Plein als Designer und Unternehmer

WISSEN

17 Die Kosten von Ineffizienz
Wie ineffiziente Meetings Milliarden kosten können

22 Wie wir uns selbst betrügen
Buchauszug von Scott Adams

TOP 30

**Die monatlichen
Top 30 Founder**
Seite 18

ERFOLG

6 Rihanna
Die Erfolgsgeschichte

28 Alex Reinhardt
Mission Blockchain

**Wie wir uns selbst
betrügen**
Scott Adams
Seite 22



»Theoretisches Fachwissen reicht schon lange nicht mehr aus, wenn Sie Ihr Team zum Erfolg bringen möchten. Es bedarf eines Trainers, Motivators und Vorbilds, sonst droht schnell der Abstieg.«

Annelie Alexandru Seite 24
ist Business Coach und die Feelgood Expertin aus Berlin. Sie coacht Führungskräfte sowie deren Mitarbeiter in Berufs- und Karrierefragen. Durch die Etablierung von Feelgood Unternehmenskulturen schafft Sie optimale Arbeitsbedingungen und ein verbessertes Arbeitgeberimage für Ihre Auftraggeber.



Bilder: Christine Fiedler, imago images/MediaPunch/APress, Privat

STORY

14 Maximilian Schreiber

Geld vom Staat! Für Ihre Innovation

»In der Sekunde, als Rihanna den Raum betrat, kam es mir so vor, als ob die anderen beiden Mädchen nicht existierten.«
Evan Rogers

EINSTELLUNG

9 Martin Lauble

Das Arbeitsumfeld entscheidet über Erfolg

13 Generation Z

Ergebnisse einer neuen Studie

24 Annelie Alexandru

Was ist Feelgood Management?

BUCHTIPPS

Alle Seite 31

Martin Limbeck

Warum keiner will, dass du nach oben kommst

Martina Peukert

Digitales Marketing für Gewinner

Brian Tracy, Nikolaus B. Enkelmann

Der Erfolgsnavigator

Dr. Dr. Rainer Zitelmann

Reich werden und bleiben

Stefan Verra

Leithammel sind auch nur Menschen

Tobias Beck

Unbox your Relationship!

FOUNDERS DESK

30 Ben Schneider



Rihanna Seite 6

gilt schon jetzt als Pop-Ikone, die zu den meistverkauften Musikkünstlerinnen aller Zeiten zählt. Neben ihrem Musikgeschäft beweist sich die in Barbados geborene Robbyn Rihanna Fenty auch als wahre Unternehmerin.





DIE RIHANNA STORY

Wie eine junge Frau durch Opferbereitschaft, harte Arbeit und Glück zum Erfolg fand

Von Jan Conrad

Mit ihrer unverwechselbar vielseitigen Stimme sang sich Rihanna an die Spitze der Charts. Daneben gilt sie als Vorreiterin für viele Modetrends der letzten Jahre. Die Diva zählt schon jetzt als Pop-Ikone der heutigen Musik und gehört mit 250 Millionen verkauften Platten zu den meistverkauften Musikkünstlern aller Zeiten. Doch viele wissen nicht, dass ihre Karriere beinahe nicht zustande gekommen wäre. Es war eine Mischung aus Glück, Opferbereitschaft und harter Arbeit, die sie dahin gebracht hat, wo sie heute steht.

»In der Sekunde, als Rihanna den Raum betrat, kam es mir so vor, als ob die anderen beiden Mädchen nicht existierten.«

Evan Rogers

Als Robyn Rihanna Fenty wurde sie am 20. Februar 1988 als ältestes von drei Kindern auf der Karibikinsel Barbados geboren. Ihre Mutter arbeitete als Buchhalterin und ihr Vater als Lagerleiter. Rihannas Kindheit war alles andere als sorglos und idyllisch. Vor allem die Auseinandersetzungen mit ihrem von Alkohol- und Kokain abhängigen Vater prägten ihre jungen Jahre. Als sie 14 Jahre alt war, gingen ihre Eltern, die sich jahrelang mit

Eheproblemen herumgeschlagen hatten, getrennte Wege. Wohl als Folge der Gesamtsituation kämpfte die Jugendliche mehrere Jahre mit lähmenden Kopfschmerzen, die sie vor ihren Freunden und Klassenkameraden geheim hielt. Um sich von ihren Problemen abzulenken, beschäftigte sich Rihanna als Teenager viel mit Musik und begann zu singen. Zusammen mit zwei ihrer Schulfreundinnen gründete sie ihre erste kleine Band. 2003 kam es zu dem wegweisenden Treffen mit dem Produzenten Evan Rogers, der ihr von Freunden vorgestellt wurde, als er gerade mit seiner Frau Urlaub auf Barbados machte. »In der Sekunde, als Rihanna den Raum betrat, kam es mir so vor, als ob die anderen beiden Mädchen nicht existierten«, sagte Rogers über das erste Treffen mit dem Trio. Weniger als ein Jahr später, als Rihanna gerade mal 16 Jahre alt war, verließ sie Barbados, um mit Rogers und seiner Frau nach Connecticut zu ziehen und an der Aufnahme eines Demo-Albums zu arbeiten. Sie gab alles dafür, um ihren Traum zu verwirklichen, auch wenn sie dafür ihre Familie verlassen musste. Zusammen mit dem Songwriter Carl Sturken entstand so ihre erste Hit-Single »Pon de Replay«.

Rogers und Sturken waren begeistert von der jungen Künstlerin und schickten das Demoalbum an verschiedene US-Plattenfirmen. Eins davon landete schließlich bei dem erfolgreichen Musikproduzenten und Unternehmer Jay-Z. Es reichte nur ein Treffen, um ihn von Rihannas Talent zu überzeugen. Noch vor Ort unterschrieb sie bei dem Label Def Jam ihren ersten

Plattenvertrag. Im August 2005 wurde ihre erste richtige Single mit »Pon de Replay« veröffentlicht und schlug ein wie eine Bombe. Nach kurzer Zeit erreichte



der Song den Platz 22 der Billboard-Singlecharts und ebnete den Weg für Rihanna als aufstrebenden Popstar. Ihr erstes Album »Music of the Sun« erschien im gleichen Monat und erreichte Platz 10 der Billboard-Albumcharts und erreichte nach kurzer Zeit Gold in den USA und Platin in mehreren anderen Ländern. Somit war es keine Überraschung, dass selbst Stars wie Gwen Stefani auf die junge Künstlerin aufmerksam wurden und sie zur Eröffnung ihrer Tour eingeladen wurde. Ein Leben-

straum ging für Rihanna in Erfüllung. Ihr zweites Album „A Girl Like Me“ folgte im nächsten Jahr und wurde zu einem riesigen kommerziellen Erfolg. Rihanna etablierte sich nun als Teenie-Sensation und landete mit ihrer Hit-Single „SOS“ auf Platz 1 der US Billboard Hot 100. In über 13 Ländern wurde das Album kurz nach Veröffentlichung in die Top Ten katapultiert.

Damit war das Ende der Erfolgsleiter noch lange nicht in Sicht. Mit ihrem Album „Good Girl Gone Bad“ reihte sie sich endgültig in der Liga der Superstars ein. Mit Hilfe einer großangelegten Werbekampagne konnte das Album einige erfolgreiche Singles hervorbringen. Zum ersten Mal kollaborierte Rihanna mit anderen erfolgreichen Musikern und sicherte sich so einige Songs mit Stars wie Jay-Z, Ne-Yo, Timbaland und Justin Timberlake. Ihre Hit-Single „Umbrella“ verhalf ihr dabei zu ihrem ersten Grammy in der Kategorie Best Rap/Sung Collaboration. Neben ihren eigenen Hits konnte man Rihanna auch in einer Reihe anderer populärer Songs hören. Darunter waren Lieder von Jay-Z, Eminem, Maroon 5 und Kanye West.

Es folgen mehrere Alben, die alle an den großen kommerziellen Erfolg anknüpfen konnten. Im Laufe ihrer Karriere gewann Rihanna insgesamt acht Grammy Awards, außerdem 14 Billboard Music Awards, MTV Awards und steht mehrfach im Guinnessbuch der Rekorde. Rihanna soll mittlerweile ein Nettovermögen von 245 Millionen US-Dollar angesammelt haben.

Doch auch Ihre Filmrollen trugen zu Rihannas Berühmtheit bei. Sie spielte 2012 in dem Science-Fiction-Film „Battleship“ mit und wurde später als Stimme der Hauptfigur des animierten Blockbusters „Home“ gecastet. 2017 hatte Rihanna mehrere Auftritte in der Serie „Bates Motel“ und sicherte sich eine große Rolle in „Valerian und die Stadt der Tausend Planeten“. Im gleichen Jahr konnte man sie im Film „Ocean’s 8“ neben Superstars wie Anne Hathaway, Cate Blanchett und Sandra Bullock sehen.

Wohltätigkeitsarbeit ist für Rihanna schon immer eine Herzensangelegenheit gewesen. Mit über 82 Millionen Fans auf Twitter, 57 Millionen Instagram-Followern und 81 Millionen Facebook-Fans hat sie dafür eine Reichweite aufgebaut, wovon andere nur träumen könnten. Als ihre erste Organisation gründete sie im Jahr 2006 die Believe Foundation, um unheilbar kranken Kindern zu helfen. Weiter tritt sie regelmäßig für wohltätige Zwecke in Konzerten auf, um Bewusstsein für soziale Probleme zu schaffen und Geld zu sammeln. Im Jahr 2012 gründete sie außerdem die Clara Lionel Foundation, welche nach ihren Großeltern benannt wurde. Die Organisation

hat sich als Ziel gesetzt, die Lebensqualität von Gemeinschaften weltweit in den Bereichen Bildung, Kultur, Kunst und Gesundheit zu verbessern.

» **Rihanna als disziplinierte Künstlerin und professionelle Selbstvermarkterin ist gleichzeitig eine talentierte Unternehmerin, die sich traut, mit einem erfahrenen Unternehmer eine Partnerschaft einzugehen und die Welt der Kosmetik zu erobern.** «

Julien Backhaus

Rihanna gründete vor gerade einmal zwei Jahren die Kosmetikmarke Fenty Beauty – zusammen mit dem zweitreichsten Menschen der Welt, Bernard Arnault. Arnault kennt sich aus in der Welt von Lifestyle und Luxus,

schließlich gehört ihm die größte Luxus-Holding der Welt – LVMH, zu der Marken wie Louis Vuitton gehören. Mit fast 100 Milliarden Dollar Privatvermögen ist er der Mann hinter Amazon-Chef Jeff Bezos und Microsoft-Gründer Bill Gates auf der Reichstenliste. Zusammen mit der R&B Sängerin (beide sind Gesellschafter der Kosmetikmarke) brachten sie vor gerade einmal zwei Jahren die Produkte auf den Markt, die bereits rund 600 Millionen US-Dollar Umsatz verursachen. Wenn man gängigen Firmenbewertungsmethoden folgen würde, wäre dieses Unternehmen also bereits über eine Milliarde Dollar wert. Für diesen kurzen Zeitraum erstaunlich. Auch andere Promi-Unternehmen wie die Schuhmarke von Kanye West und die Kosmetik von Kardashian-Spross Kylie Jenner überschritten schon die Milliardenbewertung. Rihanna als disziplinierte Künstlerin und professionelle Selbstvermarkterin ist gleichzeitig eine talentierte Unternehmerin, die sich traut, mit einem erfahrenen Unternehmer eine Partnerschaft einzugehen und die Welt der Kosmetik zu erobern.



WIE DAS ARBEITSUMFELD ÜBER ERFOLG ENTSCHEIDET

Experte **Martin Lauble** weiß, wie man die Performance in Firmen um bis zu 36 Prozent erhöht.

Wer die Verwaltung effizient und mit hohem Wohlfühlfaktor gestalten will, wird früher oder später auf den Arbeitsgestalter Martin Lauble aufmerksam. Als einer der führenden Spezialisten unterstützt er namhafte Unternehmen und Behörden wie die Bundesagentur für Arbeit dabei, die Produktivität in den Büros um bis zu 36 Prozent zu steigern.

Diese liegt nach aktuellen Forschungen trotz Digitalisierung und Technisierung bei gerade einmal 65 Prozent. Die Ursachen der niedrigen Produktivität sind meist nicht Digitalisierung, sondern das gesamte Umfeld, beziehungsweise deren Einflüsse auf die Beschäftigten.

Wir ärgern uns doch selbst am meisten über die eigenen Fehler. Fehler kosten Zeit, Nacharbeit und bringen uns damit unter Zeitdruck. Unter Druck passieren noch häufiger Fehler. Auch die beste Führungskraft kann trotz gelebter Fehlerkultur diese Fakten nicht ignorieren. Würde sie das tun, würden die Probleme weder ganzheitlich noch ursächlich angegangen. Die Ursachen sind laut Martin Lauble im Büro sowohl am Arbeitsplatz als auch in der Raumgestaltung zu finden. Was hilft denn den Leuten der schnellste digitalisierte Rechner, wenn die Beschäftigten wegen Blendungen im Bildschirm die Informationen nicht lesen können? Was hilft die beste Führungsqualität, wenn die Menschen im Büro wegen zu hohem Lärmpegel Kopfschmerzen haben, sich nicht konzentrieren können oder deswegen Missverständnisse mit Kunden auftreten? Was hilft die beste Motivation, wenn im Arbeitsumfeld ständige Unterbrechungen stattfinden, durchschnittlich alle vier Minuten? Ein Einschnitt in die Leistungsfähigkeit, mit kohärenter Auswirkung auf die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen und Volkswirtschaft.

Bereits während der Ausbildung zum Bürokaufmann interessierte sich Martin Lauble dafür, wie Büroarbeit besser gestaltet werden kann. Er durfte für seinen Ausbildungsbe-

trieb die Büros neu planen, mit dem Ziel, die Organisation zu optimieren und dabei die Störfaktoren für konzentriert Arbeitende zu minimieren.

Menschen wollen sich entwickeln, Anerkennung, Gesundheit, Wachstum und Geld oder eine Mischung aus mehreren davon erlangen. Also beschäftigte er sich nach der Ausbildung

intensiv mit den Themen Persönlichkeitsentwicklung und Macht der Gedanken. Dazu begleitete er über sechs Jahre hinweg den Erfolgstrainer Antony Fedrigotti.

Erfolg haben wir immer nur mit Menschen. Optimal ist es, wenn Beruf und Berufung zusam-

mentreffen, da wir mindestens ein Drittel unserer Lebenszeit mit Arbeiten zubringen. Deshalb sagt Lauble ganz bewusst provokant: „Humanisierung ist die intelligenteste Art der Rationalisierung.“

Positiver Stress ist ganz hilfreich, auf Dauer ist Stress jedoch lebensgefährlich, wie er durch einen Herzinfarkt 2010 selbst erlebte. Die fehlende Krankentagegeld-Versicherung packte noch finanziellen Druck für den Familienvater oben auf, also keine Zeit für Erholung. Es folgte prompt der zweite Herzinfarkt. „Ich lernte schmerzhaft, dass nicht alles mit dem Geist zu kontrollieren ist. Körper, Geist und Seele sind eine Einheit, die in einem von dir bestimmten Umfeld zusammenwirken“, erinnert er sich.

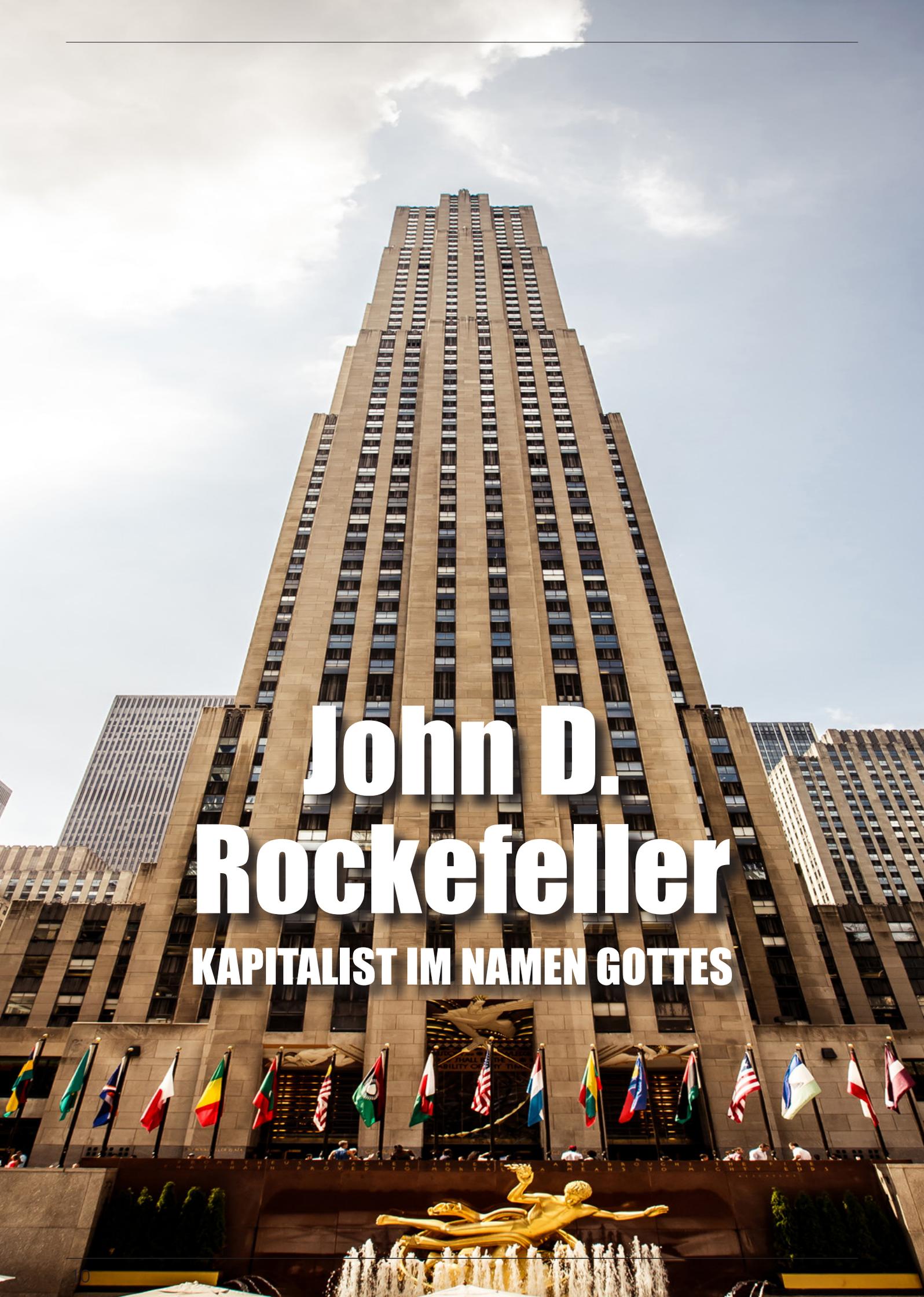
Nach den überstandenen Schicksalsschlägen startete er 2011 bei einem kleinen Hersteller für Akustiklösungen. Deren Hauptsatz-Träger fiel im Frühjahr 2012 komplett weg. Es musste eine Lösung her, die kurzfristigen Umsatz bringen und langfristige Multiplikatoren locken würde. Deshalb entwickelte Martin Lauble ein Gesamtkonzept aus den eigenen Erfahrungen und Erkenntnissen aus vielen Kundenberatungen. Innerhalb eines Jahres gelang es ihm, die zuvor erreichten Unternehmensgewinne zu erreichen.

Echten Nutzen zu bieten heißt, möglichst viel von dem zu realisieren, was die Beschäftigten wollen. Das ist in der Regel nicht der Kicker oder die Tischtennis-Platte, sondern ganz banale Dinge, wie ein gut und individuell gestalteter Arbeitsplatz, der die Erledigung meiner Arbeitsaufgabe fördert, ohne mich persönlich zu belasten.

Damit wurden die größeren Hersteller in der Branche auf ihn aufmerksam und trugen ihm eine Zusammenarbeit an, was einen stetigen Aufwärtskurs zufolge hatte. „Verkaufen ist toll, die Menschen wachsen zu sehen ist noch besser. Ein direktes Feedback zu bekommen, dass die Unternehmen eine Produktivitätssteigerung tatsächlich feststellen und deshalb begeistert sind, lässt nicht nur den persönlichen Wert, sondern auch die eigene Motivation täglich steigen“, konstatiert Lauble die Entwicklung.

So gerüstet ging er 2017 zurück in die Selbständigkeit und vermittelt nun sein Wissen in Vorträgen und Seminaren an Unternehmer, Sicherheitsfachkräfte und Büroausstatter. „Meine Motivation ist es, die Menschen zu der Größe zu führen, zu der sie fähig sind zu sein.“





John D. Rockefeller

KAPITALIST IM NAMEN GOTTES



John D. Rockefeller war Amerikas erster Milliardär. Er baute ein Ölimperium auf, das zeitweise rund 90 Prozent des amerikanischen Raffineriegeschäfts kontrollierte. Seine Konkurrenten trieb er mit rüden Methoden in den Ruin. Aber er war ein gläubiger Protestant, der beruflichen Erfolg für seine Pflicht vor Gott hielt. Am Sonntag, nach dem Gottesdienst, fegte er gelegentlich die Kirche.

Sein Vermögen, so errechnete das Wirtschaftsmagazin Forbes, betrug zu Beginn des letzten Jahrhunderts (unter Berücksichtigung der Inflation) rund 300 Milliarden Dollar. Aber nichts deutete darauf hin, dass Rockefeller, der 1839 als Nachfahre des 1723 aus Altwied (Rheinland-Pfanz) nach Amerika ausgewanderten Johann Peter Roggenfeller geboren wurde, einmal einer der reichsten Männer der Geschichte werden sollte.

Johns Vater, ein »Kräuterdoktor« und Hausierer, gab sich in den Dörfern gelegentlich als Arzt aus. Seine Mutter war eine gottesfürchtige Bauerntochter. Das Geld war knapp, John war so schäbig gekleidet, dass er nicht aufs Klassenfoto durfte. »Ich erinnere mich nicht, jemals vernachlässigtere Kinder gesehen zu haben«, erinnerte sich später ein Nachbar.

John war kein guter Schüler. Lediglich in Mathematik hatte er sehr gute Zeugnisse. Mit 16 trat er in Cleveland eine Stelle als Lehrling bei einer Speditionsfirma an, wurde später Buchhalter mit einem Monatsgehalt von 50 Dollar. Der Umgang mit Zahlen faszinierte ihn. Oft war er am Morgen bereits um halb sieben im Büro, gelegentlich verbrachte er die halbe Nacht mit dem Addieren von Zahlen.

Neben der Arbeit war der Glaube sein zweiter Lebensinhalt. Am Sonntag ging er zur Kirche, er protokollierte die Sitzungen des Pfarrgemeinderats und las den Kindern aus der Bibel vor. Nach dem Gottesdienst fegte er die Kirche.

Aus Enttäuschung über eine verweigerte Gehaltserhöhung kündigte Rockefeller und gründete als 19-Jähriger zusammen mit einem Freund ein eigenes Handelshaus. Das Geschäft boomte, Millionen Einwanderer strömten damals nach Amerika, und der beginnende Bürgerkrieg steigerte noch die Nachfrage. Rockefeller drückte sich mit einer Spende vor der Einberufung zum Militär, handelte erst mit Fleisch und Getreide, investierte dann in das Geschäft mit Erdöl aus Pennsylvania, mit dem die bisher

meist mit Walfischtran betriebenen Lampen befüllt wurden.

Rockefeller kaufte eine kleine Raffinerie. Er glaubte, dass mit der Umwandlung von Erdöl in Kerosin höhere Gewinne zu erzielen seien als mit der Suche nach Ölquellen. Die Raffinerie warf so hohe Gewinne ab, dass er immer mehr Raffinerien kaufte und die Expansion mit Krediten finanzierte. Zins und Tilgung bezahlte er pünktlich, aber sein Geschäftspartner drängte ihn zu einem langsameren Wachstum. Er nannte Rockefeller »den größten Schuldenmacher, dem ich je begegnet bin«. Es kam zum Bruch, Rockefeller ersteigerte schließlich die Firma für 72.500 Dollar. Ihm war klar, dass jetzt die Zeit gekommen war, in der man als Unternehmer entweder wächst oder untergeht. Später pflegte er zu sagen: »Ich verweise immer auf diesen Tag als Anfang des Erfolgs, den ich im Leben hatte.«

1870 entstand aus dem Unternehmen die Standard Oil Company, die erste Erdölgesell-



schaft der USA. Es besaß zwar die größte Raffinerie in Cleveland. Aber überall in Amerika entstanden jetzt Konkurrenzunternehmen – Rockefeller erkannte, dass Standard Oil schnell wachsen musste, denn nur so konnte das Unternehmen in dem umkämpften Markt günstiger einkaufen, günstiger produzieren und schließlich die billigsten Preise anbieten. Er setzte auf die Macht der Masse und wandte zur Erreichung seiner Ziele alle Mittel an: Er trieb Konkurrenten in den Ruin oder übernahm sie, er setzte Spione und Strommänner ein, arbeitete mit Bestechung, bildete mit anderen Raffineriebesitzern ein Kartell, um bei den Eisenbahngesellschaften die Transportpreise für Öl zu drücken.

Innerhalb eines Jahres übernahm er fast alle Konkurrenten in der Region. Standard Oil war jetzt ein Großkonzern. Er verkaufte das Petroleum bis nach Europa und Asien. John D. Rockefeller war gerade mal 33 Jahre alt. Er kontrollierte 90 Prozent des amerikanischen Raffineriegeschäfts.

Trotz seines Reichtums lebte er anspruchslos, ja geradezu asketisch. Er rauchte und trank nicht, ging nicht ins Theater, seine fünf Kinder erhielten weniger Taschengeld als ihre Mitschüler.

Später, als Pipelines die Eisenbahnen als Transportmittel für Erdöl ablösten, kaufte Rockefeller ganze Landstriche, um zu verhindern, dass die Konkurrenz dort Rohre verlegte. So errichtete er in Pennsylvania riesige eigene Pipeline-Netze, darunter eine über 6000 Kilometer lange Pipeline von Ohio nach Pennsylvania. Rockefeller Biograf Chernow schrieb später: »Sobald ein Ölsucher auf Öl stieß, war Standard Oil da, um seine Quellen anzuschließen. Das sicherte die Existenz des Ölproduzenten ebenso wie seine unwiderrufliche Abhängigkeit vom Konzern.«

Bisher hatten die Eisenbahngesellschaften 40 Prozent ihres Umsatzes mit dem Transport von Rockfellers Öl gemacht. Der Pipeline-Boom führte jedoch dazu, dass ein Drittel der 360 Eisenbahngesellschaften des Landes bankrottgingen. Die große Depression nach dem Crash an der New Yorker Börse im Jahr 1873 überstand Rockefeller schadlos. Für ihn war die Krise eine Gelegenheit, seine wenigen verbliebenen Konkurrenten zu Schnäppchenpreisen seinem Imperium einzuverleiben.

Um die Jahrhundertwende, als ein Arbeiter in den USA durchschnittlich acht bis zehn Dollar pro Woche verdiente, wurde Rockefeller unermesslich reich. Aber Amerikas Öffentlichkeit reagierte zunehmend mit Wut auf die rücksichtslosen und zum Teil ungesetzlichen Methoden des Monopolisten Standard Oil. Das Unternehmen stand symbolhaft für »Big, bad business«. Die Anti-Trust-Gesetze, die 1890 vom Kongress erlassen wurden, hatten hauptsächlich Rockfellers Aktivitäten im Visier. Es kam zu einem Gerichtsverfahren, aber es sollte noch Jahrzehnte dauern, bis schließlich 1911 der Oberste Gerichtshof der USA die Zerschlagung des Konzerns anordnete. Standard Oil wurde in 34 Teile zerlegt, aus denen



Rockefeller über Arbeit und Reichtum

Wenn du erfolgreich sein willst, dann musst du neue Wege einschlagen und nicht auf den ausgetretenen Wegen des gemeinhin akzeptierten Erfolgs marschieren.

Eine Freundschaft auf geschäftlicher Basis ist besser als ein Geschäft auf freundschaftlicher Basis.

Es ist besser, einen Tag im Monat über sein Geld nachzudenken, als einen ganzen Monat dafür zu arbeiten.

Wer den ganzen Tag arbeitet, hat keine Zeit, Geld zu verdienen.

Ich arbeite nach dem Prinzip, dass man niemals etwas selbst tun soll, was ein anderer für einen erledigen kann.

Wohltätigkeit ist schädlich, es sei denn, sie hilft dem Empfänger, von ihr unabhängig zu werden.

Ölkonzerne wie Exxon, Chevron, Mobil und Amoco hervorgehen sollten.

Der Aktienkurs von Standard Oil brach massiv ein. Aber Rockefeller setzte auf eine Kurserholung und kaufte in großem Stil Aktien seines Unternehmens auf. Er sollte recht behalten: Das Automobil ersetzte jetzt den Pferdekarren und in Europa begann der

Erste Weltkrieg – das katapultierte den Bedarf an Erdöl in unvorstellbare Dimensionen, und Rockefeller verdiente dank der beginnenden Börsenhausse rund 200 Millionen Dollar. Rockefeller hatte sich bereits 1897 aus dem Management zurückgezogen. Vor seinem Tod im Jahr 1937 spendete er fast die Hälfte seines Vermögens für wohltätige Projekte. Er unterstützte die medizinische Forschung, finanzier-

te die Gründung der University of Chicago, stiftete Schulen, Museen und Bibliotheken. Wohl nicht aus schlechtem Gewissen, sondern aus religiösen Gründen. Er war stets der Meinung, dass Gottes Gunst sich am Geld ablesen ließe, am Lohn für die Fleißigen und Sparsamen. Aber er glaubte auch, dass er die Milliarden, die ihm der Herr gab, nicht für sich behalten dürfe.



GENERATION Z

Eine Studie belegt, dass die sogenannte „Generation Z“ die am leichtesten beeinflussbare überhaupt ist – und sie wissen es sogar selbst!

Von Kamil Saatz

Eine Studie von Adobe, zeigt wie leicht beeinflussbar die aktuelle Generation Z ist. Sogar die jungen Leute selbst halten sich für extrem beeinflussbar.

Laut der aktuellen „Across the Ages“-Studie, durchgeführt im Auftrag des Internet-Giganten Adobe, sind 55% der Deutschen davon überzeugt, die junge Generation Z (Alter bis 23 Jahre) sei über die verschiedenen Informationskanäle aus dem Internet wie z.B. Facebook, YouTube, Influencer und Co., am ehesten zu beeinflussen. Dagegen trauen es lediglich 12 % der Befragten der Generation der Baby Boomer (Alter 55 bis 73 Jahre) zu.

Das Forschungsinstitut Advanis befragte insgesamt 7679 Verbraucher aus Frankreich, Großbritannien, USA und eben 1202 deutsche Verbraucher, aus den Generationen der Baby Boomer, Generation X (Alter 38 bis 58), Generation Y (Alter 20 bis 41) und der Generation Z. 62% der letzteren Generation, sind sich ihrer Anfälligkeit bewusst. Gerade weil der Informationsfluss im Zeitalter der Digitalisierung immens geworden ist. Viele Trends deren viraler Einfluss sich in Sekunden-schnelle verbreitet kann, über Tweets, Posts, Snaps oder die YouTube Trend Charts,

sind alltäglich. Ein Informationsfluss, der mit der Generation gewachsen ist und an welchen sich die Generation gewöhnt hat. Schließlich haben Kindergarten Kinder das Smartphone der Eltern wesentlich besser im Griff als diese selbst.

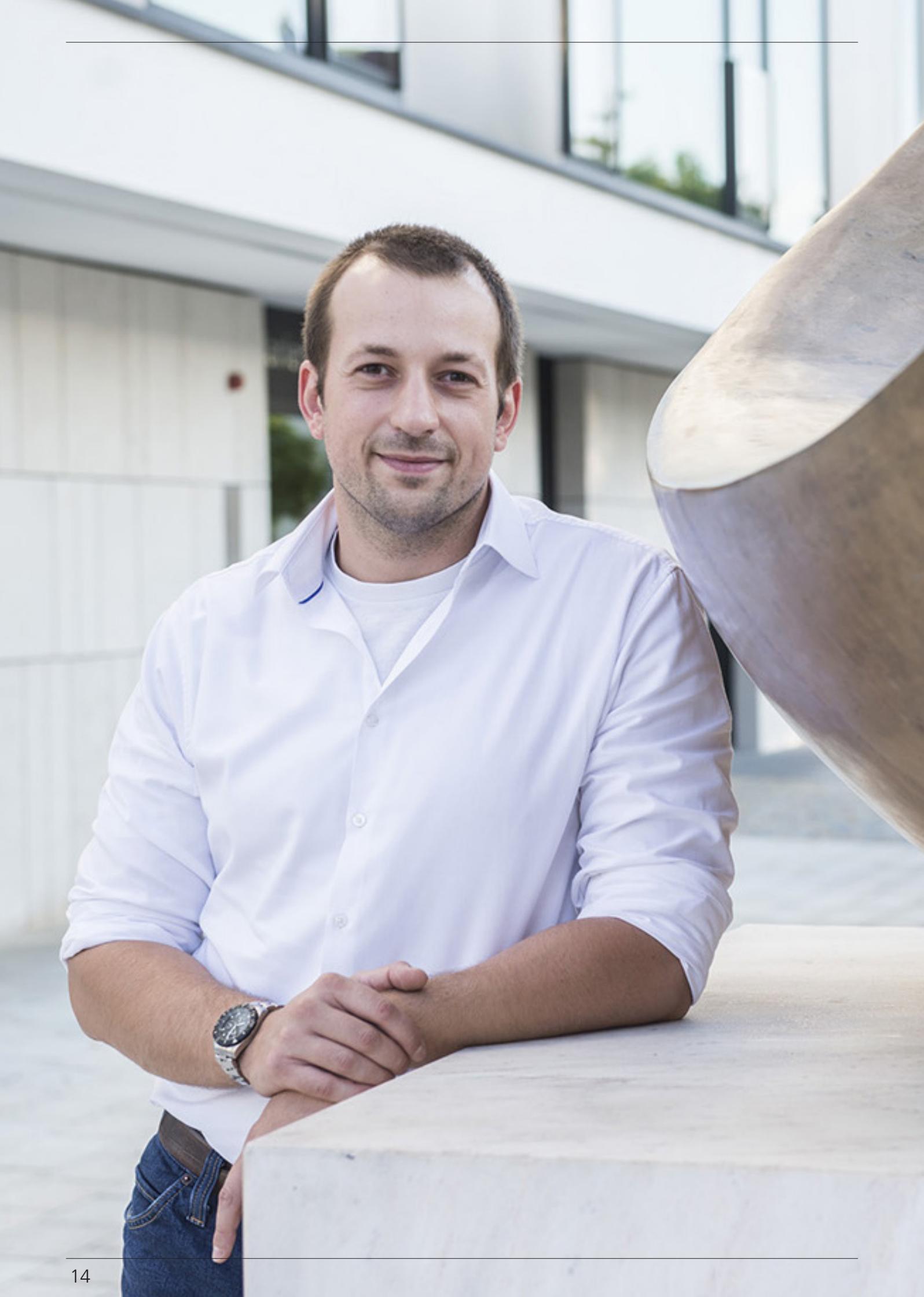
Privatsphäre und Sicherheit haben heute einen wesentlich höheren Stellenwert, wie z.B. zur Jahrtausendwende. Bei der Befragung schnitt hier die Generation Z deutlich besser ab, wie die anderen Generationen. Als Beispiel konfigurieren und kontrollieren ca. 25% der Befragten aus der Generation Z regelmäßig ihre Sichtbarkeit und die Weitergabe von Daten an Dritte. Im Vergleich dazu stehen ca. 15 % der Baby Boomer.

Mehr Daten für mehr Fun

Gut 54% der Generation Z ist aufgeschlossener der Interaktion mit Marken und deren Werbung, parallel hierzu die Baby Boomer mit lediglich 12 %. Im Zeitalter der unbegrenzten Möglichkeiten, sind die Trends von heute, morgen schon alte Erinnerungen. Vieles wird wesentlich schneller langweilig und die Unternehmen müssen mit hochdruck an neuen Innovationen arbeiten. Um den Fortschritt zu fördern, wären 62% der Generation

Z bereit, ihre privaten Daten zur Verfügung zu stellen. Entsprechend dazu die Generation X mit 50% und die Baby Boomer mit immerhin 43%. Im Vergleich mit anderen Nationen sind die deutschen Nutzer weitaus vorsichtiger im Interagieren mit den Unternehmen. Rund 90% sind verunsichert was den Datenschutz bzw. den Umgang mit Daten angeht und 60% sind besorgt darüber, dass ihre Daten zu kriminellen Zwecken missbraucht werden können. Daher hat hierzulande eine transparente Kommunikation und ein hoher Mehrwert aus der Datengewinnung, eine enorme Bedeutung für die Qualität der Beziehung zwischen Unternehmen und seinen Nutzern. Hier spielt das Kundenerfahrungsmanagement (Customer-Experience-Management) eine besonders wichtige Rolle. Denn damit versucht man aus zufriedenen Kunden, loyale Kunden zu gewinnen, um dadurch mehr Reichweite für das Unternehmen zu erzeugen.

Adobe versucht mittels der „Across the Ages“ Studie aufzuzeigen, wie die Generationen in ihrer Markenwahrnehmung sind, den Umgang mit persönlichen Daten pflegen und unter welchen Voraussetzungen sie ihre Daten bereitstellen würden.



GELD VOM STAAT! FÜR IHRE INNOVATION

Maximilian Schreiber im Interview über den deutschen Mittelstand und seine Fördermöglichkeiten

Herr Schreiber, wie steht es um die deutsche Wirtschaft, insbesondere den Mittelstand, im Hinblick auf Innovation?

Wenn man nach den Berichten geht, steuert die deutsche Wirtschaft in ihrer Gesamtheit auf eine Rezession zu. Da es hier in den meisten Fällen nur um die Betrachtung der großen Unternehmen im Maschinenbau, Automobilbereich und der Chemieindustrie geht, ist diese Aussage etwas oberflächlich.

Der Mittelstand steht aktuell vor der Herausforderung mit den sich immer schneller wandelnden Märkten Schritt zu halten. Der Grund ist die schnelle Weiterentwicklung der Digitalisierung und damit verbundene ebenfalls schnell steigende Innovationsfähigkeit. Hier muss der Mittelstand reagieren, sich digital besser aufstellen und durch flexible Organisation seiner Strukturen und Prozesse eine stetige Anpassung an die neuen Bedingungen im jeweiligen Markt zu erreichen.

„Die Unternehmen im Mittelstand sollten sich eher wie eine Organisation in der stetigen Veränderung und Weiterentwicklung verstehen“

Die Unternehmen im Mittelstand sollten sich eher wie eine Organisation in der stetigen Veränderung und Weiterentwicklung verstehen. Offene Schnittstellen in Form von innovativen Projekten und Task Force Teams sollten ständig Strukturen und Prozesse innerhalb des Unternehmens in Frage stellen und diese mit der aktuellen Innovation des Marktes ins Verhältnis setzen, um sich den neuen Gegebenheiten besser anpassen zu können.

Nur wer langfristig flexibel reagieren kann, kann sich dem Markt anpassen. Dies erfordert natürlich Ressourcen, Wissen und Feinspitzengefühl für die Märkte.

Viele Unternehmen schieben die Schuld auf fehlende Finanzmittel. Aber das ist keine gute Ausrede, oder?

Ja und nein, für die Digitalisierung gibt es in Deutschland von Bund und Ländern viele Zuschuss- und Finanzierungsmöglichkeiten. Die Zuschüsse sind überwiegend für die Beratungs- und Umsetzungsleitung gedacht. Die Förderkredite für die benötigten Betriebsmittel wie Hard- und Software. Zuschüsse gibt es bis zu 70 % der Beratungs- und Umsetzungskosten und die Förderdarlehen mit sehr geringem Eigenkapital, günstigen Zinssätzen, langen Laufzeiten und staatlichen Bürgschaften ebenfalls sehr günstig. Was eher der Grund sein könnte, ist der Aufwand für die Beantragung und die Nachweisführung der Fördermittel. Die Unternehmen können den zusätzlichen Zeitaufwand, der damit verbunden ist, durch das Tagesgeschäft, nicht aufbringen. Ebenso sind die Förderkriterien oftmals schwammig und unverständlich formuliert. Diese Aufgabe können die Unternehmen aber an uns abwälzen und wir von Schreiber Consulting kümmern uns um die richtige Fördermittelauswahl, -beantragung, Nachweisführung und Abrechnung.

Wie leicht oder schwer ist es, Fördermittel zu beantragen und dann auch zu bekommen?

Das ist eine Einzelfallentscheidung und kommt auf die Branche des Unternehmens und auf die Art des Fördermittels an. Zuschüsse für Beratungen sind relativ einfach zu beantragen und zu bekommen, Fördermitteldarlehen sind von den Anforderungen schon etwas komplexer und große Fördermittel mit Ausschreibungen und Auswahlverfahren sind sehr komplex mit der Beantragung und dem Zeitaufwand. In Bezug auf den Zeitaufwand sollte vor erstmal klar sein, das generell erst mit

dem Projekt begonnen werden kann, wenn das Fördermittel auch bewilligt wurde. Das kann je nach Fördermittel eine längere Zeit in Anspruch nehmen. In manchen Fällen ist es aber möglich einen Antrag auf vorzeitigen Maßnahmenbeginn zu stellen um lange Wartezeiten und Projekte mit zeitlicher Begrenzung, genug Eigenkapital vorausgesetzt, schon vor Entscheid zu starten. Hier handelt das Unternehmen aber dann auf eigenes Risiko, denn falls der Antrag scheitert, muss das Projekt aus Eigenleistung oder mit alternativen Finanzierungen gestemmt werden.

Gelten die Mittel als Kredite und müssen zurückgeführt werden?

Es gibt Zuschüsse, das sind finanzielle Mittel, die nicht wieder zurückgezahlt werden müssen. Ein Fördermitteldarlehen ist Fremdkapital und muss zurückgezahlt werden. Die Darlehen sind aber wie in Frage 2 zu günstigen Konditionen zu bekommen. Es gibt noch Mischformen aus Eigen- und Fremdkapital, das sogenannte Mezzaninekapital und nicht monetäre Fördermittel wie Bürgschaften und Garantien.

Können Betriebe das selbst beantragen oder läuft es besser mit Berater?

Wenn die Betriebe über genug Arbeitskraft und Knowhow verfügen um die Beantragung, Umsetzung, Nachweisführung und Abrechnung selbst zu stemmen, dann kann der Betrieb auch selbstständig eine Beantragung vornehmen. Viele Unternehmen setzten aber dabei auf einen externen Berater, der Spezialist auf diesem Gebiet ist. Hier steigen die Chancen höher, dass die gewünschten Fördermittel auch genehmigt werden. Ebenso sind damit auch der richtige Einsatz und die richtige Abrechnung gegeben. Einen großen Vorteil bietet allerdings die Konzentration der eigenen Arbeitskräfte auf das Tagesgeschäft des Betriebes, weil der externe Berater die zusätzliche Arbeit erledigt.



Andreas Buhr

Vertrieb geht heute anders!

Ein neues Zeitalter ist angebrochen. Es hat sich ein neuer Kundentyp entwickelt: der smarte Kunde. Er ist informiert und involviert. Er ist Mitentwickler und Mitgestalter. Er will Produkte und Dienstleistungen, die seinen Werten entsprechen – und das sofort, immer verfügbar, 24/7! Der smarte Kunde ist oft selbst der Experte. Und damit ändert sich alles: Das Ende des Verkaufens ist da.

Rasante technologische, politische und gesellschaftliche Entwicklungen revolutionieren die Vertriebsarbeit: digitale Vermarktungs- und Kommunikationswege, neue Global Player und Marktaufteilungen, Kundenwünsche und -profile, Customer-Relationship-Management- und Payment-Systeme, Präsentations- und Procurement-Systeme, Datenschutz und le-

gislativ Grundlagen sowie Bots, Robotik, künstliche Intelligenz und Deep Learning – alles, was heute bereits anders ist, wird morgen schon wieder anders anders sein. Veränderung geschieht immer schneller, und den Unternehmen bleibt immer weniger Gewissheit, Stabilität, Ruhe zum Nachdenken und Zeit für die Umsetzung.

Das erfordert ein neues Denken und Handeln im Vertrieb. Andreas Buhr zeigt auf Basis einer Vielzahl aktueller Studien, welche Werte, Ideen und Strategien den Vertrieb heute und morgen erfolgreich machen. Denn eines bleibt auch im Zeitalter der Digitalisierung bestehen: Menschen machen Geschäfte für Menschen. Und Menschen kaufen am liebsten von Menschen. Wie sich der Vertrieb von heute die Möglichkeiten und Chancen, die durch die Digitalisierung entstehen, am besten zunutze macht und dabei gleichzeitig den persönlichen Service optimiert, das vermittelt Andreas Buhr praxisnah mit...

Den ganzen Artikel können Sie kostenlos auf founders.de nachlesen.

Mike Tyson ist als erfolgreicher Unternehmer sehr an der Legalisierung von Marihuana interessiert und hat sich gleich mit einer eigenen Plantage im neuen Branchenzweig platziert.



Mike Tyson

setzt auf Cannabis!

Als Cannabis in Kalifornien 2016 legalisiert wurde, ging Boxlegende und findiger Unternehmer Mike Tyson, direkt an Pläne für die Produktion des Hanfgewächses. Nun baut er es seit einem Jahr auf seiner Ranch in einer Wüstenregion Kaliforniens sehr erfolgreich an. Doch nicht nur die Cannabis-Pflanzen, sondern auch Men-

schen lieben die Sonne. Also plant er nun, die Plantage um einen 1,7 Quadratkilometer großen Erlebnispark rund ums Thema Gras zu erweitern. Zum Projekt gehören ein Luxus-Hotel, einen Luxus-Campingplatz, ein Amphitheater für Musikfestivals und auch eine eigene Universität. Überall auf dem Gelände sollen die Gäste Marihua-

na und andere Hanf-Produkte aus lokaler Quelle kaufen und konsumieren können. Ob ihm diese Idee beim Kiffen seiner eigenen Ware gekommen ist? In seinem Podcast „Hotboxin’ with Mike Tyson“ ...

Den ganzen Beitrag lesen Sie kostenlos auf founders.de.



Wie ineffiziente Meetings Milliarden kosten können

Was die Kosten von Ineffizienz bedeuten

Meetings sind ein wichtiger Bestandteil des Arbeitsalltags. Doch ihr Sinn und Zweck wird in Unternehmen oft angezweifelt. Viele Manager und Büroangestellte kritisieren, dass Meetings zu lange dauern, zu viele Teilnehmer haben und somit wertvolle Arbeitszeit verschwenden. Die angesammelten Kosten von ineffizienten Meetings auf der ganzen Welt werden von der Forschung auf 250 Milliarden Dollar pro Jahr geschätzt. Die ClickShare-Studie des Elektronikdienstleisters Barco hat 3000 Büroangestellte weltweit befragt, um zu untersuchen, wieso Meetings scheitern und wie sie effizienter gestaltet werden können.

Meetings brauchen Ziele

Der Erfolg eines Meetings steht und fällt mit der Planung. Am Ausgangspunkt jedes produktiven Meetings sollte deswegen ein klares Ziel stehen. So stimmen 75% aller Angestellten in Deutschland zu, dass ein Meeting ein klares Ziel haben sollte und sobald dieses erreicht wurde, das Meeting

beendet werden sollte. Ein klares Ziel ist notwendig, aber nicht ausreichend. Denn im Durchschnitt wird nur 44 % der Zeit in Meetings tatsächlich dazu genutzt, das Ziel zu erreichen. Die restlichen 56 % der Zeit werden für Smalltalk (13 %), die Besprechung irrelevanter Themen (15 %), das Warten auf andere Teilnehmer (11 %) sowie das Anschließen und Einrichten der Technik (11 %) verwendet. Hinsichtlich der eingesetzten Technik zeigt die Studie, dass ein Umstieg auf intuitive Meeting- und Plug-and-Play-Technologie, die nicht zeitaufwendig verbunden oder einrichtet werden muss, Besprechungen deutlich effizienter machen kann.

Büroangestellte verbringen bis zu 50 Tage pro Jahr in Meetings

Neben dem Fehlen eines klaren Ziels zeigt die Studie, dass in den meisten Unternehmen zu viele Meetings abgehalten werden und diese zu lange dauern. Eine durchschnittliche Woche beinhaltet für viele An-

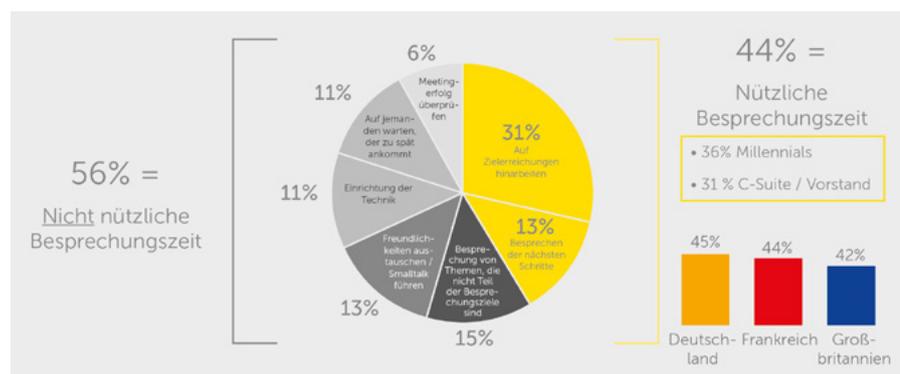
gestellte bis zu zehn Meetings, die wiederum im Durchschnitt 49 Minuten andauern. Das sind auf die Woche gerechnet ein gesamter Arbeitstag und auf das Jahr 50 Tage, die Mitarbeiter in Besprechungen verbringen. Da weniger als die Hälfte der Zeit für produktive Tätigkeiten genutzt wird, besteht hier akuter Handlungsbedarf. In einem ersten Schritt sollte auf Teilnehmer verzichtet werden, die nicht notwendigerweise an Meetings teilnehmen müssen. Auch von starren Meetingzeiten sollte abgesehen werden. So gaben 55% der Teilnehmer an, dass sie einstündige Meetings nur buchen, weil dies die Standard-Meetingzeit ihres Meetingbuchungstools ist.

Lieven Bertier

ClickShare Global Marketing Manager



Bertier ist seit mehr als 15 Jahren für Barco tätig und bekleidete dabei verschiedene technisch-kommerzielle und marketingbasierte Rollen für die Firma. Seit 2014 ist er Teil des ClickShare-Teams und dabei verantwortlich für das strategische Marketing. Er befürwortet Design und Nutzerfreundlichkeit in der Produktentwicklung und ist überzeugt, dass Technologie bei der Zusammenarbeit helfen und ein wettbewerberisches Mittel im Business werden kann.



Oktober 2019

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN
founders

**TOP
30**

DIE MONATLICHEN
TOP 30 FOUNDER

Marketing, Lifestyle und Investment stark vertreten



Das **founders magazin** wählt monatlich exklusiv die 30 spannendsten und aktivsten Unternehmer und Gründer. Besonders auffällig ist, dass die Bereiche Marketing, Online-marketing, Investments und Consulting sehr stark vertreten sind.

Dies scheint aber kaum verwunderlich, wenn man bedenkt wie wichtig es heutzutage ist, präsent auf dem Markt und Online zu sein. Menschen kaufen Marken, Überzeugungen und einen Lifestyle, keine Produkte mehr. Dieser Trend der Gesellschaft zwingt Unternehmen zu handeln – und dies kommt ganz verschiedenen Menschen zugute. Die Branchen rund ums Marketing (auch Online) boomen. Aber auch die Branchen Lifestyle, Plattformen und Mode sind nach wie vor sehr beliebt für Menschen, die ein Unternehmen gründen wollen.

Das sind die **Top-30-Founder** im Monat Oktober

Name	Branche
Heiner Lauterbach	e-Learning
Viktoria Lauterbach	e-Learning
Kanye West	Mode
Pamela Reif	Lifestyle
Carsten Maschmeyer	Investments
Delia Fischer	Shopping
Dagmar Wörl	Investments
Til Schweiger	Filme
Richard Branson	Investments
Falko Treptau	Marketing
Gabriel Schandl	Training
Sarah Emmerich	Marketing
Stefan Schedler	Marketing
Franziska Friedl	Marketing
Lukas Schörckmayr	Mode
Blanca Friedrich	Beauty
Ralf Dümmel	Handel
Nils Glagau	Supplements
Nico Lampe	Influencer-Marketing
Oscar Karem	Consulting
Pedram Parsaian	Consulting
Dr. Oliver Pott	Onlinemarketing
Riccardo Campisi	Onlinemarketing
Melina Witzigmann	Onlinemarketing
Grant Cardone	Immobilien
Sven Platte	Plattformen
Michael Silberberger	Plattformen
Philip Semmelroth	Consulting
Alexander Höller	Kunst
Blanca Friedrich	Lifestyle



Philipp Plein auf der New Yorker Fashion Show mit seinen Models, unter anderem Adriana Lima (links).

Philipp Plein

Der „King of bling“

Der »King of bling« **Philipp Plein** gehört zu den wenigen Designern, die gleichzeitig Unternehmer sind

Philipp Plein wurde in München geboren. Der Sohn eines Arztes lebte im teuren Internat Schloss Salem und studierte Jura in Erlangen. Nach sechs Semestern brach er das Studium ab, wollte stattdessen Möbel verkaufen. Von seiner Oma bekam er 2000 Deutsche Mark als Startkapital. Plein ließ Stahlrohrgestelle, Tische und Stühle herstellen und sie mit geprägtem Krokodilleder überziehen. Schnell gelang es ihm, eine Millionen Mark Umsatz zu machen. Seinen ersten Möbelshop betrieb er in der Münchener Diskothek P1.

Für eine Möbelmesse dekorierte Plein eine Kleiderstange mit alten Bundeswehrjacken, auf deren Rückseiten ein Totenkopf aus Swarovski-Steinen angebracht war. Als Verkaufspreis legte Plein zwanzig Euro fest und er fand einen Käufer. Nun änderte er den Preis auf 200 Euro, später dann auf 700 Euro. Gegenüber dem Onlineportal sz-magazin.sueddeutsche.de erzählte der Designer im Jahr 2013, dass er dem Jahr mit lediglich einer Jacke einen Umsatz von zwei Millionen Euro gemacht habe. Da wurde ihm klar: Bei Mode gibt es keine Schmerzgrenze, es ist einfach wichtig, eine Nische zu finden. Diese Nische bedeutete für ihn Luxus. Plein behielt seinen Unternehmens- und Wohnsitz in der Schweiz. Das Design und der Showroom bekamen in Italien ein neues Zuhause. Seine Mode ließ Plein in den hochwertigsten Fabriken herstellen – nämlich dort, wo das auch die berühmten Modehäuser Chloé, Valentino, Louboutin und Jimmy Choo taten.

Plein präsentiert seine Kollektion regelmäßig während der Mailänder Modewoche. Dort wurde 2013 deutlich, dass Plein sehr

anspruchsvoll ist. Am Tag vor der Präsentation mischte er sich ins Casting der Models ein, weil ihm eines nicht gefiel. Das Onlineportal von Süddeutsche Zeitung Magazin berichtete: Leute, die mit ihm gearbeitet haben, hätten erzählt, dass Plein alles kontrollieren müsse, bis er zu hundert Prozent zufrieden ist. 2013 merkt Plein, dass er langsam ernst genommen wird. Viele Medien bezeichnen den Unternehmer als „King of bling“, weil sein Markenzeichen die Bling-Bling-Mode ist – also Mode, die stark glitzert. Plein hat keine Beden-

ken, dass Swarovski-Steine und Nieten irgendwann bei den Kunden nicht mehr gefragt sein könnten.

Er sei ja nicht bescheuert, sagte er

dem Onlineportal und fügte hinzu: „Ich bin breit aufgestellt. Wenn heute Russland zusammenbricht, gibt es mich morgen immer noch. Wenn morgen der deutsche Markt wegfällt, hab ich immer noch China.“ Jede Frau sei einmal jung, da spiele sie gern die Prinzessin und die sei nun mal Bling. Sie wolle die Krone mit Steinchen, das Glitzerkleid und den Zauberstab. Bling liege in unseren Genen und sterbe nie aus.

Im Februar dieses Jahres ist Deutschlands erfolgreichster Designer 41 Jahre alt geworden. Und er eröffnete den ersten Plein-Store in seiner Heimatstadt München. Weltweit besitzt er mehr als 200 Geschäfte.

„Als komplett selbst finanzierte Marke brauchen wir keine riesigen Paläste wie Prada oder Gucci. Wir brauchen Geschäfte, in denen wir Geld verdienen“, betonte Plein. Seine Modemarke trägt er auch auf seinem Körper zur Schau, sein Name ist auf seinem Arm tätowiert. So wache er jeden Morgen an seiner eigenen Seite auf, erzählte

er in dem Interview: „Ich muss diesen Lebensstil zelebrieren – ich kann doch nicht etwas ganz anderes verkaufen als das, was ich mag. Ich bin ganz klar jemand, der isst, was er kocht.“ Als der Mode-Experte darauf angesprochen wurde, dass er privat sensibel sei, aber in der Öffentlichkeit als tougher Krieger oder Playboy mit schönen Frauen im Rolls-Royce durch New York cruise, sagte er, dass er David und Goliath in einem sei. Manchmal müsse er tough sein, manchmal einfach nur intelligent. Emotional müsse man immer sein, auch im Business. Nur dann treffe man die richtigen Entscheidungen. Lediglich rational zu handeln funktioniere nicht.

Zu Pleins Erfolgskonzept gehört auch, dass er einer der wenigen Designer ist, die gleichzeitig als Unternehmer agieren. Das machte er in dem Interview so deutlich: „Früher waren Designer wie Gianni Versace, Roberto Cavalli oder Jil Sander gleichzeitig auch Unternehmer. Und natürlich bringt ein Investor nicht den gleichen Spirit mit wie ein Designer, dem das Unternehmen gehört.“ Die meisten Desi-

gnen seien mittlerweile Söldner. Die würden angeheuert, arbeiteten heute bei Givenchy und morgen bei Burberry. Seinen Lifestyle bezeichnete Plein als bedeutsamen Teil seines Erfolgs und sich selbst als größtes Kapital seiner Marke. Er ist überzeugt davon, dass seine Kunden zu dieser glamourösen Szene dazugehören wollen. Mit seinen Modeartikeln will er ihnen diesen Wunsch erfüllen.

»Ich muss diesen Lebensstil zelebrieren – ich kann doch nicht etwas ganz anderes verkaufen als das, was ich mag. Ich bin ganz klar jemand, der isst, was er kocht.«



Donald Trumps Präsidentschaftskandidatur im Jahr 2016 war für viele Menschen ein Schock – der noch viel größere sollte folgen, als er auch noch gewann.

Wie wir uns selbst betrügen

Auszug aus dem Buch „Wie man sie alle Rummkriegt!“ von Scott Adams

Wikipedia liefert eine brauchbare Definition der kognitiven Dissonanz:

Kognitive Dissonanz bezeichnet in der Sozialpsychologie einen als unangenehm empfundenen Gefühlszustand. Er entsteht dadurch, dass ein Mensch mehrere Kognitionen hat (Wahrnehmungen, Gedanken, Meinungen, Einstellungen, Wünsche oder Absichten), die nicht miteinander vereinbar sind.

Es gibt umfangreiche Forschungen rund um die kognitive Dissonanz, aber Sie müssen nicht annähernd so sehr in die Tiefe gehen, um erfolgreich zu überzeugen. Es reicht aus, wenn Sie den Grundgedanken der kognitiven Dissonanz verstehen und wissen – das ist wichtig! –, wie oft sie in Ihrem täglichen Erleben auftritt. Ich erwähnte bereits, die normale Weltsicht besagt, dass wir uns 90 Prozent der Zeit rational verhalten und 10 Prozent der Zeit ein bisschen verrückt. Durch den Überzeugungsfiler betrachtet ist die Sichtweise, dass wir uns 90 Prozent der Zeit irrational verhalten, und

eine der größten Ursachen dieser Irrationalität ist die kognitive Dissonanz.

Am häufigsten wird kognitive Dissonanz ausgelöst, wenn das Selbstbild eines Menschen nicht mit seinen Beobachtungen übereinstimmt. Halten Sie sich beispielsweise für eine kluge und gut informierte Person und tun dann etwas eindeutig Dummes, versetzt Sie das in einen Zustand der kognitiven Dissonanz. Befinden Sie sich erst mal in dieser unangenehmen Bewusstseinslage, erzeugt Ihr Hirn automatisch eine Illusion, um das Unbehagen aufzulösen. In dieser

»DIE PRÄSIDENTSCHAFTSWAHL VON 2016 WAR VIELLEICHT DER GRÖSSTE AUSLÖSER FÜR EINE KOGNITIVE DISSONANZ, DEN SIE JE ERLEBEN WERDEN. ER BESASS SÄMTLICHE ELEMENTE FÜR DIE ERZEUGUNG EINER MASSENHALLUZINATION. «

Situation würde Ihr Gehirn Ihnen mitteilen, dass die neuen Informationen unrichtig sind. Die Alternative wäre zu glauben, dass Sie dumm sind, und das beschädigt Ihr Selbstbild. Sie ändern Ihr Selbstbild nicht gerne, es sei denn zum Besseren.

Unser Ego schützt uns vor der Vorstellung, dass wir uns 90 Prozent der Zeit irrational verhalten. Wenn wir irrationales Verhalten bei uns selbst erkennen, besteht der einfachste Handlungsschritt für das Gehirn darin, eine Illusion zu erzeugen, die es „wegerklärt“. Und genau das tut es. Automatisch. Das Witzige ist, dass wir uns dessen gar nicht bewusst sind. Vielleicht sehen andere in aller Deutlichkeit, wie es Ihnen geschieht. Aber die kognitive Natur ist von Natur aus unsichtbar für denjenigen, der sie erlebt.

Wie sich kognitive Dissonanz erkennen lässt

Wenn Sie eine kognitive Dissonanz erfahren, erzeugen Sie spontan eine Halluzination, die zu Ihrer neuen Realität wird. Auf außenstehende Beobachter kann diese Halluzination lächerlich wirken, aber demjenigen, der sie erlebt, kommt sie absolut sinnvoll vor. Das Erste, was Sie also über kognitive Dissonanz wissen müssen, ist, dass Sie sie häufig bei anderen erkennen können und andere sie bei Ihnen erkennen, aber sie an sich selbst wahrzunehmen ist selten.

Ausgebildete Hypnotiseure bemerken gelegentlich eine kognitive Dissonanz, wenn sie damit konfrontiert sind. Auch Kognitionswissenschaftlern wird das manchmal gelingen. Aber allen, die ungeübt sind in der Kunst der Überzeugung, kommt die selbst erlebte kognitive Dissonanz wie eine akkurate Sichtweise der Realität gleich. Sie sehen keinen Unterschied.

Das erste „Signal“ für kognitive Dissonanz ist die Absurdität der Rationalisierung.

Sagen wir, Sie sind befreundet mit einem Raucher, der behauptet, Rauchen schade ihm nicht, denn er kenne jemanden, der ein Päckchen pro Tag geraucht habe und hundert Jahre alt geworden sei. Wer ein solches Argument vorbringt, ist schlicht nikotinabhängig, aber er will sich nicht selbst als unklug oder unfähig aufzuhören betrachten. Das würde sein Selbstbild verletzen. Um sein Selbstbild aufrechtzuerhalten, erzeugt der Raucher eine persönliche Illusion, in der er einer der wenigen Menschen auf der Welt ist, die immun gegen Lungenkrebs sind und das irgendwie wissen.

»MANCHMAL SIND DIESE LEUTE EINFACH DUMM, UND DAS IST DIE GANZE ERKLÄRUNG DAFÜR, DASS SIE DUMM ERSCHEINENDE SACHEN MACHEN. «

Wir leben in einer irrationalen Welt, in der die Leute pausenlos absurd wirkende Dinge sagen und tun. Manchmal sind diese Leute einfach dumm, und das ist die ganze Erklärung dafür, dass sie dumm erscheinende Sachen machen. Manchmal liegt das Problem bei Ihnen, und das, was die anderen tun, kommt nur Ihnen absurd vor, weil sie ihre Gründe dafür nicht verstehen. Es kann eine Menge falscher Bestätigungen geben, wenn Sie nach kognitiver Dissonanz Ausschau halten, denn wir sind von so viel Allerweltsirrationalität umgeben, dass jeder besondere Anklang daran sich leicht verbergen kann.

Die beste Methode, um sicherzugehen, dass Sie es mit kognitiver Dissonanz zu tun haben und nicht mit ganz normaler Irrationalität, ist die Suche nach dem Auslöser. Der Auslöser ist das, was die Person erkennen ließ, dass ihr eigenes Handeln im Konflikt zu ihrem Selbstbild stand. Um bei dem Raucherbeispiel zu bleiben: Manche Menschen geben zu, dass sie abhängig sind, aber gerne rauchen, also nehmen sie das hohe Risiko in Kauf. Diese Menschen erleben vermutlich keine kognitive Dissonanz, weil sie die Risiken und die Kausa-

lität korrekt begreifen. Aber ein Raucher, der sich nicht eingesteht, dass die Abhängigkeit der Kern der Gewohnheit ist – vielleicht weil er zu wenig auf seine eigene Selbstbeherrschung vertraut –, muss eine Halluzination dafür erfinden, warum ein kluger Mensch mit Selbstkontrolle etwas so Schädliches tut wie rauchen. Diese Inkongruenz ist der Auslöser. Das Selbstbild der Person deckt sich nicht mit ihrem Handeln. Die Präsidentschaftswahl von 2016 war vielleicht der größte Auslöser für eine kognitive Dissonanz, den Sie je erleben werden. Er besaß sämtliche Elemente für die Erzeugung einer Massenhalluzination. Von dem Moment an, da Trump seine Kandidatur erklärte, begann die professionelle politische Klasse, sich über seine Intelligenz lustig zu machen, über sein Engagement, über sein Talent und – was am wichtigsten war – über seine Gewinnchancen. Fachleute halten sich für clever und sie glauben, sie könnten die Welt so erkennen, wie sie wirklich ist. Und im Falle Trumps schien es ihnen die einfachste Prognose der Welt zu sein, zumindest für Menschen, die so gut informiert und rational sind. Worauf es hier im Hinblick auf den Auslöser am meisten ankam, ist nicht, dass diese Leute so im Irrtum waren. Die Leute irren sich ständig, und das erzeugt nicht immer Halluzinationen. Die Schlüsselvariable in diesem Fall war ihre Gewissheit. Und es war eine öffentliche Gewissheit, die laut und oft wiederholt wurde. Ihre Ansichten über Trump wurden zu einem Teil ihres Selbstbilds. Sie betrachteten sich als die Klugen, in krassem Gegensatz dazu, wie sie die Trump-Unterstützer mit ihren Vokuhilas und Pick-ups sahen.

Und dann gewann Trump. Mit einigem Vorsprung, zumindest im Wahlausschuss, und nur auf den kommt es an. Trump verlor die Volksabstimmung, aber damit verlor er ein Spiel, das er gar nicht spielte.



WAS IST FEELGOOD MANAGEMENT?

Wie Sie mit Hilfe eines Feelgood Managers Ihre Mitarbeitermotivation anheben können lesen Sie im Interview mit **Annelie Alexandru**

Tatsächlich halten sich 94% aller Führungskräfte für gute Chefs, die klare Ziele formulieren. Schade, dass im Schnitt nur 42% aller Mitarbeiter der gleichen Ansicht sind. Deutsche Unternehmen bekommen das Problem mit der Mitarbeitermotivation nicht in den Griff. Blind für die Diskrepanz zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung, machen Sie einfach weiter wie bisher. Für die zunehmende Demotivation der Mitarbeiter und ihre fehlende Loyalität werden die neuen Generationen oder der demographische Wandel verantwortlich gemacht. An der eigenen Führungshaltung und der internen Kommunikation zu arbeiten bedarf sicherlich monetärer und zeitlicher Investition. Es nicht zu tun, kostet Unternehmen jedoch weitaus mehr. Der volkswirtschaftliche Schaden für schlechte Mitarbeiterbindung beläuft sich laut Gallup Studie 2018 auf bis zu 103 Milliarden Euro jährlich. Beschäftigte handeln schließlich nur dann prinzipiell verantwortungsvoll und im Sinne des Unternehmens, wenn sie einen positiven Bezug dazu haben. Ebenfalls kommt die alljährlich durchgeführte Studie wiederholt zu dem Ergebnis, dass nur ein Fünftel der befragten Mitarbeiter sich mit dem eigenen Unternehmen emotional verbunden fühlt und ebenso viele Mitarbeiter bereits innerlich gekündigt haben. Die Avantgarde Experts Studie bestätigt zusätzlich, jeder dritte Arbeitnehmer will seinen Job wechseln.

Wie Sie Ihre Mannschaft richtig motivieren, zu vollem Engagement bewegen und somit das Spiel für sich gewinnen, erklärt Business Coach und Feelgood Expertin Annelie Alexandru.

Die Führungskraft als Trainer, Motivator und Vorbild

Immer wieder erlebe ich Klienten in meinen Coachings, die sich aus einer Unzufriedenheit heraus neu orientieren möchten, Probleme mit ihren Vorgesetzten haben, völlig demotiviert sind und absolut über- oder unterfordert ihren Be-

»Theoretisches Fachwissen reicht schon lange nicht mehr aus, wenn Sie Ihr Team zum Erfolg bringen möchten. Es bedarf eines Trainers, Motivators und Vorbilds, sonst droht schnell der Abstieg.«

rufsalldag bewältigen müssen. Führungskräfte hingegen kommen zunehmend mit Themen wie: high performance – low pressure (souverän unter Leistungsdruck agieren) oder die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter durch Motivation erhöhen. Die meisten leitenden Angestellten erhalten ihre Position ohne Vorbereitung in Form eines Trainings oder Coachings, doch Mitarbeiterführung und Führungshaltung sind keine angeborenen skills. Unterstützung wird in den meisten Fällen erst gesucht, wenn sich bereits die Auswirkungen mangelnder Führungskompetenzen zeigen. Dies können Fluktuation, mangelnde Motivation und zunehmende Krankmeldungen der Mitarbeiter sein. Theoretisches Fachwissen reicht schon lange nicht mehr aus, wenn Sie Ihr Team zum Erfolg bringen möchten. Es bedarf eines

Trainers, Motivators und Vorbilds, sonst droht schnell der Abstieg.

Nach dem Spiel ist vor dem Spiel

Ich rate frühzeitig in den Aufbau einer gesunden Unternehmenskultur zu investieren. Unsere neue Arbeitswelt erfordert ein neues Werteverständnis. Dieses wird zunehmend als strategische Aufgabe der Unternehmensführung gesehen und Wohlfühlen am Arbeitsplatz als neues, ganzheitliches Konzept bewusst etabliert. Führungskräfte können und müssen das in keinem Fall allein bewerkstelligen. Auch ein Trainer hat einen Trainer, der einen Trainer oder einen Mentor hat(te). Sich Unterstützung zu suchen ist keine Schwäche, sondern vielmehr ein Zeichen von Stärke. Es zeigt den Ehrgeiz zur Weiterentwicklung und dient als Vorbildfunktion, offen für Ratschläge zu sein. Nur im gegenseitigen Austausch kann man sich Bälle zuspielen und Teamgeist beweisen. Dies gilt für Führungskräfte ebenso wie für die Mitarbeiter. Um die Motivation und damit einhergehend die Leistungsbereitschaft wieder auf Anschlag zu bringen, kann die Etablierung von Feelgood Management in Ihrem Unternehmen sinnvoll sein. Damit stärken Sie nicht nur Ihr bestehendes Team, sondern gewinnen auch neue Talente für Ihre Mannschaft.

Pass, Schuss, Tor – Feelgood Management als Motivator auf dem Weg zum Heimsieg

Interne Kommunikation spielt eine zentrale Rolle für den Zusammenhalt des Unternehmens bzw. seiner Beschäftigten. Besonders mangelnde Fehlerkultur und schlechte Führungskommunikation sind häufig Gründe dafür, dass Mitarbeiter sich von ihrem Unternehmen abwenden.

Ein Kicker und frisches Obst sind sicherlich eine tolle Sache, aber sie verwandeln einen inhaltslosen Job noch lange nicht in einen Sinnvollen.

Für echte Motivation, die sich auch auf die Produktivität Ihres Unternehmens positiv auswirkt, ist die Arbeit an der Unternehmenskultur und an sinnvollen Entwicklungspfaden entscheidend. Ein Spieler muss wissen wie und vor allem warum er den Ball ins Tor schießen sollte. Nur allein um das Spiel zu gewinnen, reicht als

Antreiber nicht aus und wäre schnell ausgeschöpft. Es geht dabei um gemeinsame Werte. Werte, die das Team, den Trainer, den Verein und die Fans - alle miteinander

verbindet. Die meisten Menschen möchten einen Beitrag leisten und nachhaltig für eine größere Sache arbeiten. Zeigen Sie Ihrem Team was Sie gemeinsam verbindet. Stiften Sie die Teilhabe am (auch ideellen) Mehrwert Ihres Unternehmens und Sinnhaftigkeit, das motiviert ungemein. Wer die Frage nach dem Warum nicht hinreichend beantworten kann, wird auf Dauer keine intrinsisch motivierten Menschen halten können, sondern allenfalls Befehlsempfänger.

Der Feelgood Manager – ein Coach im Kampf um Mitarbeiter

In vielen Ländern ist diese Position aus den Unternehmen nicht mehr wegzudenken. In Deutschland lese ich jedoch immer wieder Stellenausschreibungen, in denen nach einem Office Manager/ Feelgood Manager gesucht wird. Gewünscht wird dann, dass man für gute Stimmung am Empfang sorgt, Büromaterialien bestellt und die Kunden bei Laune hält. Das ist so, als würden Sie einen Topspieler einkaufen und ihn dann auf die Ersatzbank schicken. Wesentlich effektiver ist es, den Feel Good Manager als eine Art Coach oder Sportdirektor zu sehen. Er schaut objektiv auf Team und Trainer, um im Interesse aller praktische Tipps, Spielregeln und konstruktive Maßnahmen zu entwickeln. Manche Führungskräfte entwickeln sich dann im Laufe des Prozesses



sogar selbst zu sehr guten Feel Good Managern. Wenn man eine Mannschaft zum Sieg führen möchte, sollte man als Trainer immer ein gutes Vorbild sein und dies ist ein toller Ansatz für nachhaltige und wertschätzende Führungshaltung.

Eine Antwort auf die betriebswirtschaftliche Frage, ob sich eine überdurchschnittliche Investition in die Mitarbeiterzufriedenheit lohnt, hat Alex Edmans (London Business School) erarbeitet. Er fand heraus, dass obwohl die mitarbeiterfreundlichsten Unternehmen zusätzliche Investitionen in ihre Mitarbeiter kompensieren müssen,

ihren Konkurrenten am Kapitalmarkt weit voraus sind.

Das liegt zum einen daran, dass Arbeitgeber mit einem guten Ruf in der Belegschaft ein erfolgreiches employer branding für sich nutzen und somit leichter talentierte Mitarbeiter für sich gewinnen können. Hinzu kommt, dass zufriedene Mitarbeiter ihren Unternehmen wesentlich länger treu bleiben, womit sich Rekrutierungs- und Trainingskosten reduzieren. Ausserdem braucht es Zeit bis ein Mitarbeiter seinen Beitrag zum Unternehmen leisten kann. Wer früh wieder geht, hat Kosten verursacht, nimmt Wissen mit und hat noch keinen Wertbeitrag erwirtschaftet.



Die Autorin **Annelie Alexandru** ist Business Coach und die Feelgood Expertin aus Berlin. Sie coacht Führungskräfte sowie deren Mitarbeiter in Berufs- und Karrierefragen und schafft so optimale Arbeitsbedingungen und ein verbessertes Arbeitgeberimage für Ihre Auftraggeber.



RALF RICHTER
Schauspieler

„Du Spast“

**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



MISSION BLOCKCHAIN

Alex Reinhardt ist ein nüchterner und strukturierter Typ. Sein russischer Akzent verstärkt diesen Eindruck. Ebenso wie andere Tech-Giganten a la Steve Jobs oder Mark Zuckerberg wirkt die soziale Interaktion oft etwas holprig, dafür entpuppen sie sich als echte Überflieger, wenn es um Strategie und Durchhaltevermögen geht. Das zeigte sich auch bei Alex Reinhardt früh. Als er im Alter von 15 mit seinen Eltern aus Russ-

„Durchkämpfen und Weitermachen ist oft das beste Erfolgsrezept.“

land nach Deutschland kam, war nicht nur die Sprachbarriere eine Hürde. Auch das Gymnasium verlangte große Sprünge. Noch vier Wochen blieben vom Schuljahr und Alex Reinhardt hätte acht Prüfungsfächer bestehen müssen, um auf der Oberstufe bleiben zu können. Was auch die Schule für nicht machbar hielt. Der junge Spätaussiedler schaffte es dennoch, in allen Fächern zu bestehen. Struktur und Disziplin halfen ihm dabei, später sogar an der legendären Humboldt Universität im Bereich Wirtschaft aufgenommen zu werden.

„Durchkämpfen und Weitermachen ist oft das beste Erfolgsrezept.“ Dort sind Unter-

nehmer auf den jungen analytischen Geist aufmerksam geworden und ließen ihn Businesspläne entwickeln. „Ich habe damals bereits zehnmal besser verdient, als jedes Stipendium hergeben würde. Meine Fähigkeit hatte sich in Unternehmerkreisen rumgesprochen und ich verdiente beeindruckende Honorare - das war noch lange vor der Kryptoindustrie“, resümiert Alex Reinhardt heute.

Es sollte nicht lange dauern, bis er selbst Unternehmer wurde. Mit Freunden gründete er ein Startup, das sich ausgerechnet mit den größten Unternehmen am Markt anlegte. Seine Zielstrebigkeit färbte jedoch nicht auf seine Gründer-Freunde ab. Sie ließen ihn im Stich und das Unternehmen zerbrach. „Ich habe viel Geld und wertvolle Lebenszeit verloren. Zum Glück aber hatte ich gute Kundenbeziehungen aufgebaut. Das half mir, einen guten Ruf zu behalten. Das Leben lehrt einen manchmal Lektionen. Auf die Erfahrungen von damals kann ich heute im positiven Sinne zurückgreifen.“



co. basiert dieses digitale Zahlungsmittel auf der Blockchain-Technologie. Der Hype um dieses neue Thema reißt nicht ab, was sich auch positiv auf PLC ausgewirkt hat.

„Unser Erfolg mit PLC macht mich zwar jeden Tag glücklich, aber es geht da um viel mehr. Zwei Faktoren machen dieses Feld besonders wertvoll: Menschen und die Blockchain.“



Damit verstand Alex Reinhardt ein Führungsprinzip, das ihm im weiteren Verlauf gute Dienste erweisen sollte: Herausforderungen machen starke Menschen noch stärker. Man wächst und lernt. Sein bekanntester Erfolg ist bis heute das Kryptosystem PLATIN-COIN (Abk. PLC). Wie Bitcoin und

Alex Reinhardt denkt aber – wie gewohnt – bereits weiter: „Unser Erfolg mit PLC macht mich zwar jeden Tag glücklich, aber es geht da um viel mehr. Zwei Faktoren machen dieses Feld besonders wertvoll: Menschen und die Blockchain. Wir haben eine Gemeinschaft aus über 100 Ländern, die an unserem Erfolg teilhaben und denen wir helfen können, mit Kryptowährungen zu arbeiten. Aber die Blockchain bietet ja noch viel mehr – besonders wenn es um das Thema Sicherheit geht. Wir bauen derzeit einen riesigen Marktplatz im Netz, wo man mit Kryptowährungen allerlei Güter und Dienstleistungen kaufen und verkaufen

Für **Alex Reinhardt** bedeutet das Thema Blockchain mehr als nur Kryptowährungen

„Wichtig ist immer, dass es den Gründern nicht nur ums Geld geht. Die Mission ist für einen echten Entrepreneur viel bedeutender.“

kann. Das wird sich weltweit durchsetzen und wir leisten die Pionierarbeit dafür. Und die Leute wünschen sich heute mehr denn je einen sicheren Messenger. Deswegen entwickeln wir den ELVN-Krypto-Messenger. Der wird vieles in den Schatten stellen und wir haben gigantische Möglichkeiten damit – sogar Geldtransfer.“ Trotzdem stehen viele Menschen dem Thema Kryptowährung noch skeptisch gegenüber. Nicht zu letzt, weil die Kurse in ungeahnte Höhen aber auch Tiefen schwanken. Auch bei den Anbietern laufen noch Dinge schief, wie Alex Reinhardt einräumt. Ebenso bei seinem Unternehmen wurden anfänglich Fehler gemacht, durch die das Angebot allerdings verbessert werden konnte. Wichtig sei, dass die Lernkurve in dieser blutjungen Branche enorm hoch sein muss. „Gewinner warten nicht auf die perfekten Umstände. Sie packen an und setzen um.“ Für die Zukunft hat sich Alex Reinhardt vor allem vorgenommen, den Menschen das Thema Blockchain näher zu bringen. Seiner Aussage nach wissen weniger als ein Prozent der Weltbevölkerung, was es damit auf sich hat. Deshalb baut der Unternehmer auch das eigene Öko-System weiter aus. „Ich sehe mir viele Startups und Projekte an. Wenn das Team aus guten Leuten besteht und die wirtschaftliche Basis solide ist, kaufe ich die Firma und integriere sie bei uns. Wichtig ist immer, dass es den Gründern nicht nur ums Geld geht. Die Mission ist für einen echten Entrepreneur viel bedeutender.“ Aktuell beinhaltet diese für Alex Reinhardt ein Multimilliarden Projekt und eine dominierende Spitzenpositionierung auf dem Weltmarkt.



Alex Reinhardt
Startup & Venture
Investor,
Business Coach

FOUNDERS DESK

Die Schreibtische der Gründer

Ben Schneider Online-Händler und Consulter

Ein Unternehmer, wie er organisierter kaum sein könnte – das ist Ben Schneider



Bild: Privat

Ben Schneider ist organisiert! Neben seinem Laptop hat er zwei weitere Monitore, um alles Wichtige – wie zum Beispiel die Facebook-Kampagnen seiner Kunden – immer auf dem Schirm zu haben. Ihm ist der Überblick ganz wichtig, weshalb er immer einen Business-Planer auf seinem Schreibtisch liegen hat und täglich nutzt. In ihm hält er nicht nur die Aufgaben für den nächsten Tag fest, sondern auch seine Quartals- und Jahresziele. So hat er immer den echten Überblick. Außerdem steht er nicht nur hinter seinen Zielen, seine Ziele stehen auch hinter ihm! Denn er hat immer ein großes Bild seines nächsten Ziels hinter sich an der Wand hängen. Momentan ist es ein exemplarisches Haus, denn das wird gerade gebaut und soll nächstes Jahr fertig gestellt werden. Das für ihn wichtigste Arbeitsprogramm ist basecamp, da er so sein Team von mittlerweile 8 Leuten, die alle an eigenen Orten arbeiten, koordinieren kann. Um persönlich besser kommunizieren zu können, gehört auch Skype zu seinen gern genutzten Computerprogrammen.

Nico Lampe



Nico Lampe: Wie der 22 Jährige Ihnen hilft Ihr Unternehmen langfristig aufzubauen

Zu seinen Geschäftspartnern und Kunden zählt unter anderem die größte HipHop Tanzschule Deutschlands und namhafte Influencer wie FitnessOskar mit hunderten Abonnenten und Followern. Er gilt als strategischer Marketer und hat seine Kenntnisse bereits 2017 unter Beweis gestellt, als er mit eigenen eLearning-Produkten in den Top 100 des Bezahlbieters Digistore24 gelistet wurde.

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

Stephan Weil



Meister außerhalb des Handwerks gefördert

Fachkräftemangel ist in Deutschland ein riesiges Problemthema für die Wirtschaft. Besonders in den Bereichen IT, Pflege, Kinder-Pädagogik und Logistik ist der Arbeitsmarkt leergefegt. Ministerpräsident Stephan Weil (SPD) hält die Sicherung der Fachkräfte deshalb für die „dringendste Aufgabe der Wirtschaft.“ Wirtschaftsminister Bernd Althusmann (CDU) bekräftigt, diese Bereiche seien „die Schwachstellen im Hinblick auf ...“

Den ganzen Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Thomas Cook



Thomas Cook ist am Ende

Thomas Cook ist der älteste Touristikkonzern der Welt, doch auch das schützt vor Pleite nicht. Zuvor hatte die britische Regierung die Bitte des Unternehmens um eine 150 Millionen Pfund schwere Finanzierungshilfe abgelehnt. Noch bis Sonntagabend liefen Verhandlungen mit Investoren, um eine Zusatzfinanzierung von 200 Millionen Pfund zu bekommen, doch es konnte keine Einigung erreicht werden. Die deutschen Firmenableger...

Den ganzen Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Bilder: Privat, imago images/jens Jeske/Paul Marriot

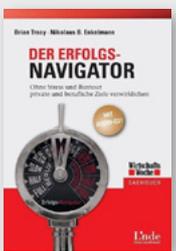
Buchtipps

Warum keiner will, dass du nach oben kommst...

Einfach kann jeder – nur Hindernisse machen stark. Ein Widerspruch? Nicht, wenn es nach Martin Limbeck geht. Und er muss es wissen! In seinem neuen Buch beschreibt er nun gewohnt schonungslos in vielen persönlichen Episoden seinen nicht einfachen Aufstieg vom No-Name im Ruhrpott zum bekannten und gefragten Top-Speaker. Martin Limbeck erzählt, dass er auf seinem Weg nach oben an die Spitze mit unzähligen Hindernissen konfrontiert war...



Der Erfolgs-Navigator



Brian Tracy und Nikolaus B. Enkelmann geben sich in diesem Buch erstmalig ein Stelldichein. Im Zentrum steht eine der brennenden Fragen unserer Zeit: Wie erreicht man seine Ziele – trotz Stress und belastendem Alltag?

Gemeinsam mit den Leser(inne)n beschreiten die Autoren den Weg zum Erfolg. Sie thematisieren alle wichtigen Stationen – von der Entwicklung persönlicher Stärken über den Umgang mit Stress bis hin zur Sicherung von nachhaltigem Erfolg. Einzigartig in diesem Buch ist die Kombination der Themen Zielerreichung und Bewältigung von Stress und Burnout.

Leithammel sind auch nur Menschen



Alle Menschen sprechen mit ihrem Körper, aber manche sind erfolgreicher und mächtiger als andere. Das hat sehr viel mehr mit gezielter Mimik und Gestik zu tun, als wir denken. Der Körpersprache-Experte, Bestsellerautor und Coach Stefan

Verra weilt uns ein in die Geheimnisse von Macrons sprechenden Augenbrauen und Trumps gefährlichem Zeigefinger. Mit Verras Erkenntnissen können wir alle mächtiger und erfolgreicher werden: Schauen Sie Ihre Kinder mal mit einem Putin-Blick an, und schon klappt's mit dem Aufräumen! Präsentieren Sie Ihre Ideen wie Macron und ziehen Sie so sämtliche Kollegen in Ihren Bann! Und beachten Sie beim ersten Date die »Nase-Nabel-Regel«: Immer zugewandt sprechen das bewirkt Aufmerksamkeit, Interesse und Respekt! Der Erfolg ist Ihnen sicher!

Digitales Marketing für Gewinner

Alle sprechen von digitalem Marketing, aber was heißt das eigentlich? Expertin Martina



Peukert erklärt in ihrem Praxisbuch, wie kleine und mittelständische Unternehmen mit wenig Aufwand von digitaler Werbung profitieren. Social Media, Content Marketing, die eigene Webseite, Suchmaschinenoptimierung – Martina Peukert zeigt, worauf

es wirklich ankommt. Mit vielen nützlichen Tipps aus der Praxis und praktischen Schritt für Schritt Anleitungen gelingt der Start für die eigene digitale Erfolgsgeschichte.

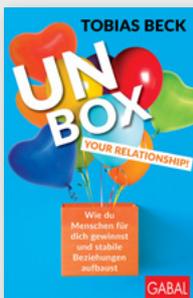
Reich werden und bleiben



Investoren und Unternehmer, Millionäre und Milliardäre haben dieses Buch gelesen und bestätigen: Hier wird ein erprobter Weg gezeigt, wie Sie reich werden – und auch dauerhaft bleiben!

Es ist das erste Buch, das die aktuellen Ergebnisse der Reichtumsforschung aus Deutschland und Amerika einem breiteren Publikum präsentiert. Rainer Zitelmann zeigt außerdem, welche Anlegerfallen und Berater Sie meiden müssen, wie Risiken begrenzt werden können und wie sich Geld durch kluge Investitionen vermehren lässt, um Ihre finanzielle Freiheit nicht nur zu erreichen, sondern auch zu sichern.

Unbox your Relationship!



Tobias Beck nimmt dich in seinem neuen Buch mit auf die Reise, deren Ziel die besten Beziehungen deines Lebens sind. Zuallererst darfst du dich dabei in dich selbst verlieben. Denn in der Beziehung zu dir selbst setzt du den

Maßstab für Mitgefühl, Verständnis, Respekt und Vertrauen, der sich in all deinen weiteren Beziehungen spiegelt. Wenn du gelernt hast, dich von hinderlichen Glaubenssätzen zu verabschieden, der Vergangenheit und dir selbst zu verzeihen, wird es dir gelingen, die richtigen Beziehungen in deinem Leben zu intensivieren und anderen für immer Lebewohl zu sagen. Denn dein Leben hat die besten Beziehungen verdient, die du führen kannst.

Story



Dick's Sporting Goods Standort in Texas

Dick's vernichtet Schusswaffen im Wert von 5 Mio. Dollar

In der amerikanischen Schusswaffen-Diskussion geht es nur oberflächlich um das Recht auf Selbstverteidigung. Es geht vor allem um viel Geld für Produzenten und Handel. Doch manche Unternehmer fühlen sich trotzdem in der Pflicht, Verantwortung zu übernehmen.

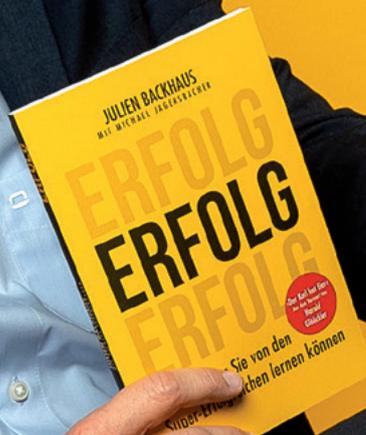
Schon 2012, nach der Sandy Hook Schießerei hatte Dick's angekündigt, dass keine Waffen mehr an unter 21-jährige mehr verkauft werden würden. Im Nachgang des Amoklaufs mit Schusswaffen an der Marjory Stoneman Douglas High School in Florida im Februar 2018 stellte Dick's in sämtlichen seiner 729 US-Stores den Verkauf von Sturmgewehren ein. Nachdem auch noch bekannt wurde, dass der Parkland-Schütze ein Viertel Jahr vor der Schießerei eine Shotgun bei Dick's gekauft hatte, war das Maß für Dick's CEO Ed Stack endgültig voll: „Wir haben alles so gehandhabt, wie es das Gesetz fordert und trotzdem war es ihm möglich, eine Waffe zu kaufen. Als uns das klar wurde, haben wir uns gesagt, die derzeitigen Systeme, die das im Ganzen regeln, sind nicht effektiv genug, um uns daran zu hindern, ein Gewehr an so jemanden zu verkaufen.“ Deshalb haben 125 von Dick's 729 Läden Schusswaffen komplett aus dem Sortiment genommen und Ed Stack arbeitet daran, die restlichen auch dahin zu bewegen. Aber wohin mit den Waffen? „Ich habe gesagt, wisst ihr was, wenn wir diese Dinge wirklich von der Straße weg haben wollen...

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

Das neue Buch von **Julien Backhaus**

ERFOLG

Was Sie von den
Super-Erfolgreichen
lernen können



**DER KERL
HAT EIER**

Aus dem Vorwort von
Harald Glöckler

BILD: OLIVER REETZ

Jetzt überall im Handel