

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 10

**ONLINE GELD
VERDIENEN**
SEBASTIAN
MANSLA



**AUF DEN FOKUS
KOMMT'S AN**

STEVE AOKI +
TIM FERRISS

**DIE MACHT DER
ZIELGRUPPE**

**10 TIPPS FÜR
BESSERE
KOLLABORATION**

**JACK MA
NEVER
COMPLAIN**

**AUGUST
KROL**
E-COMMERCE
AUF AMAZON





**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

Problemlöser oder Problemmacher?

Morgens mit Kopfschmerzen aufgewacht, Stau auf dem Arbeitsweg, die erste eMail beinhaltet gleich eine Absage für den erhofften Auftrag und der Produktionsleiter meldet, dass eine Maschine kaputt gegangen ist und deshalb die nächsten zwei Tage die Fertigung stillsteht. Für einen Unternehmer gehören solche Tage zum ganz normalen Wahnsinn. Die Frage ist, wie man damit umgeht. Jammern? Heimfahren, aufs Sofa verziehen? Cholerisch etwas an die Wand werfen? Was soll das bringen? Solche Reaktionen haben schon im Kindergartenalter nicht zur Lösung von Problemen beigetragen. Umso irritierender, wenn erwachsene Menschen solche Reaktionen an den Tag legen und sich dann tatsächlich ernsthaft wundern, warum ihr Problem sich nicht in Luft auflöst. Nein, es gibt nichts umsonst. Und wenn es so erscheint, als bekomme man etwas geschenkt, sollte man grundsätzlich zweimal hinsehen. Probleme? Die sind dafür da, daran zu wachsen und zu reifen. Also: kühlen Kopf bewahren, durchatmen und frisch ans Werk. Dafür ist

manchmal viel innere Kraft und mehr als nur ein wenig Stehvermögen nötig.

Es ist durchaus angebracht, sich als Unternehmer oder Führungspersönlichkeit regelmäßig zu fragen, wieviel man selbst mit seiner Arbeits- und Herangehensweise zur Lösung oder gar Schaffung von Problemen im Betrieb beiträgt. Der Fisch stinkt vom Kopf her, der Körper hängt auf Gedeih und Verderb mit dran. Selbstreflexion, immer wieder Gespräche mit Mentoren und nicht zuletzt auch die Gesunderhaltung des eigenen Körpers und der Psyche sind das A und O. Fake it, till you make it? Nein! Tu nicht so, als wärest du etwas, sondern sei mit allem was du bist die Person, die du sein willst. Nur dann kannst du dein Unternehmen zum Erfolg führen.

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: Sverja Freytag

Onlineredaktion

verwaltung@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

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

Anschrift:

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

Alle Rechte vorbehalten

Autoren (Verantwortliche i.S.d.P)

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

Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne Genehmigung.

INHALT

NR. 10

LEBEN

10 Steve Aoki
Buchauszug aus Tim Ferriss' „Tools der Mentoren“

ERFOLG

6 Jack Ma
Never complain

20 Sebastian Mansla
Online Geld verdienen

Steve Aoki
Buchauszug aus Tim Ferriss' „Tools der Mentoren“
Seite 10

TOP 30

Die monatlichen Top 30 Founder
Seite 22

WISSEN

16 Ulrike Stahl
Tipps für bessere Kollaboration

26 Microsoft
Das 4-Tage-Woche-Experiment

28 Günter Brandl
Nah, näher, Direktverkauf

30 Nadine Dlouhy
Die Macht der Zielgruppe

32 René Esteban
Auf den Fokus kommt's an



»Im kleinsten Handel ist mehr Geld verdient als in acht Stunden harter Arbeit! Das gilt bis heute.«

Günter Brandl **Seite 28**
setzt seit 39 Jahren ausschließlich auf Direktverkauf, weil für ihn Kundennähe und -Service eine sehr wichtige Rolle spielen.



Bilder: Depositphotos/kobbydagan/Imaginechina-Editorial, Privat, Stefan Winterstetter

STORY

14 August Krol

Professioneller E-Commerce auf Amazon

Jack Ma Seite 6

ist ein chinesischer Unternehmer. Er ist der Gründer und war langjähriger Chef der Alibaba Group, einer Gruppe von erfolgreichen Internet-Unternehmen. Er war als erster Festland-Chinese auf dem Titel des Forbes-Magazins abgebildet.



EINSTELLUNG

8 Roger Rankel

Über Zeugen überzeugen

24 Dipl. Oec. Carmen Uth

Super Frauen

BUCHTIPPS

Alle Seite 33

The Virgin Way

Richard Branson

Verkaufen in einer New York Minute

Jennifer Gluckow

Dein Grundrecht auf Reichtum

Napoleon Hill

Selfmade

Carsten Maschmeyer

Das kleine Handbuch des Stoizismus

Jonas Salzgeber

Unangreifbar

Tony Robbins

FOUNDERS DESK

32 Patrick Greiner:

aufgeräumt und zielstrebig



Never complain

Es gibt Weicheier, harte Kerle und es gibt Jack Ma

Der Besuch des Boulevard of broken dreams ist völlig gratis, aber auch leider völlig sinnlos. Du kannst dort drei verschiedene Dinge tun: jammern, jammern und jammern. Das Problem dabei: Deinen Problemen ist das aber absolut scheißegal!

Damit hier von Anfang an kein Missverständnis entsteht: Ich weiß, wovon ich hier rede. In meinem Leben habe ich ziemlich viel auf die Schnauze bekommen und das hört wahrscheinlich auch niemals ganz auf. Ich meine natürlich weniger Kneipenschlägereien oder gehörnte Ehemänner, sondern die Variablen, die eine Selbstständigkeit so mit sich bringt. Schönegeister nennen sie „Chancen in Arbeitskleidung“, Optimisten nennen sie Herausforderungen. Ich nenne sie beim Namen: Probleme.

Auch nach der zehnten zugeworfenen Tür ist nicht automatisch die Talsohle durchschritten

Es ist völlig egal, wie stark Du zuschlagen kannst und Du kannst Eier aus Stahl oder Eierstöcke aus Carbon haben, irgendwann kommst Du in ein Vakuum. Es geht weder zurück und auch nicht vorwärts, anstelle dessen befindest Du dich in einem Schwebezustand. Du hast einfach alle Optionen zehn Mal durchdacht, Deine Hausaufgaben gemacht und alle Vorbereitungen tadellos erledigt. Du wartest nur noch auf die Zusage bei einem Pitch, oder einfach auf

die ersten Kundenkontakte nach der letzten Marketingkampagne – aber es passiert nichts. Gleichzeitig vergeht Stunde um Stunde, Tag um Tag und Deine Verbindlichkeiten beginnen zu ticken. Aber es passiert nichts, es reicht Dir einfach niemand seine

Nimm den verdammten Besen und kehre die Scherben auf. Heulen kannst Du dabei auch, denn das befreit.



Stefan Müller ist der Gedankencoach@ Er ist Buchautor und hilft Menschen, die Kontrolle über ihr Leben zurückzugewinnen.

Hand. Du sitzt gespannt wie ein Stahlseil im Büro, starrst das Telefon an und die Sekunden ziehen sich immer länger hin. Du hast alles gegeben, alles getan aber es passiert dennoch Nichts!

Schöner Scheitern mit Jack Ma

Jack Ma kennt solche Situationen. Als die erste KFC Filiale in China eröffnet wurde, wollte er dort anfangen und wurde als einziger Bewerber abgelehnt. Begründung: Nicht gut genug. Dann wollte er Polizist werden, Ergebnis: Nicht gut genug. Ma bewarb sich zehnmal bei der Harvard University und bekam exakt zehn Absagen. Damals sagte er sich trotzig: Eines Tages sollte ich dort lehren!

Jack Ma bekam auf die Fresse und das so richtig. Eigenen Angaben nach bewarb er sich auf über 30 Jobs und wurde ebenso oft abgelehnt. Wenn also jemand ein Loser ist, dann ist es Jack Ma. Aber Moment! Eben jener Jack Ma steht 2017 mit einem Vermögen von 37,4 Milliarden Dollar auf Platz 7 der Forbes Liste. Was ist da also passiert?

Failure is not an option

Jack Ma ist eine Kampfsau. Seine Eltern hatten kein Geld und auch keine Beziehungen, aber Jack war hungrig. Schon früh hatte der Chinese den Wunsch Englisch zu lernen, aber seine Eltern konnten den Sprachunterricht nicht bezahlen. Also fuhr Jack Ma morgens zu einem Hotel und führte Amerikaner durch die Stadt, um von diesen Englisch zu lernen. Er veranstaltete die Führungen kostenlos und über ganze neun verdammte Jahre. Müssen wir also noch das Thema Ausdauer besprechen?

Ma hasste die Botschaften des „Du bist nicht gut genug!“ und akzeptierte diese einfach nicht. Da er von anderen keine Chance bekam, schuf er sie sich selbst!

Da war dieses komische Ding namens Internet, das zwar fast jeder kannte aber von ebenso vielen Menschen nicht ernstgenommen wurde. Jack Ma nahm das Internet ernst und gründete sein erstes Unternehmen. Doch der Chinese wurde jetzt erst so richtig hungrig,

denn er sah weiteres Potenzial. Jack Ma folgte den Zeichen der Zeit, gründete Alibaba und stand vor seiner nächsten großen Niederlage. Niemand wollte sein Kunde werden!

Nur durch die Strapazen der Ochsentour gelingt der Turnaround

Wer scheitert, muss Umwege gehen. Wer viel unterwegs ist, lernt zwangsläufig Menschen kennen. Jack Ma ging diese Umwege, denn er musste ja irgendwie Geld verdienen. Durch zahlreiche kleine Jobs, Projekte und andere Umwege lernte Jack Ma sogar eine ganze Menge Leute kennen. Eben diese Leute waren es, die das Fundament für seinen heutigen Erfolg legten: Seine ehemaligen Chefs, Kollegen und anderen Weggefährten glaubten an ihren ehemaligen Weggefährten und vertrauten ihm tatsächlich ihre Ersparnisse an. Aufgrund dieses Kapitals konnte Jack Ma Alibaba so stark machen und formen, dass einfach nahezu

jeder in China sein Kunde werden wollte: Alibaba war sexy geworden!

Niemals beschweren!

Wenn Jack Ma nach einem Tipp gefragt wird, sagt er sehr oft: Never complain!

Wenn Du selbst nicht an Dich glaubst, werden es Deine Kunden auch nicht tun!

Jammern und beschweren nutzt nichts, denn die Welt ist voller Scheiße. Die Wahrscheinlichkeit hineinzutreten ist so hoch, dass dies regelmäßig passiert. Wer sich davon beeindrucken lässt, verliert Energie. Diese Energie wird aber benötigt, damit der Glaube an sich selbst weiter aufrecht

erhalten werden kann. Denn eines ist so sicher wie das Amen in der Kirche: Wenn Du selbst nicht an Dich glaubst, werden es Deine Kunden auch nicht tun! Nun könnte man sagen: Was interessiert mich, was meine Kunden glauben? Hey – Du bist deine eigene Marke, egal ob Du Haare schneidest, Supersportwagen baust oder „irgendwas mit Medien“ machst. Wir müssen uns alle verkaufen, also sei verdammt sexy!

Das trifft auch und besonders dann zu, wenn Du gerade Deine schlimmste Niederlage erlebst. Es ist egal, wie viel Geld Du verlierst und wie viel Herzblut drinsteckt. Es ist egal, was Tante Klara und Dein Nachbar sagen. Was nicht egal ist, ist was Du selbst denkst und tust. Nimm den verdammten Besen und kehre die Scherben auf. Heulen kannst Du dabei auch, denn das befreit. Viel wichtiger ist aber die Frage, was Du JETZT tun willst. Aufstehen, oder liegenbleiben?



ÜBER ZEUGEN ÜBERZEUGEN



Seit Social Media teilen wir gern! ALLES! Fotos von unserem Mittagessen, wir beim Marathon, das Partytier in uns oder der gekonnte Schnappschuss vom Urlaubsresort auf Bali.

Teilen ist total normal – teilen ist total sozial!

Gerade weil es so normal geworden ist, wäre es dann nicht gut, wenn man es schafft, dass der Kunde Ihre Firma oder Ihr Produkt teilt? Oder eben seine guten Erfahrungen mit Ihrer Dienstleistung! Aber wie kriegt man seine Kunden dazu? Und was bringt Ihnen das? Ich verrate es Ihnen.

Kunden aktiv ansprechen

Sicherlich werden Sie Ihre Kunden hin und wieder nach Ihrer Zufriedenheit fragen. In meinen Seminaren verrate ich meinen Teilnehmern immer gerne einen kleinen Kniff: fragen Sie beim nächsten Gespräch einfach Ihren Kunden, nicht „ob“ er zufrieden ist sondern lieber „wie“ zufrieden er ist. Bitten Sie um eine Empfehlung. Ich garantiere Ihnen: Zufriedene Kunden geben positives Feedback. Fragen Sie Ihren Kunden dann auch gleich, ob er seine Zufriedenheit nicht gerne mit seinem Nachbarn, besten Freund oder Arbeitskollegen teilen möchte.

„Teilen Button“ auf die Website

Das nächste was Sie tun sollten ist: den Website-Teilen-Button einführen!



Roger Rankel ist der Rockstar unter den Marketingexperten. Laut dem Erfolg-Magazin gehört er zu den fünf besten Marketing-Experten. Jährlich hält Roger Rankel 150 Vorträge und Seminare. Er fordert dabei seine Zuhörer zum Umdenken und Handeln auf. Der neunfache Buchautor zählt zu den besten seiner Branche.

Den habe ich auch auf meiner Website. Ein raffiniertes kleines Tool. Nur Social Media-Buttons von Facebook, Instagram und Co. bringen nämlich (fast) nix, weil diese keinen Call to Action beinhalten, im Gegensatz zu meinem schon erwähnten „Website-Teilen-Button“.

Aber der wirkliche Clou: man spricht direkt eine Zielperson an!

Auf der persönlichen Ebene zu kommunizieren ist natürlich viel effektiver. Und um die maximale Wirkung zu erzielen, sollten Sie die Empfehlung verbal unterstützen.

Eine aktive Ansprache hat mehr Gewicht

Immer, wenn Sie ein gutes Verkaufsergebnis hatten, sprechen Sie Ihren Kunden hinterher wie folgt an: „Hand aufs Herz, lieber Kunde! Wie haben Sie unsere Zusammenarbeit erlebt? Wie zufrieden sind Sie?“ Was passiert dann? Von einem zufriedenen Kunde erhalten Sie ganz sicher eine gute Rückmeldung. Und jetzt kommt's: Sie sagen als Nächstes: „... dann würde ich mich freuen, wenn Sie diese gute Erfahrung teilen würden. Gehen Sie hierzu einfach auf meine Website und klicken auf den Teilen-Button. Dann springt ein E-Mail-Fenster auf und Sie können mich über meine Website weiter empfehlen. Das heißt: Sie schreiben ein bis drei Freunde, Bekannte, Verwandte oder Kollegen an und teilen die gute Erfahrung, die Sie mit mir gemacht haben. Ich würde mich sehr darüber freuen.“ Stellen Sie sich mal vor, wie viele Noch-Nicht-Kunden sich im Netzwerk Ihrer zufriedenen Kunden befinden. Von diesen Noch-Nicht-Kunden sind Sie nur einen einzigen, sehr guten Kontakt entfernt. Jetzt stellen Sie sich weiter vor, was passiert, wenn Ihr Kunde solch eine Empfehlungs-E-Mail versendet. Richtig! Es kann nur weitere Neukunden regnen.

Übrigens: Die Öffnungsrate solcher Emails liegt nahezu bei 100 %!



Über Zeugen überzeugen

Das was Sie damit schaffen ist alles eine Form von überzeugen. Oder wie in der Überschrift schon angedeutet: „über Zeugen“ gehen. Ein Wortspiel mit großem Potenzial und eine gängige Praxis im Marketing. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, um über Zeugen zu gehen:

Testimonials

Schauspieler, Musiker oder Sportler. Prominente ziehen immer als Markenbotschafter. Jeder kennt die Werbespots oder Anzeigen mit freundlich lächelnden Promis. George Clooney zum Beispiel, ist wohl für die meisten DAS Gesicht von Nespresso. What else? Vielleicht kennen Sie ja auch den einen oder anderen (lokalen) Prominenten, den Sie für Ihr Geschäft einspannen können.

Name dropping

Eine Methode die ich selber gerne in meinen Vorträgen anwende. Zum Beispiel habe ich selbst schon mal beim Promi Dinner den zweiten Platz gemacht oder mit Arnold Schwarzenegger im legendären Gold's Gym in Venice trainiert. Ich bin Cheftrainer bei Microsoft und habe schon die Hälfte aller DAX Unternehmen betreut...

Es schadet manchmal nicht einige große Namen fallen zu lassen, um seinen Experten-Status zu untermauern. Aber natürlich nur, wenn man mit den Genannten auch wirklich in irgendeiner Form verbandelt ist.

Empfehlungen

Last but not least, die wirksamste Form der Kundengewinnung: Empfehlungen! Von Meinungsmacher, Fürsprecher, Peer Group Wortführern, Influencern oder einfach von Vertrauenspersonen. Wir folgen gerne Empfehlungen anderer, weil uns das Sicherheit gibt. Ebenso gern empfehlen wir Dinge, die wir gut finden, um selbst als Held dazustehen, wenn der andere dann auch zufrieden ist.

Sie sehen: über Zeugen überzeugt man!



Welche Anschaffung von maximal 100 Dollar hat für dein Leben in den letzten sechs Monaten (oder in letzter Zeit) die größte positive Auswirkung gehabt?

Die iMask Sleep Eye Mask ist auf Tour ein absoluter Segen; ich habe sie immer dabei. Weil wir ständig reisen und die Terminplanung sehr stressig ist, muss ich immer schlafen können, wenn es mal ruhig ist. Das ist nicht immer zu Zeiten, in denen die anderen Leute schlafen. Ich schlafe, wenn ich mit einem DJ-Auftritt fertig bin, oder im Auto. Dann setze ich meine iMask auf und bekomme meine 15 Minuten Schlaf. Im Sommer sind unsere Wochenenden oft vollgepackt – wir sind manchmal an zwei Tagen in fünf Ländern. Da muss ich jederzeit schlafen können. Das kann im Auto sein, im Flugzeug, auf dem Weg vom Hotel zur Veranstaltung oder von der Veranstaltung zum Flughafen. Ich habe die iMask dabei und setze sie auf, um zu schlafen oder Transzendente Meditation zu machen, bei der ich manchmal auch einschlafe. Ich mag die Maske, weil sie mich von allem abschirmt. Auf Tour ist sie absolut unverzichtbar, damit ich meinen Schlaf bekomme.

Wenn du an einem beliebigen Ort ein riesiges Plakat mit beliebigem Inhalt aufhängen könntest, was wäre das und warum? Gibt es Zitate, an die du häufig denkst oder nach denen du lebst?

Ich lebe nach dem Zitat »unbedingt notwendig«. Es stammt von Malcolm X. Als ich auf dem College war, habe ich The Autobiography of Malcom X gelesen, und seine Entschlossenheit und sein Einsatz für seine Leute und den Kampf gegen ein System, das nicht dafür da war, ihm oder seinen

Leuten zu helfen, haben mich umgehauen. Er hat wirklich viel dazu beigetragen, dass Bürgerrechte ins Bewusstsein der amerikanischen Bürger gerückt sind. Das Buch war sehr bewegend, und ich weiß noch, dass ich es mehrere Male gelesen habe.



Auszug aus **Tim Ferriss'**
„Tools der Mentoren“,
Auszug: **Steve Aoki**.

Als ich mein Label gegründet habe, wollte ich einen Slogan aus diesem Konzept kreieren, und ich wollte diese Idee von »unbedingt notwendig« als Lebenseinstellung benutzen. Als wir im Jahr 1996 mit Dim Mak begannen, hatte ich kein Geld für das Label, weil ich nur 400 Dollar besaß. Also musste ich irgendwelche Möglichkeiten finden, trotzdem Platten zu veröffentlichen. Ich tat, was immer ich konnte, mit den Werkzeugen, die ich hatte, und ohne Ausreden und Klagen. Man muss eine Möglichkeit finden, sein Projekt zu realisieren. Man muss jenseits ausgetretener Pfade denken.

Mein Team lebt und arbeitet ebenfalls nach dem Motto »unbedingt notwendig«. Aus diesem Grund schaffen wir Sachen, die andere vielleicht nicht schaffen würden. Ich bin froh, dass ich so ein tolles Team habe, das diese Lebenseinstellung mit mir teilt.

Welcher (vermeintliche?) Misserfolg war die Voraussetzung für deinen späteren Erfolg? Hast du einen »Lieblingsmisserfolg«?

Es gab eine Zeit, in der ich bei jedem Auftritt getrunken habe, und ich war viel als DJ unterwegs, vielleicht an vier Abenden pro Woche bei lokalen Shows in Los Angeles. Ich veranstaltete ein paar Dim-Mak-Partys, und wir standen an der Spitze der Welt. Wir hatten den Markt mit unserem Sound und unserer Kultur in die Tasche gesteckt, und ich wurde links und rechts gebucht. Ich war der Botschafter einer neuen Kultur in der elektronischen Musik namens »Electro«, und mein Ego wurde ziemlich groß. Ich trank und hatte Spaß. Das war ein tolles Gefühl, aber dann vergisst man die wichtigsten Dinge im Leben, weil man in einem Nebel der Selbstgefälligkeit steckt.

Dann hatte ich meine Mutter zu Besuch, die sonst nie mit dem Flugzeug kommt. Dieses Mal war eine der wenigen Ausnahmen, und ich sollte sie am Morgen abholen. Die Nacht davor war intensiv – wir feierten eine Party, ich trank und blieb superlange wach. Meine Mutter landete ungefähr um 7 Uhr, und ich habe verschlafen. Ich bin gegen 10 Uhr aufgewacht, also ungefähr drei schreckliche Stunden zu spät. Ich sah eine Text-Nachricht von meiner Mutter dabei weiß sie kaum, wie man sowas schreibt. Ich weiß nicht warum, aber sie hat drei Stunden am Flughafen gewartet, draußen auf einer Bank. Meine arme Mutter.

Als ich dann eine Stunde später am Flughafen war, insgesamt also vier Stunden nach ihrer Ankunft, saß sie einfach ganz unschuldig auf dieser Bank, und ich bin zusammengebrochen. Sie war immer noch total lieb. Genau in diesem Moment fühlte ich, dass dieses ganze Leben mit Feiern und Trinken totaler Schwachsinn war, vor allem wenn man es nicht schafft, die richtigen Prioritäten zu behalten und seine Familie wertzuschätzen und sich um sie zu kümmern.

Das war ein Versagen, das ich nie vergessen werde. Danach habe ich aufgehört, in der Hollywood-Blase gefangen zu sein, in der jeder absolut jede Nacht ausgeht und trinkt. Man kann in dieser Blase leben und die Realitäten seiner Familie und der Beziehungen außerhalb der Blase vergessen. Aber diese Beziehungen sind entscheidend dafür, wer man ist, und wichtig für das Leben. Am Ende habe ich mit dem Trinken aufgehört,

STEVE AOKI

und ich bin ziemlich froh darüber, unter anderem wegen dieses großen Versagens.

Gibt es eine interessante Routine, die du auf Touren pflegst?

Das viele Reisen auf Tour kann einen herunterziehen, und es gibt viel schlechtes Essen. Man kann unterwegs nicht alle Variablen um sich herum kontrollieren. Zu Hause hat man seine Saftbar, sein Fitness-Studio und den Markt, auf dem man jeden Tag einkaufen kann, sodass man gute Lebensmittel essen und sein Leben im Gleichgewicht halten kann.

Essen eine Rolle, denn es geht ja nicht nur um Sport, sondern auch darum, wie man sich ernährt. Wir haben eine Liste von Lebensmitteln, die wir nicht essen dürfen, und wer das doch tut, muss zum Ausgleich 15 zusätzliche Wiederholungen im Training machen. Wir tun also jeden Tag unser Bestes, um anständig zu essen, zu trainieren und unsere Ziele zu erreichen. Das ist die grundlegende Philosophie beim Aoki Bootcamp: die Verantwortung gegenüber der Gruppe nutzen, um diese Ziele zu Lebensmitteln, Ernährung und Training zu erreichen.

»Genau in diesem Moment fühlte ich, dass dieses ganze Leben mit Feiern und Trinken totaler Schwachsinn war, vor allem wenn man es nicht schafft, die richtigen Prioritäten zu behalten und seine Familie wertzuschätzen und sich um sie zu kümmern.«

– Steve Aoki



Eine Sache, die ich unterwegs mache, ist das »Aoki Bootcamp«. Wir kontrollieren uns sozusagen gegenseitig, um dafür zu sorgen, dass wir jeden Tag ein bestimmtes Ziel erreichen. Für jeden Tag legen wir eine bestimmte Anzahl Wiederholungen fest, für Liegestütze, Sit-ups und so weiter. Wir haben sogar eine WhatsApp-Gruppe, auf der wir uns Beweise dafür zeigen, dass wir die Übungen gemacht haben. Abgesehen von Training spielt dabei auch

Wenn man die Ziele bis zu einer bestimmten Zeit nicht erreicht hat, bis Mitternacht, muss man eine Strafe zahlen. Dieses Geld fließt dann über die Aoki Foundation in nicht-gewinn orientierte Organisationen für Gehirnforschung.

Welches Buch (welche Bücher) verschenkst du am liebsten? Warum? Welche ein bis drei Bücher haben dein Leben am stärksten beeinflusst?

Dafür müssen wir einen Sprung in meine College-Zeit machen, nachdem mein Vater gestorben war. Damals begann ich, mich über Krebs zu informieren, weil ich wissen wollte, was ihn getötet hatte. Das hat mir die Augen geöffnet. Es hat dazu geführt, dass ich mich damit beschäftigte, wie die Wissenschaft der Zukunft Heilungsmöglichkeiten für andere Krankheiten finden würde. Damit lief alles auf *The Singularity Is Near* von Ray Kurzweil hinaus. Das Buch hat mich für die Vorstellung geöffnet, dass aus Science-Fiction wissenschaftliche Fakten werden können. Als ich kleiner war, habe ich Comics gelesen und Science-Fiction und Anime geliebt. *Ghost in the Shell* war mein Lieblings-Anime. Außerdem mochte ich auch *Armitage III* gern, in dem es um die Idee von Robotern mit Bewusstsein geht.

Ich habe auch die anderen Bücher von Kurzweil gelesen. Sie handeln von radikalen Konzepten für die Zukunft der Wissenschaft, und das hat mir gezeigt, dass einige dieser Ideen wirklich umsetzbar sind – nicht irgendwann in ferner Zukunft, sondern noch in unserer Lebenszeit! Wenn man sich überlegt, dass manche dieser fantasievollen Ideen wie ewiges Leben oder Menschen als Roboter wirklich Realität werden können, ist das unglaublich. In dem Buch *Ending Aging* zum Beispiel schreibt Dr. Aubrey de Grey über seine Forschung an der Frage, wie man die Degeneration von Zellen stoppen kann, was auf eine Verlängerung des Lebens hinausläuft.

Ray Kurzweil schreibt über das Gesetz des sich beschleunigenden Nutzens. Es sagt aus, dass grundlegende Kennzahlen in der Informati-

onstechnologie einer vorhersagbaren und exponentiellen Kurve folgen. In den 1970er-Jahren zum Beispiel hatten wir Computer, die so groß waren wie ein ganzes Zimmer und 250.000 Dollar kosteten; heute passen sie in meine Hand und haben viel mehr Rechenleistung. Letztlich geht es nicht darum, dass nur reiche Leute neue Technologien haben. Es geht darum, sie in die Masse zu bringen, damit jeder daran teilhaben kann.

Man weiß nie, was passieren kann. Aber dieses Buch hat mir das Gefühl gegeben, dass es eine futuristische Hoffnung gibt, eine hoffnungsfrohe utopische Zukunft, in der wir Technologie nutzen, um unser Leben zu verbessern, unsere Kreativität zu steigern und länger, glücklicher und gesünder zu leben, ohne uns mit Krankheiten zu quälen, und in der wir unsere Ressourcen so nutzen, dass der Planet nicht zerstört wird. Auf diese Zukunft hoffe ich. The Singularity Is Near hat auch meine Musik geprägt – ich habe ein Album so genannt, und 2012 habe ich eine Single mit dem Titel »Singularity« geschrieben. Ich habe Ray Kurzweil sogar in das Video dazu bekommen.

Später habe ich beschlossen, eine Konzeptalbum-Reihe mit dem Titel Neon Future zu produzieren. In dieses Konzept wollte ich nicht nur alle meine musikalischen Kooperationen einfließen lassen, sondern auch mit einem Wissenschaftler zusammenarbeiten. Ray Kurzweil war bereit mitzumachen. Ich habe ihn in seiner Wohnung in San Francisco befragt und außerdem noch weitere Personen, die mich inspirierten.

Für Neon Future II habe ich diese Gespräche mit unterschiedlichen Leuten und Nicht-Wissenschaftlern wie J. J. Abrams und Kip Thorne fortgesetzt. Mit Neon Future III läuft dieses Projekt weiter, also passiert noch mehr, und das hat enormen Einfluss auf mein Leben gehabt.

Welche Überzeugungen, Verhaltensweisen oder Gewohnheiten, die du dir in den letzten fünf Jahren angeeignet hast, haben dein Leben am meisten verbessert?

Die eine Sache, die ich über Musik und Kooperationen gelernt habe, ist, dass Musik ein zyklischer Trend ist und dass Unterhaltung allgemein zyklisch ist. Mir ist klargeworden, dass man Trends nicht folgen sollte. Man sollte sie erkennen, ohne ihnen zu folgen. Trends

zu erkennen, ist gut, aber wenn man ihnen folgt, wird man von ihnen aufgesaugt und geht dann auch zusammen mit ihnen unter.

Mein unabhängiges Label gibt es seit inzwischen 20 Jahren. Wir haben die Kugeln überlebt, die uns hätten niederstrecken sollen, als wir unseren eigenen Weg gingen und neue Bewegungen mit Sounds und Künstlern ins Leben riefen. Wir haben bestimmte Trends geschaffen und waren Teil davon, aber wir haben den Tod dieser Trends überlebt. Wie ich gelernt habe, können die Leute mich in bestimmten Trends positionieren, aber mir gelingt es irgendwie, wieder aufzutauchen, wenn der Trend vorbei ist. Ich schaffe es, dauerhaft über dem Auf-und-Ab-Zyklus zu schweben. Ich konzentriere mich auf die Energie meiner Musik, nicht auf den Trend. Die Energie selbst hat keinen Namen. Für sie geht es nicht um die Frage, ob sie cool ist oder nicht. Letztlich ist das Wichtigste von allem das Gefühl, denn die Energie, die meine Musik ausstrahlen und anziehen wird, ist ein sehr menschliches Gefühl.

»Ich konzentriere mich auf die Energie meiner Musik, nicht auf den Trend. [...] Für sie geht es nicht um die Frage, ob sie cool ist oder nicht. Letztlich ist das Wichtigste von allem das Gefühl, denn die Energie, die meine Musik ausstrahlen und anziehen wird, ist ein sehr menschliches Gefühl.«

– Steve Aoki

Musik ist im Wesentlichen unser Werkzeug, um uns mit unseren Gefühlen auseinanderzusetzen. Ich will dafür sorgen, dass ich immer die kulturellen Reize mit aufnehme, die mich gerade inspirieren – egal mit wem ich arbeite und wie ich meine Musik mache. Das kann mit Trends zusammenhängen, aber ich Sorge immer dafür, dass die Energie der Musik im Vordergrund steht und die deutlichste Stimme in der Mischung ist. Ich denke immer daran, nicht in die Achterbahn zu steigen. Ich weiß, dass es diese Achterbahn gibt, aber ich setze nicht alles auf sie. Halte dich vom Trend fern! Identifiziere ihn und erkenne ihn an, aber halte dich fern.

Was tust du, wenn dir alles zu viel wird, du nicht mehr fokussiert bist oder deine Konzentration nachlässt?

Wenn ich im Studio bin und in einen Zustand gerate, in dem ich meine Ideen nicht mehr vermitteln kann und anfangs, mit dem Kopf in den Computer zu rammen, muss ich da weg. Dasselbe gilt, wenn ich versuche, ein Projekt zu Ende zu bringen, und einfach gegen eine Wand laufe. Man muss dann den Raum wechseln, um neu anfangen zu können.

Allgemein versuche ich als Erstes Meditation, um alles zurückzusetzen – mein Gehirn und meine Energie. Ich glaube an die Fähigkeit, in einen Flow zu kommen, und wenn man diesen Zustand erreicht, kann man Projekte wirklich schnell fertig bekommen. Ein Beispiel: The Clash haben für eines der besten Alben der Rock-Geschichte, London Calling, nur drei Wochen gebraucht. Meiner Meinung nach ging das so schnell, weil die Band in einem Flow-Zustand war. In solchen Phasen ist man extrem produktiv und kreativ.

Wenn ich in diesem Zustand bin, bleibe ich so lange darin, wie ich nur kann. Denn wenn man ihn erst einmal verloren hat, ist es schwierig, wieder hineinzukommen. Wenn man gegen eine Wand läuft oder wütend auf sich selbst wird und nicht zu Inspiration und Kreativität zurückfindet, muss man neu starten und sich auf die Grundlagen besinnen. Das ist der Grund dafür, warum einige der Künstler, mit denen ich am liebsten arbeite, auf keinen Fall in ein großes Studio gehen wollen. Sie wollen zurück zu den

Anfängen und in irgendwelchen kleinen Drecksloch-Studios arbeiten. Dadurch kann man zurück zu der Seele von dem kommen, warum man tut, was man tut. Und am wichtigsten: Es geht nicht darum, wie viel Geld man in ein Projekt stecken kann, und auch nicht darum, wie viele Leute man dafür gewinnt. Entscheidend ist das gute Gefühl, und man findet es mitten in den Gründen dafür, warum man mit so etwas überhaupt angefangen hat.

An diesen Ort muss man einfach zurückfinden. Wenn man dadurch glücklich wird, dann kann man aus dieser Zufriedenheit in einen Flow-Zustand kommen, und der Rest ist Geschichte!

KÄMPFER GEGEN DIE DIGITAL- WÜSTE



August Krol – Millionen mit professionellem E-Commerce auf Amazon

Noch vor 15 Jahren war Amazon wenig bekannt.

Heute kommt an der Online-Verkaufs-Plattform Amazon niemand mehr vorbei, der US-Riese hat sich in Europa fest etabliert. An allen Orten der Welt, dort wo Mobilfunkempfang möglich ist, findet die Ware des Verkaufsriesen Amazon Absatz.

Aber Amazon gleicht einem Dschungel, in dem Käufer trotz der A9 Suchmaschine gern mal Stunden im Angebotsüberfluss

sowie dem Kleingedruckten der einzelnen Verkäufer herumirren. Firmen, die neu in das Online-Verkaufsbusiness auf dieser Plattform einsteigen wollen, sehen sich harter, globaler Konkurrenz ausgesetzt und tun gut daran im Vorfeld eine wasserfeste Strategie zu entwickeln. Einer der sich auf diesem Gebiet, mit all seinen Fallstricken, hervorragend auskennt, ist August Krol.

Krol sieht in Deutschland bei klein- und mittelständischen Unternehmen noch viel Aufholbedarf in Sachen Online-Handel

auf Amazon. Insbesondere in den digitalen Prozessen. Während in den sogenannten „Billigproduktionsländern“ die Online-Händler auf Amazon sprießen, tun sich deutsche Firmen und Händler schwer, den Anbietern aus Fernost auf Augenhöhe zu begegnen.

Krols Meinung nach haben einige deutsche Unternehmen die Entwicklung bisher schlicht unterschätzt, viele Firmen nehmen die Digitalisierung und den E-Commerce bis heute nicht ernst.

Zum Glück gibt es aber auch etliche Entscheider und Macher, die für diese Art des Handels offen dafür sind und sich Mühe geben, diese spannenden Themen zu verstehen. Mit diesen neugierigen, energievollen Unternehmern arbeitet Krol sehr gerne zusammen und möchte dort sein fundiertes Wissen weitergeben.

Krol: „Amazon ist eines der wertvollsten Unternehmen der Welt, eine relativ junge Firma, die erst seit 25 Jahren existiert. Davon lässt sich Einiges lernen. Nicht jede Marke oder Brand muss unbedingt auf Amazon vertreten sein oder dort selbst verkaufen. In vielen Fällen ist Amazon nicht

mal die erste Wahl!“ Aber Krol betont: „Jede Marke und jedes Brand in Deutschland sollte sich mit Amazon beschäftigen. Amazon setzt Maßstäbe, setzt Trends. Es wäre ein Fehler, Amazon zu unterschätzen, Amazon aus den Augen zu verlieren. Schon allein, weil sich die jeweiligen Kunden zunehmend bei Amazon informieren und vermehrt ihre Produktrecherche genau dort starten.“

Krol selbst startete bereits 2005, während des Informatik Studiums an der TU Darmstadt, mit seinem Kommilitonen Butrus Said das Projekt „E-Commerce-Live“, später umbenannt in „ZEIL24“. Gemeinsam bauten sie erfolgreich eine Reihe digitaler Brands auf. Daneben gründete Krol weitere Startups, z.B. eine Autowäsche App, den Fashion Brand eines türkischen Herstellers, Kampfsport- und Leder-Zubehör mit einem Hersteller aus Pakistan etc. 2013 war Krol gemeinsam mit einem weiteren Partner, David Lopez, an einem AI Startup aus Barcelona beteiligt. Eines der ersten kommerziellen Projekte mit Anwendung künstlicher Intelligenz sowie des „Visual Commerce“ im Bereich E-Commerce. Diese Anwendung nutzt künstliche Intelligenz zur Unterstützung der visuellen Suche und Bilderkennung für Online Shops.

Doch das Hauptaugenmerk Krols blieb bei Zeil24. In den Hochzeiten hatte das Projekt über 70 Mitarbeiter und generierte etwa 20 Mio. Euro Jahresumsatz auf Amazon. Damit gehörten Krol und sein Kollege zu den Top 10 Händlern auf Amazon.de, auf Monatse-

bene sogar zu den Top 3. In der Spitze versendete Zeil24 täglich bis zu 12.000 Pakete und hatte mit monatlich über 5 Millionen mehr Besucherzahlen, als der Frankfurter Flughafen an Fluggästen im Monat.

Nach einer gescheiterten Expansionsfinanzierung 2017 kam Krol in einen Liquiditätssengpass und schaffte keine strategische Änderung seines Geschäftsmodells mehr. In der Folge dessen ging die GmbH insolvent und auch

Krol, als Gesellschafter, musste Privatinsolvenz anmelden.

Die Erfahrung, 13 Jahre lang ein Unternehmen aufzubauen und es dann zu verlieren, hinterließ Spuren bei dem Unternehmer. Er reflektierte seinen

»Jede Marke und jedes Brand in Deutschland sollte sich mit Amazon beschäftigen. Amazon setzt Maßstäbe. Es wäre ein Fehler, Amazon aus den Augen zu verlieren.«
– August Krol

bisherigen unternehmerischen Werdegang und reiste auf der Suche nach neuen Ideen durch die Welt.

Zurück in Deutschland ging er mit neuem Elan ans Werk. Nach der Devise „Lernen von den Besten“ lernte, probierte und adaptierte er. Eines war klar: „Probieren geht über Studieren“. So qualifizierte sich Krol mit einer Ausbildung zum Coach im Rahmen der „Gedanken Tanken Academy“, der Business Factory, Köln. Ihn trieb die Frage um: „Was hat eigentlich die Welt davon, dass es mich gibt? Was kann ich an Andere zurückgeben?“ und meint im Rückblick: „Da war mir klar, dass ich mit meiner 15-jährigen Expertise im Amazon Business hier in der „Digitalen Wüste“ Deutschland etwas von meinem Gelernten, meinem Wissen weitergeben kann.“

Als Amazon Consultant möchte Krol Firmen im Seller und Vendor Bereich zu Fragen rund um das Amazon Business beraten sowie Workshops als Coach anbieten. Durch seinen unternehmerischen Hintergrund als Amazon Händler und der täglichen Erfahrung

im operativen Bereich (Probleme, Prozesse, PPC.), wird er gerne von Entscheidern als Sparringspartner bei Strategiefragen zum Amazon Business befragt.

Zu seinen Kunden gehören Firmen, die entweder bereits auf Amazon aktiv sind, deren Umsätze beispielsweise rückläufig sind, oder die Probleme haben, weil sie beispielsweise gehackt wurden. Hier kann Krol als Troubleshooter helfen, gezielt das Problem zu beheben und Verbesserungen anzustoßen. Auch Firmen, die im Vendor-Bereich auf Amazon agieren benötigen häufig Hilfe. Der Begriff Vendor bedeutet, dass ein Unternehmen seine Ware an Amazon und nicht über Amazon verkauft. „Ein himmelweiter Unterschied, der für den Händler seine ganz eigenen Tücken mit sich bringt. Auch wenn der Endkunde eigentlich gar nicht merkt, ob er bei Amazon direkt kauft oder bei einem Händler, der über Amazon verkauft.“ „Und das ist das Spannende daran, sich in dieses Gefüge, in dieses Bild einzufügen, als Firma, als Brand, um mit den Kunden bestmöglich über Amazon zu kommunizieren.“

August Krols langjährige Expertise im Amazon Business ergänzt er durch tägliches Hören amerikanischer Podcasts im Bereich E-Commerce, sowie dem regelmäßigen Austausch mit Experten auf entsprechenden Konferenzen und Seminaren. So sorgt Krol dafür, dass seine Klienten mit topaktuellem Consulting im Amazon-Geschäft mehr Umsatz generieren können. Krol ist als MrEcommerce2.0 in Sozialen Medien aktiv, hostet eine Amazon Business Circle Meetup Gruppe und betreibt eigenen E-Commerce Podcast „AmazonMitAugust“. In seiner Freizeit ist der dreifache Vater ganz Familienmensch.



Ulrike Stahl zeigt, wie ein neues Mindset helfen kann, Herausforderungen zu bestehen

Unsere Arbeitswelt ist komplexer und vernetzter denn je. Das bringt neue Herausforderungen. Unternehmen versuchen ihre Organisation anzupassen. Im Wesentlichen mit Matrixstrukturen und Projektarbeit. Doch das alleine scheint nicht auszureichen. Guerillakämpfe zwischen Abteilungen, Boykotte zwischen CEO und Führungskräften sind sicher nicht die Regel. Fehlende Abstimmung und mangelnder Informationsfluss aber schon.

„Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind“, das sagte schon Albert Einstein. Die alten Denkweisen, denen wir noch immer zutiefst verhaftet sind, lauten Wettbewerbsdenken und Arbeitsteilung – und die stammen aus dem Industriezeitalter. Heute stehen wir mit beiden Beinen im Wissenszeitalter und das erfordert nicht nur neue Methoden und Organisationsformen, sondern einen neuen Mindset, wie folgendes Beispiel aus einem Unternehmen zeigt.

Es ist nicht alles so wie es scheint

In einem internationalen Seminar für Führungskräfte sprechen wir darüber, wie die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit in

Unternehmen gefördert werden kann. Der 33-jährige Khalid ist Einkaufsleiter am sehr traditionell geprägten deutschen Standort eines internationalen Unternehmens. Er berichtet von einem täglichen 9-Uhr-Meeting aller Abteilungsleiter. Dort werden aktuelle Informationen ausgetauscht, Probleme besprochen und sofort nach Lösungen gesucht. Alle sind sich einig, dass das eine gute Maßnahme ist. In der Pause kommt Khalid etwas zögerlich auf mich zu. Ich frage ihn: „Was kann ich für dich tun?“. Er kommt noch einmal auf das 9-Uhr-Meeting zurück: „Leider läuft es nicht so toll, wie es klingt.“ Er beschreibt sehr anschaulich, dass sich bei Problemen regelmäßig drei der langjährigen Abteilungsleiter innerhalb von 5 Minuten anschreien und statt nach Lösungen zu suchen, sich gegenseitig die Schuld in die Schuhe schieben. Schlimmer noch, es wurde bereits ein Workshop durchgeführt, um dieses Verhalten zu reflektieren. Dort wurden klare Vereinbarungen getroffen, und trotzdem fallen die Kollegen immer wieder auf dieses Kompetenzgerangel zurück. Khalid fragt, was er tun soll. Er hat bereits in vielen Ländern gearbeitet und kann sich gut anpassen. Er hält das zwar nicht für so sinnvoll, aber soll er eventuell auch schreien?

Führungskultur als Wettbewerbstreiber

Spannend auch, was die weitere Analyse ergibt: Das tägliche 9-Uhr-Meeting durchzuführen, ist eine Vorgabe des Konzerns. Die Idee dahinter macht absolut Sinn, denn so wird der Informationsfluss gefördert und auf Probleme kann schnell reagiert werden. Ein zentrales Instrument agilen Arbeitens. Wie sich zeigt, funktioniert genau das aber nicht, wenn die Beteiligten noch in alten Denk- und Verhaltensmustern verhaftet sind. Die kommen dann zum Vorschein, wenn der Druck hoch ist. Was nüchtern betrachtet absolut einleuchtet und als wünschenswert bezeichnet wird, spielt plötzlich keine Rolle mehr, „wenn es darauf ankommt“. Dann übernimmt der Wettbewerbsmodus die Führung und der heißt, einer gewinnt und viele verlieren. Ein weiterer Wettbewerbstreiber ist die Führungskultur. Wie sich auch herausstellt, ist der Standortleiter noch vom „alten Schlag“. Wenn die Dinge nicht laufen, erhöht er einfach den Druck auf den Einzelnen und spielt die Abteilungen schon mal gegeneinander aus. „Wir wissen doch, dass die in der Entwicklung keinen Plan haben. Da müsst ihr in der Produktion jetzt mal euer Ding machen.“ Wie seine Abteilungsleiter zum Ziel kommen, ist ihm egal. Hauptsache die Zahlen stimmen zum Quar-

**KOOPERATIV.
KOLLABORATIV.
KOKREATIV.**

talsende. Konkurrenz belebt ja das Geschäft. Das ist ein Grundsatz, der im Zeitalter der Industrialisierung entwickelt wurde und sehr lange wirtschaftlichen Erfolg bescherte. Heute macht Konkurrenz, insbesondere die interne, das Geschäft kaputt.

Zusammenarbeit auf einem neuen Niveau
 Einzelkämpfertum und ICH-bezogene Machtspiele sorgen dafür, dass alle verlieren. Komplexe Herausforderungen können nur durch Zusammenarbeit auf einem neuen Niveau gelöst werden. Kooperation und Kollaboration sind heute der Schlüssel zum Erfolg. Heißt das nun, zurück zum Miteinander von alten Tagen, weil da alles besser war? Keineswegs. Wir müssen uns vorwärtsbewegen, hin zu einem neuen WIR im Business, das den heutigen Anforderungen gerecht wird. „Aber wir arbeiten doch eigentlich ganz gut zusammen“, werden an dieser Stelle viele Mitarbeiter und Führungskräfte für sich in Anspruch nehmen. Gemessen wird das meist an alten Wertvorstellungen. Was wir kennen ist: ‚Einer sagt an und die anderen machen loyal mit‘. So haben mein Großvater und mein Vater in einem großen Industriebetrieb gearbeitet. Ich nenne das Clan-WIR. Viele ältere Mitarbeiter sehnen sich danach zurück, „Weißt du, früher war das ein ganz anderes Klima. Da hat man dem Unternehmen noch etwas bedeutet, da war man etwas wert.“ Kein Wunder, das bietet Geborgenheit. Wer mitmacht ist sicher. Das Arbeitsergebnis ist aber jeweils auf den Horizont der Führungskraft reduziert und der einzelne Mitarbeiter eher unmündig. In Familienbetrieben findet man das zum Teil heute noch. In einem komplexen Umfeld bleibt der Betrieb mangels Agilität aber schnell auf der Strecke und Mitarbeiter, die es vorziehen, eigenverantwortlich zu denken und zu handeln, werden nicht lange dort arbeiten.

Sprünge, Schleifen und ständige Interaktion
 Dann gibt es noch das Amtsstuben-WIR. Arbeitsprozesse sind bis ins Kleinste durch-



strukturiert und geregelt. Dem Einzelnen wird mehr Verantwortung übergeben. Alles ist so hervorragend durchorganisiert, dass jeder Mitarbeiter unabhängig bearbeiten kann, wofür er zuständig ist. Behörden haben es darin zur Perfektion gebracht, aber auch Unternehmen setzen natürlich auf Arbeitsteilung, denn das beschleunigt den Arbeitsprozess – so das Prinzip. Abteilungen können unabhängig von anderen mit ihrem eigenen Wissen und Ressourcen arbeiten und sich auf eigene Ziele fokussieren. Der fehlende Blick oder das mangelnde Interesse für externe Beziehungen

»Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind«
 – Albert Einstein

und Zusammenhänge ist heute auch unter dem Begriff „Silomentalität“ bekannt. Die Hoffnung ist verbreitet, dass die Arbeitsteilung weiterhin

so funktionieren könnte: „Wenn jeder nur einfach seine Aufgaben erledigen würde“, hört man nicht nur entnervte Projektleiter stöhnen. Tatsächlich gibt es allerdings kaum noch Aufgaben, die linear abgearbeitet werden können. Es gibt Sprünge und Schleifen und ständige Interaktion zwischen den Beteiligten. Das führt zum Einsatz agiler Methoden

Eine neue tragfähige WIR-Kultur

So wie wir neue Organisationsformen und Methoden entwickeln und einsetzen, müssen

wir auch eine neue tragfähige WIR-Kultur entwickeln. Also nicht zurück zu, sondern hin zu einem neuen WIR. Dieses neue WIR braucht genau die starken ICHs, die unsere Leistungsgesellschaft gefördert hat, allerdings mit einem kooperativen Mindset. Was wir bisher gelernt und trainiert haben ist, uns entweder durchzusetzen, abzugrenzen oder zu folgen. Jetzt geht es um die Fähigkeit, sich selbst zu organisieren, sich einzubringen, flexibel und offen zusammenzuarbeiten und gemeinsam Lösungen zu entwickeln. Menschen mit einem kooperativen Mindset übernehmen aktiv Verantwortung für das Gesamtziel und denken über ihre Rolle und ihren Verantwortungsbereich hinaus.

Gemeinsam eng an Problemlösungen arbeiten

Ein Begriff, der im Deutschen nicht sehr positiv belegt ist, taucht im Zusammenhang mit agiler Zusammenarbeit immer häufiger auf: Kollaboration. Es geht dabei nicht nur darum, kooperationswillig zu sein, sondern auch in der Lage dazu, gemeinsam eng an Problemlösungen zu arbeiten, die eben nicht einfach durch arbeitsteiliges Herangehen herbeigeführt werden können. Hier gibt es keine Hierarchien mehr, keinen, der ansagt, was wann und wie zu tun ist. Das Team organisiert sich ebenso selbst wie es innerhalb des Teams jeder Einzelne tut. Eine wichtige Frage: Wie machen wir uns fit für dieses neue WIR im Business? Das geht am besten, indem wir gewohnte Impulse hinterfragen und neue Verhaltensweisen bewusst trainieren. Beispielsweise mit folgenden 10 Kollaborations-Hacks.

10 Life-Hacks die Ihnen helfen können, besser mit anderen Menschen zu kollaborieren

Wir sind alle verbunden

Unser Handeln wird sich immer auf andere auswirken. Aufgrund der Komplexität der Zusammenhänge, können wir möglicherweise nicht immer überblicken und kontrollieren, auf wie viele andere und wie genau. Das ändert jedoch nichts an der Tatsache, dass es passiert. Wir sind immer Teil eines größeren WIR – das ist keine Entscheidung, sondern eine Tatsache. Damit sind wir weder machtlos noch unabhängig. Jeder Einzelne von uns gestaltet das WIR und damit die Lebens- und Arbeitsumwelt, in der wir uns befinden. Richten wir unser Verhalten danach aus.

Ko-zentriert statt konzentriert

Sich auf die eigenen Interessen konzentrieren oder machen was der andere will oder zur Not noch feilschen. So sieht unser Weg zur Lösungsfindung meist aus. Schwarz-weiß ist für unser Gehirn viel leichter. Ko-zentriert zu denken, heißt nach sowohl-als-auch-Lösungen zu suchen. So können wir in Kontakt mit unserem Kollaborationspartnern bleiben – auch wenn es einmal schwierig wird.

Interessen statt Positionen

Win-Win-Lösungen lassen sich nur finden, wenn wir uns über die eigenen Interessen und die Interessen der anderen Beteiligten klar werden. Wie gut, dass wir die natürliche Fähigkeit haben, zu kommunizieren und andere Perspektiven einzunehmen. Wenden wir sie an, um besser zu verstehen, statt unsere Positionen zu zementieren.

Gemeinsamkeiten suchen

Gemeinsamkeiten machen sympathisch. Unterschiede trennen. Unser Gehirn ist ständig am vergleichen. Wir haben die Wahl, worauf wir uns fokussieren. Wenn wir es uns zum Grundsatz machen, zum Einstieg in ein Gespräch eine Sache herauszufinden oder zu unterstreichen, die wir gemeinsam haben, wird aus dem Small Talk plötzlich ein „Strong Impact (starke Wirkung) Talk“.

Wertschätzung für Andersartigkeit

Wir vergleichen nicht nur, wir bewerten auch sofort. Dabei betrachten wir uns selbst mit unseren Werten und Vorlieben gerne als das Normalmaß. Wer anders ist, ist dann nicht normal. Wird es schwierig, wird diese innere Haltung zum Konfliktverschärfer. Der Tipp eines buddhistischen Mönches: „Wenn ich mich dabei erwische, dass ich bewerte, ergänze ich einfach: Genau wie ich.“ Das erinnert mich daran, dass ich nicht so anders bin und erlaubt es mir in einer wertschätzenden Haltung zu bleiben. Die Basis für echte Kollaboration. Denn die funktioniert nur auf Augenhöhe, indem verschiedene Persönlichkeiten zusammenwirken, um gemeinsam etwas zu erreichen, was alleine nie gelingen würde.

Geber-Mentalität

Das Gesetz der Gegenseitigkeit – Geben und Nehmen – ist ein menschliches Grundprinzip. Auch Kollaboration erfordert die Bereitschaft zu geben. Allen Bedenken „Was, wenn der andere es nicht zu schätzen weiß?“ und Ängsten „Was, wenn ich ausgenutzt werde?“ zum Trotz – Geber-Mentalität lohnt sich in jedem Fall, weil Geben erfolgreich, erfüllt und glücklich macht.

Das WIR im Blick

Erkennen wir das WIR als Organismus, hat das WIR auch das Recht auf eine Stimme. Das funktioniert am besten mit einem WIR-Stuhl. Während eines Meetings kann sich jeder Teilnehmer zu jedem Zeitpunkt auf diesen Stuhl setzen und dem WIR eine Stimme geben. Durch das Verlassen des Ich-/Du-Fokus, nehmen wir statt einer polarisierenden Sichtweise eine übergeordnete Perspektive ein, die uns hilft, neue, gemeinsame Lösungen zu finden.

Feedback – der Entwicklungsturbo

Zusammenarbeit bietet uns die Möglichkeit, uns deutlich schneller zu entwickeln als alleine – sofern wir kontinuierlich Rückmeldung erhalten. Feedback ist eine wunderbare Möglichkeit, jemandem etwas Wertvolles zu geben und damit in ein kollaboratives Miteinander zu investieren. Und natürlich kann man auch andere aktiv darum bitten. Je spezifischer wir beschreiben wofür, desto konstruktiver wird die Antwort sein.

Aktiv zuhören

Kollaborative Gesprächspartner zeichnen sich dadurch aus, dass sie andere aktiv zu deren Meinung und Ideen befragen und gut zuhören – auch wenn unter Stress erfahrungsgemäß unser Interesse an anderen Sichtweisen gegen Null sinkt. Dabei lebt gerade Kollaboration von verschiedenen Sichtweisen.

Psychologische Sicherheit

So lautet der Schlüsselfaktor für erfolgreiche Zusammenarbeit in Teams. Das ist das Ergebnis einer zweijährigen Studie namens Aristoteles, die Google mit über 180 ihrer eigenen Teams durchgeführt hat. Es geht um den Glauben, dass man nicht bestraft oder bloßgestellt wird, wenn man Ideen, Fragen, Bedenken oder Fehler anspricht. Sobald wir ein sicheres Umfeld schaffen, in dem andere sich sicher fühlen, ihre Meinung zu teilen, steigern wir automatisch die Wahrscheinlichkeit, dass die Menschen um uns herum kooperativer denken und handeln.



Ulrike Stahl ist Rednerin, Autorin und Expertin für erfolgreiche Zusammenarbeit. Sie hilft Unternehmen ein WIR-Mindset aufzubauen und so bessere Kommunikation, Kollaboration und Interaktion in Unternehmen zu etablieren.



MARTIN SEMMELROGGE
Schauspieler

„Missgeburt“

**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



ONLINE GELD VERDIENEN

Sebastian Mansla

ist erfolgreicher Online-Unternehmer und den meisten aus Fernsehsendungen wie Bachelor in Paradise und der Bachelorette bekannt, allerdings ist das nicht das alles.

Er ist außerdem bekannter Influencer und Coach. Mit seinem Unternehmen Sebastian Mansla Coaching hilft er anderen Menschen die selben Ziele zu erreichen.

Sebastian Mansla erzählt von den fast unbegrenzten Möglichkeiten, online Geld zu verdienen – und von den Nachteilen

Sebastian, man kennt dich von der letzten Bachelorette Staffel auf RTL und als durchtrainierten Typen auf Instagram. Aber du bist vor allem Unternehmer. Wie kam es dazu?

Obwohl ich den klassischen Weg gegangen bin und mit Bestnoten mein Masterstudium in International Marketing und Media Management abgeschlossen habe, war mir sehr früh bewusst, dass das klassische Arbeitnehmerverhältnis nichts für mich ist. Also habe ich mich schon früh in meiner Karriere nach Möglichkeiten umgesehen, um ortsunabhängig Geld zu verdienen. Vor Allem war es mir wichtig mir meine Zeit frei einteilen zu können und wenn ich mal verreisen wollte nicht auf die Urlaubsgenehmigung von meinem Chef hoffen zu müssen. Also begann ich früh nach Möglichkeiten zu suchen online Geld zu verdienen.

Wie leicht oder schwer ist es heutzutage, im Netz Geld zu verdienen?

Heutzutage online Geld zu verdienen ist so einfach wie noch nie, da alle Weichen gelegt worden sind. Dank der Social Media Kanäle wie Instagram, Facebook & Co. ist der nächste Kunde beziehungsweise Auftrag nur ein paar Nachrichten entfernt.

Gleichzeitig ist es aber auch unglaublich schwierig. Ich kann mich gut an meine Anfänge erinnern, wo ich so ziemlich jeden Fehler gemacht habe, den es überhaupt gibt, weil ich versucht hatte alles alleine zu bewerkstelligen. Das verursachte eine Menge Frustration und

»Heutzutage online Geld zu verdienen ist so einfach wie noch nie, da alle Weichen gelegt worden sind.«
– Sebastian Mansla

löste natürlich auch Zweifel aus. Jedoch bin ich froh, dass ich drangeblieben bin, denn der Wendepunkt kam für mich als ich mich an einen „Mentor“ gewandt habe, der bereits an dem Punkt in seinem Business stand, wo ich gerne hin würde. Ich bin ihm auf ewig dankbar und hoffe, dass ich für andere Menschen eine ähnliche Rolle einnehmen darf.

Braucht man eine große Reichweite? Oder können auch Mikro-Influencer gutes Geld verdienen?

Nein, absolut nicht! Viele Follower bedeuten nicht gleich viel Geld. Selbstverständlich kann es ein großartiges Sprungbrett sein, wenn man bereits eine gewisse Reichweite hat, jedoch kenne ich dutzende Beispiele aus meinem direkten Umfeld, wo Menschen mit maximal 500 Followern viel mehr Geld verdienen als „bekannte“ Influencer mit mehreren 100 tausend Followern.

Insbesondere auf Instagram geben sich sehr viele als erfolgreiche Businesspeople aus. Wie trennt man die Spreu vom Weizen?

Ich glaube, dass es besonders wichtig ist, dass man sich den „Track Record“ dieser Menschen anschaut. Das heißt, welche Erfolge kann diese Person nachweisen und mit welcher Konstanz über was für einen Zeitraum sind diese Erfolge zu sehen. Erfolgreiche Menschen sind immer erfolgreich.

Das haben sie so an sich. Außerdem ist es wichtig, dass man beobachtet, dass die Person auch eine gewisse Konstanz in ihren Aussagen und in ihrem Angebot hat. Finger weg von „Gurus“, die alle paar Monate ein neues Business Modell anpreisen. Das kann nichts gutes heißen.

Mit welcher Entwicklung rechnest du beim Onlinemarketing?

Ich bin mir zu 100 Prozent sicher, dass Onlinemarketing immer weiter an Wichtigkeit gewinnen wird und seinen Aufschwung beibehält. Deswegen ist es umso wichtiger sich so früh wie möglich mit diesem Thema auseinanderzusetzen.

»Ich bin mir zu 100 Prozent sicher, dass Onlinemarketing immer weiter an Wichtigkeit gewinnen wird und seinen Aufschwung beibehält.«
– Sebastian Mansla



Januar 2020

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN
founders

**TOP
30**

DIE MONATLICHEN
TOP 30 FOUNDER

Marketing, Training und Lifestyle stark vertreten



Das **founders magazin** wählt monatlich exklusiv die 30 spannendsten und aktivsten Unternehmer und Gründer. Die Bereiche Marketing, Training und Lifestyle sind weiterhin auf dem Vormarsch, was viele nicht verwundern dürfte. Unternehmern ist klar geworden, dass das Image einer Marke, eines Unternehmens oder eines Produktes ausschlaggebend ist, um Kunden zum Kauf zu bewegen. Das richtige Marketing bildet damit eine der wichtigsten Grundlagen heutzutage, um erfolgreich zu sein. Erfolg ist heutzutage wichtig – in den verschiedensten Bereichen, weshalb auch immer mehr Menschen auf Trainer zurückgreifen, um erfolgreich zu sein und einen bestimmten Lifestyle für sich zu etablieren. Die Entwicklung dieser Branchen geht oft Hand in Hand.

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

Name	Branche
Kim Kardashian West	Reality
Nico Rosberg	Investments
Stefanie Giesinger	Beauty
Senna Gamour	Reality
Dirk Rossmann	Drogerien
Steffen Henssler	Food
Dean Graziosi	Training
Patrick Bet-David	Training
Lara Daniel	Marketing
Kati Karenina	Bildung
Felix von der Laden	Bildung
Tobi Förster	Marketing
Julia Diehl	Marketing
Vanessa Tamkan	Lifestyle
Marie Johnson	Mode
Maren Wolf	Lifestyle
Tobias Wolf	Lifestyle
Lea-Sophie Cramer	Onlineshops
Kerstin Zacharias	Beauty
Marvin Gramminger	Coaching
Andreas von Estorff	Plattformen
Günter Brandl	Wasser
Felix Maria Arnet	Training
Sabine Elsässer	Medien
Markus Elsässer	Medien
Sven Lorenz	Vermögensverwaltung
Stefanie Gebhardt	Dating
Stephany Kahl	Dating
Dominik Groenen	Coworking
Max Weiß	Marketing

Die Autorin, **Dipl. Oec. Carmen Uth**,
ist Emotionstrainerin und Begründerin der
5+ABS® Methode für Umgang
mit Emotionsblockaden.



Was macht Frauen zu Super-Frauen?
Hier die **Top Ten** für ein Erfolg
bringendes Mindset

SUPER FRAUEN



Von **Carmen Uth**

Erfolgreiche Frauen sind Kämpferinnen, vielleicht noch stärker als Männer. Sie haben eine klare Entscheidung getroffen, sich zahlreichen Herausforderungen zu stellen. Wer als Frau an die Spitze will, muß sich nicht nur gegen Männer behaupten, über Top-Fachwissen verfügen, den längeren Atem beweisen...
Wen wundert es da, dass sich viele Frauen – meist unbewusst davor – scheuen, diesen dornigen Weg zu gehen? In einer Interviewserie wurden Erfolgspersönlichkeiten befragt, was Frauen für mehr Erfolg brauchen. Wie ein roter Faden durchzieht sich ein Kernthema: Selbstvertrauen.

Selbstvertrauen?

Bei Sätzen wie: „Sei nicht so laut.“ „Ein Mädchen tut so etwas nicht...“

Es ist sicher kein einfacher Weg, das, was Mädchen in der Erziehung mit in die Wiege gelegt wurde, später zu verändern. Und wie die Männer brauchen auch Frauen „Trigger“, um alte Meinungen und damit ihr Mindset, also ihre Grundhaltung zu ändern. Einschneidende Lebenssituationen, die ein Umdenken erfordern und ein neues Mindset, eine neue Grundhaltung bewirken. Doch es ist nicht eine Formel, eine Lösung, ein Punkt. Es ist die Kombination wesentlicher Bestandteile, die über den eigenen Erfolg entscheidet!

Was sind solche wichtigen Basics für ein erfolgsbringendes Mindset?

Hier die Top 10 für Sie:

1. Man wird nicht als Chefin geboren, man muß sich um seine Karriere kümmern! Netzwerken! Wichtig sind Sponsoren und Förderer!
2. Viele Frauen „verbeißen“ sich in die Arbeit. Doch Arbeit macht nur einen kleinen Anteil in der Karriere aus! Investieren Sie stattdessen Zeit in die Frage: „Wer ist wichtig, wer fördert mich?“

3. Einfach nur drauf losrennen und machen, macht stumpf. Trendchecks bringen Klarheit: Bin ich zur richtigen Zeit am richtigen Ort? Habe ich zur richtigen Zeit richtige Ergebnisse? Habe ich zur richtigen Zeit die richtigen Leute?

4. Eine Karriereentwicklung ist nicht nur ein stetiger Weg nach oben, sondern besteht auch aus wertvollen Rück- und Querschritten, also auch mal nach hinten oder zur Seite gehen. Scheitern als Moment betrachten und es vor allem als neue Chance begreifen.

5. Gerade in der Führung reicht Fachwissen schon lange nicht mehr. Wichtige Erfolgsformel: Man muß Menschen mögen!

6. Akzeptieren Sie nicht Schranken, suchen Sie neue Wege! Denn es geht nicht um die Frage „Ob es geht?“, sondern um die Frage „Wie geht es?“!

7. Respekt gewinnen Sie dadurch, dass Sie sich demaskieren! Sie sind Frau. Sie sind Mensch. Sie brauchen sich nicht zu verstellen, das kostet nur unnötige Kraft.

8. Eine neue Herausforderung ist immer eine „Wette auf Zukunft“! Sich nicht zu verwalten, sondern Ergebnisse zu erzielen! Es geht um den Willen zu gestalten und umzugestalten! Das Risiko in Kauf zu nehmen!

9. Wenn Sie merken, dass die Latte erreicht ist, gehen Sie raus! Und zwar schnell! Warten Sie nicht zu lange. Machen Sie klar, dass Sie Probleme lösen können! Haben Sie langen Atem! Und vor allem: Knüpfen Sie Kontakte!“

10. Das Zepter selbst in die Hand zu nehmen und das, was Sie für Weiterentwicklungen und Lösungen brauchen, einfordern.

„Viel Arbeit gibt Sicherheit. Super Arbeit gibt Anspruch auf die Position!“

Im Klartext: Einfach machen, dran bleiben und vor allem Frau sein und bleiben. Diese Tipps haben sich auch für Männer als überaus wertvoll erwiesen.

DAS VIER-TAGE-ARBEITSWOCHE-EXPERIMENT



steigert damit die Produktivität um 40 Prozent

Verkürzung der regulären Arbeitswoche auf vier Tage á sechs Stunden für ganz Finnland. Im Januar 2020 sorgte diese Meldung über die angebliche Forderung der gerade einen Monat vorher gewählten Premierministerin Finnlands, Sanna Marin, für Aufsehen. Doch kurz darauf wurde offiziell von der Regierung dementiert: „Im Programm der finnischen Regierung wird keine Vier-Tage-Woche erwähnt. Das Thema ist nicht auf der Agenda der finnischen Regierung. Premierministerin Sanna Marin hat im August in einer Podiumsdiskussion die Idee kurz vorgestellt, als sie noch die Transportministerin war, neuere Aktivitäten dazu haben nicht stattgefunden.“

Trotzdem verbreitet sich die Idee, gerade unter den Kopfarbeitern, untergräbt geradezu ketzerisch das Fundament der seit Ewigkeiten zementierten 40 Stunden, die gefälligst an fünf Arbeitstagen in der Woche abzuarbeiten sind. Welche Utopie hatte Marin im August 2019 als Szenario für die Zukunft in den Raum gestellt? „Eine Vier-Tage-Arbeitswoche, ein Sechs-Stunden-Arbeitstag, warum könnte das nicht der nächste Schritt sein? Sind acht Stunden die finale Wahrheit? Ich denke, die Menschen verdienen mehr Zeit mit ihren Familien, Hobbies, Leben. Das könnte der nächste Schritt für uns im Arbeitsleben sein.“

Weshalb eine kurze Woche?

Was ist also dran an dieser Zukunftsvision? Alles Wunschdenken fauler Arbeitnehmer? Mitnichten! Schon lange weisen Wissenschaftler darauf hin, dass in acht Stunden Anwesenheit am Arbeitsplatz nicht mehr Arbeit geschafft wird als in sechs, eher im Gegenteil. Nach sechs Stunden Arbeit ist das Gehirn erholungsbedürftig. Eine Stunde Mittagspause reicht nicht aus, um das Gehirn zu voller Leistungsfähigkeit zu regenerieren. Zusätzlich schlägt nach dem Mittagessen das Suppenkoma zu und erschwert konzentriertes Arbeiten. Ein Spaziergang hilft, ein Nickerchen noch mehr, aber letzteres ist im Büro eher schwer

umzusetzen. Die Arbeit geht langsamer von der Hand, die Fehlerquote steigt – Fehler, die am nächsten Morgen erst wieder aufgefangen werden müssen. Das Gefühl, auf der Fahrt nach Hause

nur noch nasse Watte im Kopf zu haben, ist wohl den meisten bekannt. Jetzt noch Energie aufbringen, dem

Körper den Sport zuzumuten, den er dringend braucht, um die Verspannungen der Computer-Geier-Fehlhaltung auszugleichen? Fehlanzeige. Oft reicht es gerade mal für Abendbrot, bevor der müde Körper in der warmen Umarmung des Sofas versackt. Jammernde Kinder, das dringende Einschreiben noch immer nicht zur Post gebracht – Hammerschläge auf das strapazierte Gemüt. Wie krank das macht, zeigen Statistiken zu Krankheitsfehltagen, Alkoholkonsum, Depression, Rückenleiden und Burnout.

Eine Studie, die im Harvard Business Review veröffentlicht wurde, zeigt, wer von vornherein einen Sechs-Stunden-Tag vor sich hat, geht anders zur Sache, zieht sein Pensum zielstrebtiger durch und ist in dieser Zeit konzentriert bei der Sache. In der Folge bekommt man mehr erledigt. Eine 2018 vom Workforce Institute auf Kronos veröffentlichte Studie kam zu dem Ergebnis, dass die Hälfte der teilnehmenden Vollzeitkräfte glaubte, ihr Tages-Arbeitspensum auch in fünf oder weniger Stunden täglich erledigen zu können.

Um es sportlich auszudrücken: für einen Marathon schlagen Sie von Anfang an ein ökonomischeres Tempo an als für einen Fünf-Kilometer-Lauf, weil sie wissen, dass Sie mit Ihren Kräften haushalten müssen. Wer die Zeit hat, sich zu erholen, seine gesundheitlichen und sozialen Bedürfnisse zu befriedigen, kann mehr Leistung bringen. Wer nur an vier Tagen arbeitet, hat drei Tage, an denen er ausschlafen kann. Hier ist auch die Zeit, die Dinge zu erledigen, die sonst als bedrückende Welle vor sich hergeschoben werden, wie Vorsorgetermine, Bank oder Reifenwechsel. So werden auch Kraftressourcen für außerbetriebliche Weiterbildung frei, die dem Betrieb aber durchaus wieder zugutekommen. Alles nur bonbonrosa Wunschdenken, oder?

Das Microsoft-Experiment

Microsoft wagte das Praxisexperiment in seiner japanischen Niederlassung. Der komplette August 2019 stand unter der „Work-Life Choice Challenge Summer 2019“. Vier Freitage in Folge waren für die 2300 Angestellten arbeitsfrei, ohne Einschränkung der Bezahlung. Zusätzlich bekamen die Arbeitnehmer

etwa 1000 Dollar Urlaubsgeld. Microsoft Japan Präsident und CEO Takuya Hirano erklärte gegenüber dem Guardian: „Arbeite kurze Zeit, erhol dich gut und lerne viel. Ich möchte, dass

»Arbeite kurze Zeit, erhol dich gut und lerne viel. Ich möchte, dass die Arbeitnehmer über die Erfahrung nachdenken, wie sie dieselben Ergebnisse in 20 Prozent weniger Arbeitszeit hinkriegen.«

– Takuya Hirano, CEO Microsoft Japan

die Arbeitnehmer über die Erfahrung nachdenken, wie sie dieselben Ergebnisse in 20 Prozent weniger Arbeitszeit hinkriegen.“ Spielend, wie sich herausstellte. Die Produktivität erlebte einen steilen 40 Prozent-Sprung nach oben. „Die Angestellten waren produktiver, wahrscheinlich weil sie viel glücklicher waren und sich leichter auf die Arbeit konzentrieren konnten“, sagt das Resümee. Daneben verzeichnete das Unternehmen Einsparungen bei den Stromkosten und im Verbrauch von Druckerpapier.

Noch ist nicht geklärt, ob und wann Microsoft die Arbeitszeiten als Standard umsetzen wird. „Im Sinne eines Wachstums-Mindsets

suchen wir immer nach neuen Möglichkeiten der Innovation und wo wir den Hebel an unserer Technologie ansetzen müssen, um die Bedingungen für unsere Mitarbeiter rund um den Globus zu verbessern“, sagt ein Unternehmenssprecher.

Allerdings war Microsoft nicht der Pionier dieses Experiments. Schon 2018 wagte der neuseeländische Perpetual Guardian den Schritt, seinen 240 Angestellten einen freien Tag pro Woche mehr zu gönnen und wurde mit ähnlichen Ergebnissen wie Microsoft Japan belohnt.

Fazit:

Wenn ein Unternehmer darüber nachdenkt, versuchsweise eine Vier-Tage-Arbeitswoche einzuführen und gar den Mut hat, die Tages-Arbeitszeit auf sechs Stunden zu setzen, darf er das Experiment ohne Bauchschmerzen wagen. Sollte er noch dazu in Erwägung ziehen, diese Arbeitszeiten ohne Gehaltseinschränkungen als Standard einzuführen, darf er sich sicher sein, dass das im Wettbewerb um den Gewinn und das Halten gut ausgebildeter Fachkräfte ein Top-Argument darstellt.



Microsoft Japan CEO **Takuya Hirano**, ist überzeugt von der 4-Tage-Arbeitswoche für Angestellte und war begeistert von den Ergebnissen des Experiments in der japanischen Niederlassung.

Nah, Näher Direktvertrieb



Herr Brandl, ist es auch heute noch erstrebenswert, mit eigenen Mitteln eine Firma aufzubauen und Wachstum von realwirtschaftlichen Parametern abhängig zu machen?

Ja, aber selbstverständlich. „Im kleinsten Handel ist mehr Geld verdient als in acht Stunden harter Arbeit!“ Das gilt bis heute. Auch früher schon habe ich meine Unternehmen immer gesund mit vorhandenem Eigenkapital wachsen lassen. Ware, Gehälter und andere Fixkosten wurden bei mir nie über Fremdkapital finanziert. Natürlich kann man das wohl nicht in jeder Branche eins zu eins so umsetzen.

Ihre Produkte begannen ihren Weg im Direktvertrieb. Ist das auch heute noch ein interessanter Vertriebskanal?

Ja, gerade heute ist der Direktvertrieb äußerst interessant: In Zeiten des anonymen Online Shoppings wissen die Leute den persönlichen Kontakt und die individuelle Beratung umso mehr zu schätzen. Durch die Produktpräsentation im Anwendungsgebiet werden alle Sinne angespro-

chen, der Kunde kann hören, sehen, fühlen, riechen, schmecken – ein einzigartiges Einkaufserlebnis. Außerdem steht beim Direktvertrieb die Kundenbeziehung im Vordergrund. Das ist zum einen deshalb herausragend, weil unsere Kunden oft aufgrund von Empfehlungen durch Freunde auf uns stoßen und zum anderen, da jeder Kunde seinen eigenen, persönlichen Berater und Ansprechpartner hat, der ihn die ganze Customer Journey entlang begleitet. Nur der Direktvertrieb ermöglicht all diese Aspekte in diesem Umfang.

Für Vertriebspartner mit nur wenig Eigenkapital ist es der perfekte Einstieg in die Selbstständigkeit. Nicht umsonst steigt die Zahl der Umsätze und selbstständigen Vertriebspartner stetig an. Der Direktvertrieb ermöglicht eine Win-Win-Win Situation für drei Parteien: Den Kunden, den selbstständigen Vertriebspartner und das Unternehmen. Bei Bela Aqua gilt: „Wer aufhört besser zu werden, hat aufgehört gut zu sein“. Daher führen wir regelmäßig Zufriedenheitsumfragen durch und sind jedes Mal stolz, wie gut die Rückmeldungen sind. Wir arbeiten

beispielsweise auch mit vielen zufriedenen Gewerbekunden zusammen, die ihren Mitarbeitern stolz Bela Aqua anbieten.

Wie wichtig wird online?

Uns ist es sehr wichtig, dass unser Produkt, die Evolution, exklusiv bleibt und deshalb bewusst ausschließlich über den Direktvertrieb vermarktet wird. Wir hatten schon unzählige Anfragen von Onlinehändlern, die wir stets ablehnten, obwohl es um tausende Geräte ging. Allerdings ist es unumgänglich, online präsent und aktiv zu sein. Facebook- und Instagram Posts genügen nicht mehr. Daher sind wir online mit Werbekampagnen auf unterschiedlichen Plattformen und mit verschiedenen Zielen tätig, wie etwa die Bekanntheit steigern, Leads generieren und ähnliches. Wir betreiben aktiv Newsletter Marketing, sammeln Rezensionen, betreiben aktives Contentmanagement und vieles mehr. Aktuell haben wir unser ganzes Unternehmen mit der Einführung eines komplett neuen und alle Bereiche abdeckenden CRM digitalisiert. Das schließt die Warenwirtschaft ein, dazu Kunden- und neueste On-

Günter Brandl setzt seit 39 Jahren auf Kundennähe und ausschließlichen Direktvertrieb seiner Produkte

lineshop-Managementsysteme, speziell für die Bela Aqua GmbH programmiert. Neben verbesserter

Logistik und optimaler Kundenbetreuung ermöglicht dies auch die täglich wachsenden Aufgaben noch effizienter und zuverlässiger zu bearbeiten. So stellen wir die

hohe Kundenzufriedenheit sicher – eine der Hauptaufgaben stark wachsender Unternehmen, wie wir es sind.

In der persönlichen Beratung lauern viele Fallstricke. Wo werden die meisten Fehler gemacht?

Schwierige Frage, denn jeder Verkäufer und Kunde ist anders. Wir schulen und betreuen unsere Vertriebspartner intensiv. Das Wichtigste ist, dass man hinter dem Produkt steht und dieses begeistert beim Kunden präsentiert, dann kann eine Win-Win-Situation für beide entstehen.

Aus meiner 39-jährigen Erfahrung heraus bestätigt sich immer wieder: Es gibt Verkäufer, die nur mal schnell Geld verdienen wollen, sprich, schnell mal etwas verkaufen möchten und es gibt die Verkäufer, Berater und Kundenberater, denen bewusst ist, wie wertvoll ein zufriedener Kunde ist, der zum besten „stillen Verkäufer“ werden kann. Dafür sind eine ehrliche, korrekte Beratung und Kundenbetreuung unumgänglich.

Ein Vorwurf im Vertrieb lautet stets, für Beratung, Service und Provision ver-schwindet entweder zu viel vom Umsatzkuchen oder es verteuert das Produkt. Wie rechtfertigen Sie das dennoch?

Ist das so? Wir arbeiten im Premiumsegment und dazu stehen wir. Unser Kunde kann sich auf ein Produkt von höchster Qualität und Güte, auf einen zuverlässigen Service mit rundum Betreuung verlassen, von der Beratung, Machbarkeit, Einbau, Nachbetreuung bis hin zum Support. Der Direktvertrieb ist auch der kürzeste Weg des Produkts zum Kunden. Bei anderen Handelsstrukturen sind die Preise meist die gleichen, nur anders verteilt und es wird viel Geld für Marketing ausgegeben. Am Ende bezahlt der Kunde nicht für ein Produkt oder Unternehmen, sondern für einen Nut-

zen, für ein gelöstes Problem. Das Gesetz der Wirtschaft verbietet es, für wenig Geld

viel Wert zu erhalten. Nehmen Sie das niedrigste Angebot an, müssen Sie für das Risiko, das Sie eingehen, etwas hinzurechnen. Und wenn Sie das tun, dann haben Sie auch genug Geld, um für etwas Besseres mit all seinen Leistungen zu bezahlen.

Service ist im Zuge der Digitalisierung sehr ins Hintertreffen geraten. Können Unternehmen damit wieder punkten?

Wachstum kann nur mit gutem Service und Support gelingen. Gerade in der Service-Wüste Deutschland sind an dieser Hürde schon einige gescheitert. Wenn dieser Bereich nicht gut ist, hat man einen schweren Stand. Zu Service gehört nicht nur das Technische, sondern auch ganz simple Dinge. Zum Beispiel, dass der Kunde einfach mal wieder vom Unternehmen hört,

einen Geburtstagsgruß, eine Kundenzeitung oder auch mal ein kleines Geschenk erhält.

Was würden Sie Startups raten? Ist ein klassischer Vertrieb wichtig?

Das lässt sich nicht pauschalisieren. Ich kann nur für mich sprechen. Es ist wichtig, in einem 100-Prozent-Markt zu agieren, ein Produkt oder eine Dienstleistung anzubieten, die jeder braucht. Sonst beschneidet man sich selbst direkt von Anfang an bei den Einkommensmöglichkeiten. Es muss ein Produkt mit Aha-Effekten sein, das den Wunsch nach „Will ich haben“ auslöst und sich somit von selbst verkauft. Ein Nachfolgegeschäft ist ebenfalls wichtig, um auch für die Zukunft ein passives Einkommen an den einmal gewonnenen Kunden generieren zu können. Ansonsten hat man viel Mühe in einen Kunden investiert, den man dann nie wieder sieht. Zudem ist es wichtig, dass man seinen eigenen Lebensunterhalt, seine Fixkosten, jeden Monat selbst damit erwirtschaften kann. Sprich, beim Start ist dafür zu sorgen, so viel Eigenumsatz zu generieren, dass die Fixkosten gedeckt sind, ohne einen einzigen Mitarbeiter zu benötigen. Nach diesen Kriterien habe ich stets meine Karriere, meine Unternehmen in der Selbstständigkeit geplant und erfolgreich umgesetzt.

»Der Direktvertrieb ist der kürzeste Weg des Produkts zum Kunden. Bei anderen Handelsstrukturen sind die Preise meist die gleichen, nur anders verteilt und es wird viel Geld für Marketing ausgegeben.«

– Günter Brandl



DIE MACHT DER ZIELGRUPPE

»EIN LÖWE FRISST
KEINE MÖHREN.«



Die Definition Ihrer Zielgruppe ist eine der Hauptaufgaben in Ihrem Businessplan. Alle Marketingaktivitäten bauen später darauf auf. Eine gute Idee zu haben ist toll, die zentrale Frage ist, wer Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung in Zukunft kauft. Wer hat Bedarf? Das Wissen, WER Ihre Zielgruppe ist und WO Sie diese finden, entscheidet über Kauf und Nichtkauf. Kurz: Wie gut Sie Ihre Zielgruppe kennen, hat entscheidenden Einfluß auf Ihren Erfolg.

Wer ist meine Zielgruppe?

Was vor Jahren auf eine einfache Weise ausgewertet und definiert wurde, ist heute in unserer hoch individualisierten Gesellschaft zum Problem bzw. zu einer komplexen Herausforderung geworden: Menschen nach Gemeinsamkeiten und statistischen Attributen in feste Zielgruppen zu bringen. Seine Zielgruppe entsprechend detailliert und vollständig zu definieren ist

deswegen so schwierig, weil sich Menschen heutzutage nicht mehr derartig eindimensional clustern lassen. Viel mehr konzentriert man sich im Marketing auf die Meet-Points, also in welchen Kommunikationskanälen trifft man die vermeintliche Zielgruppe an.

Unberechenbare Individualität.

Auf der einen Seite ist man heute durch modernste Tools und Algorithmen in der Lage, seine Zielgruppe genau zu durchleuchten. Auf der anderen Seite unterliegen diese Auswertungen starken Schwankungen. Es sind nicht nur die Märkte, die Dynamiken unterliegen, sondern auch die Bedürfnisse und Interessen von Menschen unterliegen einem ständigen Wandel. Wurden vor Jahren Zielgruppen-Analysen alle paar Jahre gemacht, sind Unternehmen heute gut beraten, diese Tests 1 bis 2-mal im Jahr zu machen. Mit dem Ergebnis der „fragmentierten“ Zielgruppen.

Das Internet und die anhaltende Vernetzung unserer Gesellschaft verleihen uns einen beachtlichen Zuwachs an Autonomie. Unsere Gesellschaft differenziert sich in unzählige Special-Interest-Gruppen und offenbart dabei ein augenscheinlich paradoxes

Phänomen: Wir streben nach Individualität und suchen doch die Gemeinschaft.

Fakt ist, noch nie konnten Unternehmen ihren Kunden so nah sein: 24/7 und 365 Tage im Jahr. Mehr Zielgruppe geht nicht.

Let's talk „Zielgruppe“.

Die Zielgruppe zu definieren ist das eine, die Zielgruppe zu überzeugen und zur aktiven Kaufentscheidung zu bewegen, ist der

nächste essentielle Schritt. Damit Ihre Zielgruppe sich letzten Endes für Sie und Ihr Produkt entscheidet, müssen Sie diese also besonders gut kennen. Denken Sie daran, dass Zielgruppen keine Marketingobjekte sind, sondern echte Menschen mit echten Bedürfnissen. Erforschen Sie die Bedürfnisse derer, die Sie erreichen wollen, um Ihr Produkt überhaupt zum Bedarf bringen zu können. Untersuchen Sie, wo messbarer Nutzen gestiftet werden

kann, der für Ihre Zielgruppe relevant ist. Karotten mögen zwar gesund und nahrhaft sein, trotzdem wird sich kein Löwe nach ihnen auf die Jagd machen.

Think smart. Think human.

Unternehmen müssen sich wieder darauf besinnen und verstehen, was uns Menschen eigentlich ausmacht: Was motiviert und begeistert uns Menschen? Wie bauen Sie Beziehungen zu Menschen auf, die selbstbestimmt mit ihren Emotionen umgehen? Diese Frage kann nur auf Grundlage gemeinsamer Werte und wechselseitigen Vertrauens beantwortet werden. Das Ergebnis: Loyale Kunden und Markenbotschafter.

Sie haben eine sinnvolle Strategie und wertvolle Inhalte? Jetzt benötigen Sie nur noch das Vertrauen Ihrer Zielgruppe. Um dieses zu gewinnen, müssen Sie Ihre Zielgruppe gut kennen und gleichermaßen signalisieren, dass Sie sie auch ernst nehmen. Nur wer ein offenes Ohr für sein Publikum hat und auf sein Anliegen mit messbaren Mehrwerten reagiert, schafft positive Markenerlebnisse und fördert nachhaltig das Vertrauen zum eigenen Unternehmen.

Die Königsdisziplin: Erhöhung der Reichweite bedeutet Kundengewinnung für morgen.

Das Ziel: Zielgruppen-Bindung durch emotionale Souveränität. In unserer durchrationalisierten Wirtschaft spielen Emotionen eine besonders wichtige Rolle. Als wichtigster Treiber unseres menschlichen Handelns beeinflussen sie unsere Kaufentscheidungen hochgradig.

Die wenigsten Unternehmen haben es verstanden – die Verkäufermärkte sind zu Käufermärkten geworden. Fakt ist, dass in einem immer härter umkämpften Markt mit Preis- und Produktgleichheit das Image einer Marke, eines Unternehmens, aber auch von Menschen immer mehr zur alles entscheidenden Wirtschaftskraft wird. Das heißt im Klartext, dass Konsumenten immer weniger das Produkt als vielmehr das Gefühl kaufen, das a) beim Kauf entsteht oder b) durch das Produkt erworben wird. Die meisten Unternehmen denken von Ihrem Produkt aus und haben wenig Verständnis für Ihre Zielgruppe. Manche mögen hier vehement widersprechen, ignorieren dabei aber die Realität, dass Märkte stets in Bewegung sind und sich neu sortieren – und wo Märkte sich verändern, tun es auch ihre Zielgruppen.



Nadine Dlouhy ist Top-Expertin für strategische Markenentwicklung & Positionierung, führt seit 20 Jahren die BrandLite GmbH und begleitet 46 Unternehmen in 35 Ländern. Sie ist Mit-Autorin von „Erfolg geht anders“ sowie Dozentin an der Hochschule Fresenius University of Applied Science für „Digitale Innovation“, „Strategisches Management“, „Media-Management“, Schwerpunkt Automotive und Mobility.

Auf den Fokus kommt's an

Herr Esteban, heute gilt Multi-Tasking fast schon als Voraussetzung für Manager. Sie behaupten, das ist nicht produktiv?

Multi-Tasking funktioniert nur mit Qualitätseinbußen. Das ist in Ordnung bei unwichtigen Themen. Sobald Manager sich für ein Ziel entscheiden und ihre Teams darauf fokussieren – also wenn alle Pfeile in eine Richtung zeigen – dann erst kann wirklich Großes entstehen. Im Grunde genommen wissen wir das als Menschen und Manager bereits. Dennoch wird Multi-Tasking oder hektische Betriebsamkeit am Arbeitsplatz zu häufig als Qualitätsmerkmal gesehen. Sobald Sie sich die Top-Executives in den Unternehmen anschauen, stellen Sie fest: Da wird mehr auf Fokus und die Konzentration der Kräfte Wert gelegt. Ein chinesisches Sprichwort meint dazu: Wer versucht zwei Hasen zu fangen, kriegt keinen.

Trotzdem prasseln täglich unzählige Anfragen, Aufgaben und Nachrichten auf uns ein. Wie behält man den Fokus?

Diesen Trend kann sicherlich jeder an sich selber feststellen: Es wird jeden Tag mehr. Sie können kleine pragmatische Hilfen starten: Benachrichtigungen auf dem Smartphone auf ein Minimum setzen, „Focus-Sessions“ für sich selbst im Kalender blocken und mal nicht erreichbar sein und jeden Morgen 30 Minuten Zeit nehmen für die Planung des Tages. Immer mit dem Blick darauf, was heute hilft dem einen, großen Ziel näher zu kommen. Das bringt bereits etwas. Diese Informationsflut, die auf uns täglich

»Wer versucht zwei Hasen zu fangen, kriegt keinen.« – Chinesisches Sprichwort



René Esteban ist Fokus-Botschafter. Er tritt als Speaker und Berater zum Thema „Ziele erreichen“ auf und hat das Buch „Do Epic Stuff“ geschrieben.

einbricht, ist vergleichbar mit einer großen Ozean-Welle. Sie kommt täglich, sie kommt stetig. Daran werden Sie in Zukunft auch nichts ändern können. Sie können auch nicht mit der Welle diskutieren, jetzt still zu sein. Es bringt auch nichts, sich darüber zu ärgern. Wir können die Informationswellen nicht ändern, wir können allerdings unsere Haltung gegenüber diesen Informationswellen ändern. Ich „muss“ nicht auf alles reagieren. Wir können selbst entscheiden, was jetzt wirklich wichtig ist. Stellen Sie sich einen Tag vor, an dem Sie und Ihre Teams ausnahmslos auf ein Ziel fokussiert sind. Mit was für einem Gefühl werden Sie und Ihre Teams wohl abends nach Hause gehen?

Man spricht vom „nächsten großen Ding“, wenn es um Unternehmenserfolg geht. Sie sagen aber, auf die kleinen Schritte kommt es an. Wie passt das zusammen?

Tatsächlich funktioniert es nur in kleinen Schritten. Von außen betrachtet sehen wir täglich unzählige Erfolge von anderen und denken uns vielleicht „Wahnsinn!“. Allerdings sind diese Erfolge doch nur das Resultat von langen Arbeitstagen, vielen Fehlversuchen, Hinfällen und wieder aufstehen. Das wird allerdings selten bei Erfolgsmeldungen berichtet. Nehmen Sie sich die Zeit und studieren Sie einen dieser „großen Erfolge“. Seit über 20 Jahren beschäftige ich mich mit den Themen „Wie man große Ziele erreicht“ und wie Erfolg funktioniert. Die Quintessenz? Fokussieren Sie sich zuerst was Sie wollen, dann richten Sie ihre komplette Energie dar-



auf. Jeden Tag. Jeden einzelnen Tag. Bis Sie es geschafft haben. Das sind die kleinen Schritte zum nächsten großen Ding.

Ihr neues Buch heißt „Do Epic Stuff“. Was halten Sie für episch?

Wie viele Projekte gibt es in Großunternehmen und wie viele davon werden überhaupt erst bekannt und bewirken wirklich etwas? Diese Zahl liegt womöglich im Promille-Bereich. Das Buch „Do Epic Stuff“ ist ein Beitrag dazu, mehr zu bewirken und zu erklären, wie das konkret funktioniert. Epic Stuff in diesem Kontext bedeutet nicht ein Standard-Projekt zum Erfolg geführt zu haben. Epic Stuff bedeutet, große und bedeutsame Ziele erreicht zu haben. So groß, dass das Unternehmen sich ernsthaft überlegt, Ihnen eine Auszeichnung für Ihre Zielerreichung zu verleihen. Etwas worüber fast das ganze Unternehmen spricht, nachhaltig.

Welche Punkte sollte sich ein Startup-CEO von einem Dax-Manager abschauen? Und was nicht?

Ein Startup-CEO sollte bei Entscheidungen mit der Gelassenheit eines Dax-Managers vorgehen. Eine falsche Entscheidung kann einen Startup-CEO viel eher in den Ruin führen, als die eines Dax-Managers. Sich darüber Gedanken zu machen, was alles schief

gehen kann, hilft dem Startup-CEO allerdings nicht. Im gleichen Atemzug allerdings, hilft es nicht sich überall abzusichern – da sollte der Startup-CEO besser die Geschwindigkeit beibehalten. Zu starkes Absichern ist kontraproduktiv. Und wenn ein Fehler

gemacht wird, dann wird er eben berichtet. Menschen sind erfolgreich, sobald sie mutig sind und dabei bleiben, auch Fehler zu machen. Mit allen Konsequenzen. Das ist für einen Startup-CEO leichter

und schwerer zugleich. Leichter bei der Entscheidung, schwerer bei den Konsequenzen verglichen mit einem Dax Manager. Schauen wir uns die andere Seite an: Was sollte sich ein Dax-Manager von einem Startup-CEO abschauen? Den Drive. Die bedingungslose Motivation und der Glaube an seine Sache, sein Produkt. Diese absolute Hingabe zum eigenen Thema oder Auftrag, das sollten sich Dax-Manager von Startup-CEOs abschauen. Sie wären erstaunt, wie viel leichter es wird große Ziele zu erreichen.

Man sagt „erst die Arbeit, dann das Vergnügen“. In Ihrem Buch drehen Sie den Spieß um. Die Belohnung an den Anfang setzen. Funktioniert das?

Was wäre, wenn die Arbeit das Vergnügen bereits ist? Was wäre, wenn Arbeit auf einmal eine selbstbelohnende Handlung

ist? Und was wäre, wenn genau dieses Gefühl bei allen Projekt-Mitarbeitenden entsteht? Das wäre großartig. Und dann kann auch Großartiges entstehen. Bauen Sie eine eigene Kultur auf. Eine Kultur, bei der Außenstehende sich wünschen, bei Ihrem Projekt dabei sein zu dürfen. Wertschätzen Sie gute Arbeit, verdoppeln Sie die Fehlerrate im Team. Stehen Sie immer wieder auf

»Feiern Sie nicht nur Erfolge, sondern auch einfach mal so. Es geht hier nicht um Konditionierung: Wenn Erfolg, dann Feiern. Es geht hier darum die Welt zu verändern.«

und lernen Sie davon. Feiern Sie nicht nur Erfolge, sondern auch einfach mal so. Es geht hier nicht um Konditionierung: Wenn Erfolg, dann Feiern. Es geht hier darum die Welt zu verändern. Und wenn das doch etwas zu groß ist: Dann fangen Sie im eigenen Unternehmen an.

FOUNDERS DESK

Die Schreibtische der Gründer

PATRICK GREINER: aufgeräumt und zielstrebig

Der Honorar-Finanzberater und Buchautor geht geordnet vor – der Kugelschreiber darf nicht fehlen!



Bild: Privat

Für Patrick Greiner sind Ordnung und große Ablageflächen das A und O. Er muss den Überblick über den Finanzstatus seiner Kunden behalten und möchte Ihnen die bestmögliche Beratung zukommen lassen – nur so ist er so erfolgreich geworden. Damit er seine Ziele nicht aus den Augen verliert und den Fortschritt seiner Erfolge auch entsprechend überwachen kann, führt er täglich ein Erfolgsjournal. In dieses trägt er größere und kleinere Ziele ein sowie seine To-Do's für den Tag. Außerdem nutzt er für seine tägliche Arbeit mehrere Arbeitsmittel: Den Laptop, PC und sein Handy. Sie gehören für ihn genauso dazu wie sein Erfolgsjournal. Neben seiner Zielstrebigkeit und Ausdauer legt Patrick Greiner aber auch viel Wert auf genügend erholsame Pausen in seinem Arbeitsalltag. Dazu liest er gerne in seinem aktuell beliebten Buch – und das mindestens 45 Minuten täglich! Ein weiteres Arbeitsutensil, das auf keinen Fall bei ihm fehlen darf ist sein exklusiver Kugelschreiber. Mit diesem unterzeichnet er wichtige Verträge und Kooperationen. Einen ganz besonderen Wert hat dieser Kugelschreiber, weil er ihn von seiner Frau geschenkt bekommen hat. So kann Si immer ein Teil seiner Arbeit sein.

Businesskonten



Kostenfreies Businesskonto für Gründer eröffnen? So klappt es!

Wenn du ein kleines Unternehmen führst, ist ein Bankkonto keine Option, sondern eine Voraussetzung. Jedes Unternehmen sollte über ein eigenes Girokonto und möglicherweise über Spar-, Kreditkarten- und andere Konten verfügen. Gerade Gründer stehen vor der erstmaligen Aufgabe, dass für sie passende Angebot zu finden und fühlen sich angesichts der großen Auswahl zunächst überfordert. Dieser Artikel kann dir dabei helfen, die richtigen Ansatzpunkte festzulegen, um...

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

Baulig Consulting GmbH



Koblenzer Unternehmensberatung berichtet Rekordjahr

Koblenzer Unternehmensberatung erstmals mit achtstelligem Jahresumsatz – Geschäftsführer Markus Baulig: „Wir haben unser Ziel klar erreicht“ Das Beratungsunternehmen Baulig Consulting GmbH hat das abgelaufene Geschäftsjahr 2019 mit 15,5 Millionen Euro Netto-Auftragsvolumen abgeschlossen. Das gab Geschäftsführer Markus Baulig am 6. Januar bekannt. Davon entfielen 12,2 Millionen Euro auf...

Den ganzen Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

DSGVO



DSGVO: Behörde kann Facebook-Seiten verbieten

Bereits im September letzten Jahres urteilte das Bundesverwaltungsgericht, dass Betreiber einer Fanpage (im vorliegenden Fall eine Facebook Fanpage) mit Haftbar für die Datennutzung durch Facebook sind. Im Klartext: Wer eine Seite für sein Unternehmen auf Facebook betreibt, handelt ebenso, als würde er eine Website betreiben und Daten sammeln. Nur das in diesem Fall nicht der Betreiber die Daten sammelt, sondern Facebook. Trotzdem ist der Betreiber...

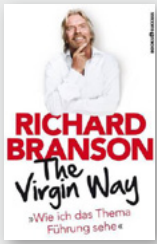
Den ganzen Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Bilder: Baulig Consulting, Depositphotos/cozyajamaka

Buchtipps

The Virgin Way

In über 40 Jahren als Geschäftsmann hat sich Richard Branson vor keiner Herausforderung gedrückt und es zum Ritter und Milliardär gebracht. In seinem neuen Buch gewährt er dem Leser Einblicke in seinen Führungsstil. Der ist wie er selbst: hemsärmelig und ganz anders als erwartet. Spaß, Familie, Begeisterung und die aussterbende Kunst des Zuhörens sind Schlüsselkomponenten dessen, was Bransons Mitarbeiter mit einem Lächeln immer als „The Virgin Way“ beschreiben.



Dein Grundrecht auf Reichtum



Mit seinem Millionenbestseller Think and Grow Rich schuf Napoleon Hill einen bahnbrechenden Wegweiser auf dem Weg zum Reichtum. Sein Grundsatz: Jeder hat das Recht auf Reichtum. Reich zu sein beschränkt

sich dabei nicht auf Geld und Ruhm oder nur das Materielle. Sie verdienen es, in jeder Hinsicht reich zu sein – persönlich, geistig und finanziell. In Dein Grundrecht auf Reichtum ist die Erfolgsphilosophie aus den wichtigsten und bedeutendsten Reden von Napoleon Hill nun erstmals in schriftlicher Form zusammengefasst.

Das kleine Handbuch des Stoizismus

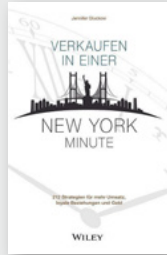


Oft werden wir im Alltagsstress von Gefühlen übermannt und wissen nicht, wie wir mit unseren Ängsten umgehen oder unsere innere Stärke wiederfinden können. Hier kann die stoische Philosophie eine große Hilfe sein. Schon in der

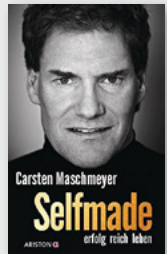
Antike war sie eine der erfolgreichsten lebensphilosophischen Schulen. Um 300 v. Chr. von Zenon von Kition gegründet und von großen Denkern wie Seneca, Mark Aurel und Epiktet vertreten, ist sie bis heute unschlagbar in ihrer stringenten Art, Gelassenheit gegenüber den Untiefen des Lebens zu vermitteln. Dieses Handbuch stellt die wesentlichen Lehrsätze der maßgeblichen Philosophen vor. Der Schwerpunkt liegt auf der praktischen Nutzenwendung der Prinzipien des Stoizismus. Jonas Salzgeber zeigt, wie sie sich auf das eigene Leben übertragen lassen.

Verkaufen in einer New York Minute

New York: Kaum eine Stadt wird mit so vielen Attributen versehen, wie diese. New York – das heißt Hektik, Stress, Druck, aber auch Erfolg, für all diejenigen, die den besonderen Bedingungen dieser Stadt gewachsen sind. Jennifer Gluckow hat es geschafft. Und zwar im Verkauf: „Wenn du den Verkauf in New York schaffst, kannst du den Verkauf überall schaffen.“ Sie nennt den besonderen Moment, in dem sich alles entscheidet, eine New York Minute. Jennifer Gluckow definiert sie als „schnell, klar, direkt und erfolgreich“.



Selfmade



Jeder hat das Recht auf Erfolg! Was er geschafft hat, davon träumen viele: Carsten Maschmeyer ist im wahrsten Sinne des Wortes ein Selfmademan und zählt zu den erfolgreichsten und faszinierendsten Unternehmern Deutschlands. Sein Erfolgsgeheimnis? Dass es kein Geheimnis gibt, denn seine bestechende These lautet: Erfolg ist machbar, wenn man nur weiß, wie. Eindrucksvoll beschreibt er anhand seiner eigenen Geschichte die besten Strategien, Schritt für Schritt zum Erfolg zu kommen, sei es finanziell, beruflich oder privat. Ein sehr persönliches Buch voll spannender Erkenntnisse, die vor allem eines zeigen: In jedem steckt Erfolg und alles ist möglich!

Unangreifbar

Mit seinem New York Times-Bestseller »Money: Die 7 einfachen Schritte zur finanziellen Freiheit« hat Tony Robbins Geschichte geschrieben. Mit »UNANGREIFBAR« kehrt er mit einer Anleitung zurück, die es jedem ermöglicht, endlich selbst finanzielle Freiheit zu erreichen.



Egal welches Einkommen, Alter oder Lebenssituation, in »UNANGREIFBAR« gibt Tony Robbins dem Leser praktische Tools an die Hand, mit denen jeder seine finanziellen Ziele schneller erreichen kann. Tony Robbins hat bereits mehr als 50 Millionen Menschen aus mehr als 50 verschiedenen Ländern erfolgreich gecoacht. Für »UNANGREIFBAR« hat er sich mit Peter Mallouk zusammengetan.

Story



Fahrrad-Leasing für Angestellte

Das Rad neu erfunden

Wie bekommt ein Arbeitgeber seine Angestellten in Bewegung? Indem er ihnen Fahrradleasing anbietet. Das hat mehrere Vorteile: Wer mit dem Fahrrad zur Arbeit kommt – und das ist derzeit etwa jeder zehnte Arbeitnehmer – ist seltener krank. Die die Bewegung an der frischen Luft weckt morgens auf und hilft nach Arbeitsende Stress abzubauen. Daneben wird die Umwelt geschont und die Rushhour-Staus sowie der Firmenparkplatz um einige platzintensive Vehikel erleichtert. Zuletzt ist ein solches Bonbon des Arbeitgebers an seinen Arbeitnehmer aber auch ein gehöriger Motivationsbooster.

Strampelnde Mitarbeiter sind 1,4 Tage im Jahr weniger krank, kommen schon ausgeglichener in der Arbeit an und sind belastbarer und produktiver als autofahrende Kollegen, die zwar schick gestriegelt ankommen, aber oft vom Verkehr schon gehörig Stress mit in den Betrieb tragen. Benutzer der öffentlichen Verkehrsmittel hingegen sammeln sich dort von den Mitreisenden sämtliche Keime auf, kultivieren sie an kalt-zugigen Haltestellen und bringen sie dann zur großzügigen Weiterverteilung mit in die Firma. Also lieber auf den Drahtesel setzen – mit e-Unterstützung sogar bei Stecken bis 30 km einfach interessant. Aber auch aus finanzieller Sicht ist das Velo interessant und zwar sowohl für Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer.

Die Vorteile eines Dienstrads

Arbeitgeber können ihren Arbeitnehmern ein Fahrrad (mit-)finanzieren. Steuerlich ist ein Dienstfahrrad übrigens dem Dienstauto gleichgestellt. Mit der Änderung des Einkommenssteuergesetzes...

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