

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 15

LEISTUNGS-
GLÜCK

+ Wissen
HYBRIDE
ZUKUNFT



**JUDITH
WILLIAMS**

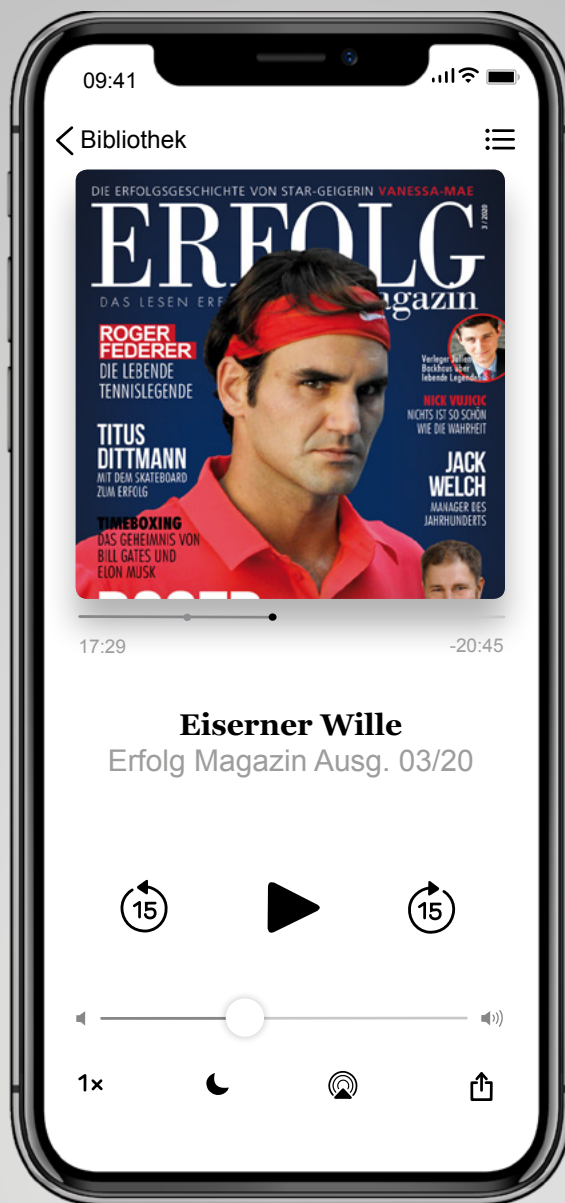
Erfolg ist
weiblich!

André May

**DER
KEYNOTE
SPEAKER**

**VON LAST
ZU LUST**





ERFOLG GIBT'S NICHT UMSONST. ABER ZUM HÖREN

**Das komplette Magazin
jetzt als Audiobook
downloaden!**

Bilder: Depositphotos/blackzheep



Julien Backhaus
Verleger und
Herausgeber



Bild: Oliver Reetz

Editorial

Was würde ein Top-Speaker sagen? André May über das Geschäft mit den Worten

Die Unternehmenswelt wird zunehmend von Keynote Speakern geprägt. Das sind Experten, die auf den Punkt innerhalb einer Rede den Zuhörern sowohl Informationen als auch Impulse vermitteln. Unternehmen buchen sie oft zu Kick-Off-Events. Hier geht es keineswegs nur um Unterhaltung, sondern auch darum, die Zuhörer zu motivieren und zu neuen Höchstleistungen anzuspornen.

Einer, der das perfekt beherrscht, ist André May. Er hat es geschafft, innerhalb weniger Jahre zu einem der meist gebuchten Speaker zu werden. Rund 100.000 Zuhörer hat er in den letzten Jahren begeistert. Auch vor einer ausgebuchten Olympiahalle in München hat er schon performt. Seinen Namen verbinden die Deutschen mittlerweile mit Verkauf und Motivation. Wir wollten von diesem Top-Speaker wissen, wie das Geschäft hinter den Kulissen aussieht und was es

braucht, um in diesem Metier an die Spitze zu kommen. Er hat uns sogar Tricks verraten, wie auch ein Neuling mit ein wenig Übung eine flammende Rede halten kann.

Nicht erst seit Präsentationen wie die von Apple-Gründer Steve Jobs wissen wir, dass das Reden vor Publikum zum Unternehmerleben dazu gehört und von entscheidender Bedeutung für den Markenerfolg sein kann. Darum tun auch unerfahrene Unternehmer gut daran, sich mit diesem Thema zu beschäftigen. Aber im Zweifel halt man dann André May.

Viel Vergnügen wünscht
Julien Backhaus
Verleger

Impressum

Founders Magazin

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

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

Onlineredaktion
verwaltung@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

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

Anschrift:

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

Alle Rechte vorbehalten

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

Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne Genehmigung.

INHALT

NR. 15

ERFOLG

6 Top-Speaker André May
erklärt, wie die Speakerwelt funktioniert

LEBEN

24 EGO
Buchauszug aus Julien Backhaus
„EGO – Warum Gewinner gute Ego-
isten sind“

30 Zukunftsmut entwickeln
Carl Naughton

WISSEN

12 Hybride Zukunft
Martin Limbeck

14 Begrenze deinen Input
Buchauszug aus Ryan Holidays
„In der Stille liegt dein Weg“

28 Von Last zu Lust
Boris Grundl



»Autorität kommt von Autor. Autor zu sein ist ein ‚kleiner Ritterschlag‘. Wenn du Autor bist, öffnen sich viele Türen für dich. Dein Experten-Status wird unterstrichen und in der Regel steigt auch dein Speaker-Honorar.«

André May **Seite 6**
ist der Top-Keynote-Speaker, wenn es um Verkauf und Motivation geht. Er hat seine Erfahrungen gesammelt, indem er sich bis zum Management eines DAX 30-Konzerns hochgearbeitet hat. Er ist mehrfacher Buchautor und hat bereits in rund 1000 Vorträgen vor insgesamt über 100.000 Menschen gesprochen.



Michael Jordan
Kompromisslos
Seite 10

STORY

19 Halb Argentinier, halb Deutscher, der aufs Ganze geht.

Marcelo Karius

22 Deutschlands jüngster Gründer

Amir Gdamsi

27 »Wir wissen genau, wie Amazon tickt«

Maurice Glissmann und Daniel Vogler

EINSTELLUNG

10 Kompromisslos: So denken Cleaner

Buchauszug aus Tim S. Grovers „Kompromisslos“

16 Erfolg ist weiblich!

Marina Friess-Henze

20 Overworked and underfucked

Gabriel Schandl

BUCHTIPPS

Alle Seite 33

33 Erfolgsprinzipien der Innovation

Oliver Gassmann & Sascha Friesike

Das Charisma-Geheimnis

Olivia Fox Cabane

Management: Die Top-Tools der Besten

Frank Arnold

Tipping Point: Wie kleine Dinge Großes bewirken können

Malcolm Gladwell

Seelengevögelt: Manifest für das Leben

Veit Lindau

Storytelling in sozialen Medien: So landen Unternehmen im Kampf um Kunden gezielte Treffer

Gary Vaynerchuk

FOUNDERS DESK


32 Dirk Kreuter

So arbeitet Europas erfolgreichster Verkaufstrainer



Judith Willia Seite 16

ist Unternehmerin, Ehefrau und Mutter und wurde durch die TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“ noch bekannter.



»Wem es ernst ist und wer bereit ist, das Business von der Pike auf zu lernen und es vor allen Dingen nachher mit Leidenschaft zu betreiben, der wird am Ende auch wirklich erfolgreich sein.«

Top-Speaker André May erklärt, wie die Speaker-Welt funktioniert

André May im Interview über die besten Tipps und Tricks für Keynote-Speaker

Herr May, jeder möchte heute Keynote Speaker sein. Auf der Bühne stehen, ein bisschen für Unterhaltung und Wissensvermittlung sorgen und am Ende ein fettes Honorar einstreichen. Warum bleibt es aber für die meisten ein Traum? Die Realität sieht anders aus, oder?

Es ist wie in vielen anderen Bereichen auch. Viele wollen etwas sein aber nur wenige sind bereit, etwas zu werden. Wem es ernst ist und wer bereit ist, das Business von der Pike auf zu lernen und es vor allen Dingen nachher mit Leidenschaft zu betreiben, der wird am Ende auch wirklich erfolgreich sein. Und natürlich ist das Honorar ein wichtiger Punkt. Es darf aber

nicht im Mittelpunkt stehen. Im Mittelpunkt steht der Kunde und das Publikum. Wenn das am Ende begeistert ist und die Ziele des Kunden erfüllt sind, regelt sich das mit dem Honorar von ganz alleine. Und noch etwas: Begeisterte Kunden empfehlen dich dann auch weiter und dadurch baut sich eine wirklich wichtige Empfehlungskette auf.

Sie stehen seit vielen Jahren auf den größten Bühnen Deutschlands und leben diesen Traum. In ihrer Speaker-Bilanz, die man öffentlich einsehen kann, stehen fast 1000 Vorträge mit rund 100.000 Zuhörern. Was war dafür nötig?

Die Grundvoraussetzung für Erfolg im Speaking Business ist, dass du dein Thema hast und dass du in diesem Thema absoluter Experte bist. Das gilt natürlich auch für Trainer, Coaches und Berater. Niemand am Markt zahlt Geld für einen Keynote-Speaker, der ein gesundes Halbwissen hat oder einfach nur rumlabert. Bei mir war es so, dass ich mich bereits als 20-jähriger nach meiner Bankausbildung im Verkauf selbstständig gemacht habe und mich danach in das Vertriebsmanagement eines DAX-30 Konzerns hochgearbeitet habe. Meine Stärke war es immer, Verkäufer erfolgreich zu machen und große Menschengruppen so zu motivieren, dass sie nachher begeistert den Raum verlassen haben und ganz wichtig – das mit einer Nachhaltigkeit. Als ich dann vor vielen Jahren meine Speaker-Tätigkeit begonnen habe, war für mich ein Grundsatz ganz wichtig:

Sprechen, sprechen, sprechen. Für mich war am Anfang nicht wichtig, ob ich für meine Vorträge Honorar erhalte. Für mich war am Anfang wichtig, dass ich vor Publikum

»Eine klare Positionierung ist ein wichtiger Schlüssel, um erfolgreich am Markt wahrgenommen zu werden. Wofür stehe ich als Speaker und wofür stehe ich nicht? [...] Wenn ich am Markt mit meinen Themen zu erkennen bin, werde ich am Markt als absoluter Experte wahrgenommen.«

sprechen konnte. Practice makes you perfect! Finde zwei Dinge für dich heraus – Erstens: Wie fühle ich mich eigentlich vor einem Publikum? Was macht das mit mir? Und der zweite Punkt ist: Wie findet es eigentlich das Publikum, dass ich hier vorne stehe?

Sie haben sich ganz klar mit den Themen Verkauf und Motivation positioniert. Ein sehr umkämpftes Feld. Wie wichtig ist eine klare Positionierung?

Eine klare Positionierung ist ein wichtiger Schlüssel, um erfolgreich am Markt wahrgenommen zu werden. Wofür stehe ich als Speaker und wofür stehe ich nicht? Viele

Trainer, Coaches und Speaker haben Sorge, sich eng zu positionieren, sich also auf ein Thema zu spezialisieren. Sie glauben, dass sie dadurch weniger Geschäft machen. Es ist aber genau anders herum. Wenn ich am Markt mit meinen Themen zu erkennen bin, werde ich am Markt als absoluter Experte wahrgenommen. Damit stoße ich ein sogenanntes Sog-Marketing an. Die Kunden kommen dann auf mich zu. Zu vergleichen ist die Situation mit einem Facharzt. Wenn du eine

äußerst komplizierte Knie-OP vor dir hast, wirst du wahrscheinlich nicht zu einem Allgemeinarzt gehen, sondern zu einem Spezialisten. Spezialisten-Honorare sind in der Regel höher als die von allgemeinen Ärzten. Und genauso ist es im Speaking Business. Wenn du für ein Thema stehst und dort eine Koryphäe bist, werden dir die Kunden höhere Honorare zahlen.

Die Mehrzahl der Keynote Speaker wird kein zweites Mal gebucht, weil keine nachhaltigen Ergebnisse bei den Mannschaften erkennbar sind. Ist es überhaupt möglich, messbare Ergebnisse als Redner zu produzieren?

Egal ob ich als Trainer oder Keynote Speaker gebucht bin. Das Thema Nachhaltigkeit hat für mich mit die oberste Priorität. Im Vorfeld bespreche ich mit dem Kunden, worauf es im Besonderen ankommt und was das Ziel der Veranstaltung ist. Dementsprechend bereite ich mich dann vor. Für mich war die Rede dann erfolgreich, wenn die Menschen möglichst viele Impulse mitnehmen und die Dinge in ihrem täglichen Tun umsetzen können. Mein Ziel als Keynote Speaker ist, dass die Ziele des Auftraggebers übererfüllt werden und das Publikum begeistert nach Hause geht. Und wenn dies der Fall ist, steht einer Nachbuchung nichts im Wege, Voraussetzung ist, dass ich einen exzellenten zweiten, respektive dritten Vortrag in petto habe.



André May erklärt die zehn wichtigsten Punkte, um als Speaker richtig durchzustarten



André May ist der Top-Keynote-Speaker, wenn es um Verkauf und Motivation geht. Er hat seine Erfahrungen gesammelt, indem er sich bis zum Management eines DAX 30-Konzerns hochgearbeitet hat. Er ist mehrfacher Buchautor und hat bereits in rund 1000 Vorträgen vor insgesamt über 100.000 Menschen gesprochen.

1. Suche dir einen Mentor. Ein Mentor ist dort, wo du hin willst. Ein Mentor wird dir helfen, den Weg zum Erfolg abzukürzen. Man muss nicht jeden Fehler selber gemacht haben. Und Natürlich wird sich der Mentor fragen, was kann eigentlich der Mentee für mich tun? Hier brauchst du Antworten. Das heißt, beide müssen von diesem Verhältnis profitieren. Ich werde immer wieder gefragt: „Wie komme ich an einen Mentor?“ Meine Antwort: Mentor haben kommt übrigens von Mentor ansprechen.

2. Keine PowerPoint-Schlacht! Viele Speaker glauben, dass eine PowerPoint im wesentlichen dazu beiträgt, dass der Vortrag ein voller Erfolg wird. Dies ist ein Trugschluss, da mit jedem Power-

»Autorität kommt von Autor. Autor zu sein ist ein ‚kleiner Ritterschlag‘. Wenn du Autor bist, öffnen sich viele Türen für dich. Dein Experten-Status wird unterstrichen und in der Regel steigt auch dein Speaker-Honorar.«

Point-Slight die Aufmerksamkeit vom Speaker weggenommen wird und hin zur Folie geht. Die Energie geht ein klein wenig runter und deswegen ist Punkt 3 ebenfalls sehr wichtig.

3. Energy is the Key! Ein wichtiger, nein, ich würde sagen, einer der wichtigsten Punkte, wenn du auf die Bühne gehst, ist dein Energielevel. Hast du Power? Hast du Energie? Bist du in einem guten Zustand? All das wird dazu beitragen, dass die Teilnehmer dich als energetische Persönlichkeit wahrnehmen und sie werden es lieben, dir zuzuhören.

4. Wenn du noch am Anfang deiner Rednerkarriere stehst, empfehle ich dir: Sprechen, sprechen, sprechen. Egal ob der Vortrag bezahlt wird oder nicht. Versuche, möglichst häufig und viel vor Publikum zu sprechen. Dies ist aus zwei Gründen extrem wichtig: Der erste Grund ist natürlich, dass du Praxis bekommst, dass du sicherer und souveräner wirst. Der

zweite Punkt ist aber genauso wichtig, denn ein grundsätzliches Prinzip lautet: Bühne schafft Bühne. Im Publikum wird in der Regel immer jemand sitzen, der deinen Vortrag klasse fand und dich vielleicht für einen weiteren Auftritt buchen wird.

5. Schreibe ein Buch zu deinem Thema!

Autorität kommt von Autor. Autor zu sein ist ein „kleiner Ritterschlag“. Wenn du Autor bist, öffnen sich viele Türen für dich. Dein Experten-Status wird unterstrichen und in der Regel steigt auch dein Speaker-Honorar.

6. Beachte die 5 x A: Alles Anders Als Alle Anderen.

Wenn du es so machst wie alle, wirst du das bekommen, was alle bekommen. Du musst am Markt klar zu erkennen sein. Was ist dein Markenzeichen? Es gab mal einen Speaker, der trug, wann immer er auf der Bühne war, ein rotes Stirnband. Hatte er damit einen Wiedererkennungswert? JA!

7. Lerne, dich zu verkaufen!

Wir alle müssen uns ständig verkaufen. Im Job, bei der Partnersuche und eben auch, wenn wir unsere Dienstleistung (Keynote) an den Kunden bringen wollen. Zum Beispiel musst du genau wissen, wer deine Zielgruppe ist und wer über die Auswahl des Keynote Speakers entscheidet.

8. **Arbeite eine klare Positionierung aus!** Wofür stehst du? Wofür nicht? Der Kunde braucht ein glasklares Bild von dem, was du machst.

9. Sei authentisch:

Wenn du bei Wikipedia das Wort authentisch/Authentizität eingibst, steht dort: Echt im Sinne von „original“. Entwickle deinen eigenen Stil. Es ist immer schlecht, als Kopie wahrgenommen zu werden. Natürlich kann man sich an anderen Speakern orientieren und sogenanntes „Modelling of Excellence“ betreiben. Es ist aber ein No-Go, Geschichten von anderen Speakern zu übernehmen und diese als eigene Geschichte zu verkaufen.

10. **Website:** Du möchtest eine hochwertige Dienstleistung verkaufen und ein hohes Honorar in Rechnung stellen? Dann müssen deine Website, deine Bilder, deine Texte, dein Auftritt usw. „High end“ und absolut hochwertig sein. Deine Expertise muss klar zum Ausdruck kommen. Der Kunde muss sich nach dem Besuch deiner Website vorstellen können, dass er dich als Speaker buchen wird.

»Wenn du es so machst wie alle, wirst du das bekommen, was alle bekommen. Du musst am Markt klar zu erkennen sein. Was ist dein Markenzeichen?«



KOMPROMISSLOS: SO DENKEN CLEANER

Die Haltung eines Cleaners kann so formuliert werden: Ich habe alles im Griff. Er betritt einen Raum mit großem Selbstbewusstsein und verlässt ihn mit Ergebnissen. Ein Cleaner hat den Mut und die Vision, alles zu seinem Vorteil auszurichten. Man weiß nie, was er vorhat, aber man ahnt, dass er etwas ausbrütet. Man kann nur abwarten, ihn beobachten und ihm Respekt für seine Fähigkeit zollen, alles ohne lange Diskussionen oder Analysen zu regeln. Er weiß einfach, was zu tun ist.

Ein Cleaner zu sein, hat fast nichts mit Talent zu tun. Jeder ist auf irgendeine Art und Weise talentiert. Aber das führt nicht unbedingt zum Erfolg. Diejenigen, die Spitzenleistungen erreichen, verlassen sich nicht auf ihr Talent. Sie konzentrieren sich voll und ganz darauf, die Verantwortung und die Führung zu übernehmen, sei es im Sport, in der Familie, beim Führen eines Betriebs oder beim Fahren eines Busses. Sie entscheiden, wie der Job gemacht werden soll, und tun dann das, was nötig ist. Solche Menschen sind unglaublich antriebsstark und besitzen eine unvergleichliche Genialität. Sie erledigen einen Job nicht nur, sie erfinden ihn neu. Ich habe alles im Griff ist ihr Credo. Damit meine ich zum Beispiel auch den Kellner, der von jedem einzelnen Kunden weiß, was dieser gerne trinkt und wie er sein Steak mag. Jeder isst in so einem Restaurant gerne und gibt reichlich Trinkgeld, weil er den hervorragenden Service schätzt. Ich meine aber auch die Lehrerin, die so lange nicht aufgibt, bis alle Schüler den Stoff verstanden haben, oder den Sachbearbeiter, der weiß, was sein Chef braucht, noch bevor dieser es selbst weiß. Oder alle Eltern, die Überstunden machen, um Rechnungen zu bezahlen und ihre Kinder auf die Universität schicken zu können. Oder die Busfahrer, die jeden Morgen in ihren Bus steigen, alle Passagiere kennen, wissen, wo jeder ein- und aussteigt, immer freundlich lächeln,

aber denken: Das ist mein verdammter Bus und hier wird kein Unsinn gemacht. Hier ist und bleibt es sauber. Ich werde immer pünktlich sein und jeden, der mir blöd kommt, schmeiße ich raus.

Navy SEALs sind Cleaner. Sie verfolgen ihre Mission und nichts kann sie davon abhalten, sie zu erfüllen; sie wissen, was getan werden muss, und tun es einfach. Sie sind auf Erfolg getrimmt, feiern diesen aber nicht lange, weil es immer noch mehr zu tun gibt. Jeder Sieg ist lediglich ein Sprungbrett für die

»Wenn alles schief läuft und jeder panisch wird, bleibt ein Cleaner ruhig und unerschütterlich, cool und sicher.«

nächste Herausforderung, der sie sich stellen müssen. Der größte Teil der Arbeit geschieht hinter den Kulissen, ohne viel Tamtam. Cleaner legen keinen Wert auf Show. Ein echter Cleaner sagt einem nicht, was er vorhat oder plant. Das findet man erst am Schluss heraus. Und wenn man schließlich merkt, was er vollbracht hat, befasst er sich schon mit der nächsten Aufgabe. Warum nenne ich sie Cleaner? Weil sie für alles Verantwortung übernehmen. Wenn etwas schief läuft, geben sie nicht anderen die Schuld daran, denn Cleaner verlassen sich sowieso nie auf andere. Sie kehren einfach die Scherben zusammen und machen weiter. Denken Sie nur an einen Nachtwächter, der nachts ganz allein arbeitet. Er lenkt keine Aufmerksamkeit auf sich, niemand sieht, wie er arbeitet, niemand weiß, was er eigentlich tut, aber der Job wird immer erledigt. Er muss erledigt werden, damit andere wiederum ihre Jobs effizient ausüben können. So gesehen, ist er der mäch-

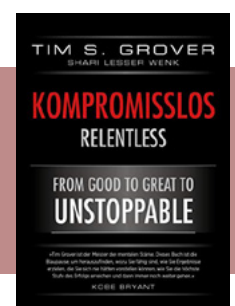
tigste Mann in einem Unternehmen. Er hat unbegrenzten Zugang zu allen Räumen, er weiß, wo sich alles befindet und wie alles funktioniert. Er besitzt einen Generalschlüssel für alle Türen und kann sich unbemerkt überallhin bewegen. Er weiß, was die anderen tun, und kennt alle schmutzigen kleinen Geheimnisse, zum Beispiel, wer am Vorabend nicht nach Hause gefahren ist, wer sich spät am Abend reingeschlichen hat, wer die leere Whiskyflasche unter dem Tisch liegen gelassen und wer Kondomverpackungen in den Mülleimer geworfen hat. Wenn es einen Notfall gibt, wird er gerufen.

Ein Cleaner wird nicht als Erster, sondern als Letzter ins Spiel gebracht, wenn sich abzeichnet, dass niemand sonst die Situation retten

kann. Er diskutiert nicht lange und bricht auch nicht in Panik aus.

Cleaner brechen auch Regeln, wenn nötig. Sie sind nur am Endergebnis interessiert. Wenn alles schief läuft und jeder panisch wird, bleibt ein Cleaner ruhig und unerschütterlich, cool und sicher. Er kennt keine Probleme, nur Situationen, die es zu bewältigen gilt, und wenn er eine Lösung gefunden hat, redet er nicht viel darüber. Er sagt nur: »Ich mache das schon.« Und wenn er Ergebnisse erzielt, stehen andere nur fassungslos daneben, schütteln den Kopf und fragen sich, wie er das wieder einmal geschafft hat. Versagen ist keine Option für ihn. Auch noch Jahre später wird er eine negative Situation zu seinem Vorteil nutzen. Und er wird nicht klein beigegeben, bis er am Ziel angekommen ist.

Buchauszug aus **Tim S. Grovers** Buch
„Kompromisslos –
From good to great to unstoppable“
240 Seiten
FinanzBuch Verlag





Michael Jordan bleibt auch in brenzlichen Spielsituationen ruhig, was ihm den entscheidenden Vorteil verschafft – und ihn zu einem Musterbeispiel für einen Cleaner macht.



HYBRIDE ZUKUNFT:

Martin Limbeck erklärt,
warum Unternehmer
jetzt mehr denn je
gefordert sind

Was vor wenigen Wochen noch völlig banal war, ist jetzt für mich ein absoluter Grund zur Freude: ein Präsenztermin beim Kunden. Live. So wie „früher“. Oder besser gesagt fast wie früher. Denn als es jetzt das erste Mal soweit war, war es schon seltsam. Eine herzliche Begrüßung ist nicht möglich, stattdessen sind alle mehr oder weniger umeinander herumgeschlichen. Im Besprechungsraum dann einzelne Tische, alle mit einem großzügig bemessenen Abstand zueinander. Mundschutz war natürlich Pflicht, manche trugen auch ein Schutzvisier. Ich fühlte mich ein bisschen so als wäre ich aus Versehen in eine Folge Emergency Room hineingeraten.

Warum ich Ihnen das erzähle? Weil ich überzeugt davon bin, dass unser Alltag noch eine ganze Weile so aussehen wird. Die Zeit „vor Corona“ sollten wir erst mal ad acta legen. Es wird nichts mehr so sein wie es war. Und genau deshalb ist es für Unternehmer jetzt höchste Zeit, endlich aufzuwachen! Viele sind wahlweise immer noch in Schockstarre oder im Dornröschenschlaf. Frei nach dem Motto: Abwarten, das wird schon wieder. Klar können Sie das so machen. Dann dürfen Sie sich jedoch nicht beschweren, wenn der Wettbewerb an Ihnen vorbeizieht und die roten Zahlen immer größer werden. Ihre Kunden sind nach wie vor da draußen – und brauchen jetzt mehr denn je klare Zeichen. Wer nichts tut oder

sich als leidendes Opfer der Krise darstellt, wird mit Boykott bestraft – Adidas hat es vorgemacht. Jetzt hilft nur noch eins: Ärmel hochkrepeln und ranklotzen! Was können Sie jetzt tun, wie können Sie Ihr Business umstrukturieren, um für Ihre Kunden ein starker Partner zu sein? Dazu gehört, das eigene Geschäftsmodell auch kritisch auf den Prüfstand zu stellen. Was funktioniert noch – was nicht mehr? Hat die Krise

bei Ihrer Zielgruppe möglicherweise zu einem Bedarf geführt, den es vorher nicht gab – und den Sie in der Lage wären, zu bedienen? Dann nichts wie ran!

Vom Unternehmer zum Wegbereiter

Für mich steht fest: Unsere Zukunft wird hybrid sein. Nicht wegen Corona. Doch der Virus hat dafür gesorgt, dass wir jetzt gezwungen sind, direkt mehrere Schritte auf einmal zu gehen. Wer sein Unternehmen erfolgreich durch die Krise führen will, muss sich jetzt damit auseinandersetzen, wie sich Kundenkontakt und Arbeitsalltag unter den gegebenen Bedingungen realisieren lassen. Vielerorts werden jetzt Schutzkonzepte erstellt und diskutiert, um persönliche Termine wieder möglich zu machen. Das ist ein wichtiger Schritt. Was allerdings mindestens genauso wichtig ist: Sie brauchen auch ein Konzept für hybride Führung!

»Entscheidend ist, dass Sie als Unternehmer jetzt Stärke und Menschlichkeit zeigen. Ihre Kunden wünschen sich jetzt einen Partner, auf den sie sich verlassen können.«

Einige Firmen haben bereits entschieden, dass ihre Mitarbeiter dieses Jahr nicht mehr ins Büro zurückkehren werden. Es ist nicht damit getan, alle mit Aufgaben zu versorgen und die Arbeitsergebnisse zu überwachen.

Denn der Großteil der Mitarbeiter hat vorher meist nur sporadisch im Homeoffice gearbeitet. Die Folge: Nach drei Monaten sind viele Mitarbeiter demotiviert, vermissen den gewohnten Arbeitsablauf und vor allem

die persönlichen Kontakte. Hier sind Sie gefragt, eine Lösung zu finden! Denkbar wären zum Beispiel Schichtmodelle, damit immer ein paar Mitarbeiter gemeinsam im Büro arbeiten können.

Entscheidend ist, dass Sie als Unternehmer jetzt Stärke und Menschlichkeit zeigen. Ihre Kunden wünschen sich jetzt einen Partner, auf den sie sich verlassen können. Der auch in Krisenzeiten signalisiert: Wir sind für Sie da und lösen Ihre Herausforderungen. Und auch Ihre Mitarbeiter brauchen jetzt ein Vorbild. Auch

wenn es in Ihnen vielleicht nicht gerade ruhig aussieht, Sie angespannt sind und sich Sorgen machen: Tragen Sie es nicht nach außen. Sie müssen für Ihre Mitarbeiter jetzt mehr denn je der Fels in der Brandung sein. Zeigen Sie sich flexibel und verständnisvoll, gehen Sie auf Ihre Leute ein. Sprechen Sie nicht nur über Aufgaben, Deadlines und Kennzahlen, sondern gehen Sie auch auf den jeweiligen Menschen ein. Wie geht es ihm, gibt es bestehende Herausforderungen, wie können diese gelöst werden?

Für die aktuelle Situation gibt es keine Blaupause. Sie müssen jetzt herausfinden, was für Ihr Unternehmen, Ihre Mitarbeiter und Ihre Kunden am besten funktioniert. Sie haben den Hut auf und sind gefordert, mit Zuversicht und Entschlossenheit voranzugehen. Ich wünsche Ihnen dabei viel Erfolg und Glück auf!

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



BEGRENZE DEINEN INPUT

In der Stille liegt der Weg zum Erfolg

Als General machte Napoleon es sich zur Angewohnheit, erst spät auf Briefe zu antworten. Er instruierte seinen Sekretär, erst drei Wochen zu warten, bevor er die Korrespondenz öffnete. Wenn er dann endlich den Inhalt des Briefs zu hören bekam, wies Napoleon gern darauf hin, wie viele vermeintlich »dringlichen« Angelegenheiten sich in der Zwischenzeit schon von selbst erledigt hatten und keiner Antwort mehr bedurften.

Sicherlich war Napoleon eine sehr eigensinnige Führungspersönlichkeit, aber er war seinen Pflichten gegenüber nie nachlässig und verlor auch nie den Kontakt zu seiner Regierung oder seinen Soldaten. Doch um aktiv und stets im Bilde zu sein über das, was wirklich wichtig war, musste er sehr wählerisch sein, wenn es darum ging, wer mit welcher Art von Informationen sein Gehör fand.

Gleichermaßen teilte er seinen Boten mit, ihn niemals mit guten Nachrichten zu wecken. Schlechte Nachrichten dagegen, also eine anstehende Krisensituation oder eine wichtige Entwicklung, die sich negativ auf seinen Feldzug auswirken könnte, die sollte man ihm unverzüglich

bringen. »Weckt mich sofort«, sagte er, »denn dann darf kein Augenblick mehr vergeudet werden.« Für die Lebensrealität eines äußerst beschäftigten Menschen waren das zwei brillante Vorgehensweisen, denn wir werden

»Wenn du dich verbessern willst, sei damit zufrieden, ahnungslos oder dumm zu wirken, wenn es um irrelevante Dinge geht – tu nicht so, als wärst du besonders gescheit.«
– Epiktet

ohnehin immer mit viel zu viel bombardiert. Um klar denken zu können, ist es elementar, dass jeder von uns lernt, das Belanglose vom Wichtigen zu trennen. Es reicht nicht,

dass man sich gern tiefeschürfenden Gedanken oder trockenen Analysen hingibt; eine Führungsperson muss dafür auch Zeit und Platz schaffen.

Das ist in unserer modernen Welt gar nicht so einfach. In den 1990er-Jahren begannen Wissenschaftler den sogenannten »CNN-Effekt« zu untersuchen. Die Nachrichtenflut, die rund um die Uhr ausgestrahlt wird, macht es für Politiker und Unternehmer nahezu unmöglich, nicht immer nur zu reagieren. Es gibt einfach zu viele Informationen, jedes kleinste Detail wird unter die Lupe genommen und aufgebauscht, die Spekulationen nehmen überhand – und unser Verstand ist davon völlig überfordert. Der CNN-Effekt ist heutzutage für jeden ein Problem, nicht nur für Präsidenten und Generäle. Jeder von uns hat Zugriff auf viel mehr Informationen, als wir jemals sinnvoll nutzen könnten. Wir sagen uns, es sei Teil unseres Berufs, »Bescheid wissen« zu müssen, und so vergeuden wir unsere kostbare Zeit für Nachrichten, Berichte, Meetings und andere Arten von Reaktionen. Selbst wenn wir nicht vor dem Bildschirm festkleben, sind wir stets Getratsche, Dramen und anderen Ablenkungen ausgesetzt. Wir müssen dem ein Ende setzen.



»Wenn du dich verbessern willst«, hat Epiktet einmal gesagt, »sei damit zufrieden, ahnungslos oder dumm zu wirken, wenn es um irrelevante Dinge geht – tu nicht so, als wärst du besonders gescheit.«

Napoleon nahm es in Kauf, mit seiner Korrespondenz stets etwas spät zu sein, auch wenn das manchmal zu Missstimmung führte oder wenn er das eine oder andere Gerücht verpasste, denn es bedeutete, dass die trivialeren Probleme sich von allein lösen mussten, ohne sein Zutun. Wir müssen eine ganz ähnliche Haltung einnehmen – wir müssen den Dingen einen gewissen Raum geben, die Nachrichten nicht gleich aufsaugen, wenn sie sich ereignen, den neuesten Trends und kulturellen Modeerscheinungen etwas hinterherhinken.

Lass es nicht zu, dass der Posteingang auf deinem Computer dein Leben beherrscht.

Das, was wirklich wichtig ist, wird auch dann immer noch wichtig sein, wenn du die Zeit dafür gefunden hast. Das, was nicht wichtig ist, wird bis dahin bewiesen haben, dass es bedeutungslos ist, oder wird sich schon in

Luft aufgelöst haben. Dann kannst du dich hinsetzen, ganz ruhig und nicht erschöpft oder hastig, und kannst dem, was Beachtung verdient, deine ganze Aufmerksamkeit widmen. Hinter dem Versuch, stets

auf dem Laufenden zu sein und über alles Bescheid zu wissen, sei es die neueste angesagte Fernsehserie, das neueste Gerücht aus der Wirtschaftswelt, die kritischste aktuelle Glosse oder die schlimmste politische Krise (im Nahen Osten, in Afrika, Asien, das

»Leg die Tageszeitung zur Seite. Lies einen Überblick über die Geschehnisse und widme dich dann einer richtigen Lektüre.«
– Dorothy Day

Buchauszug aus **Ryan Holidays** Buch
„In der Stille leigt dein Weg“
256 Seiten
FinanzBuch Verlag



Klima, die Weltbank, ein NATO-Gipfel und so weiter und so weiter) steckt unser Ego. Hinter dem Bestreben, die bestinformierte Person im Raum zu sein, diejenige, die allen Klatsch und Tratsch kennt, die alles über jeden weiß, steckt unser Ego.

Doch das kostet uns nicht nur unseren Seelenfrieden, sondern es entstehen auch ernst zu nehmende Opportunitätskosten. Wenn wir ruhiger wären, uns selbst mehr vertrauten, wenn wir einen längeren Blick auf die Dinge hätten, könnten wir dann nicht unsere mentale Energie auf ein wirklich sinnvolles Thema verwenden?

Die katholische Nonne und Bürgerrechtsaktivistin Dorothy Day schrieb 1942 etwas ganz Ähnliches in ihr Tagebuch: »Stell dein Radio ab«, mahnte sie sich. »Leg die Tageszeitung zur Seite. Lies einen Überblick über die Geschehnisse und widme dich dann einer richtigen Lektüre.« Damit meinte Sie Bücher – widme dich dem Lesen von Büchern. Bücher voller Weisheiten.



Judith Williams ist Unternehmerin, Ehefrau und Mutter und wurde durch die TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“ noch bekannter.

ERFOLG IST WEIBLICH!

Die Zeiten ändern sich, die Wirtschaft ändert sich und die Menschen in Unternehmen ändern sich auch

Hierbei gibt es keinen Platz mehr für alte Rollenbilder. Wo man damals noch der Meinung war, dass Frauen nur mit männlichen Attributen wie zum Beispiel Durchsetzungskraft, Dominanz und Autorität erfolgreich werden, sind heutzutage mehr denn je die weiblichen Merkmale gefordert.

Doch da sich die männlichen und weiblichen Eigenschaften immer mehr aneinander angepasst haben,

ist es gar nicht mehr so einfach herauszufiltern, was nun Frauen als Unternehmerinnen ausmacht.

Man sollte es auch durchaus etwas differenzierter betrachten, da es Männern gut tun

würde ein paar mehr weibliche Eigenschaften in ihren Alltag zu integrieren, da sie häufig an einem sehr hohen Leistungsdruck leiden und Frauen würden in manchen Situationen gut daran tun, ihren ureigenen maskulinen Anteil mehr zu Leben, um schneller Entscheidungen zu treffen, auch mal ein höheres Risiko einzugehen und souveräner mit Rückschlägen umzugehen. Das sind natürlich nur Beispiele aus der Komplexität von Maskulinität und Femininität, doch wir vereinen beides in uns, und beides darf gelebt werden.

Ein gutes Beispiel dafür, welche Frau diesen Spagat sehr gut meistert, ist meiner Meinung nach, Judith Williams, bekannt aus: „Die Höhle der Löwen“. Sie ist eine taffe Geschäftsfrau mit dem Herz am richtigen Fleck und gleichzeitig glückliche Ehefrau und Mutter. Sie ist ein Beispiel dafür, dass Frauen beides verbinden und dennoch bei sich bleiben können.



Marina Friess-Henze ist die Gründerin von Feminess, einer der größten Weiterbildungsanbieter für Frauen in Europa. Auf zahlreichen Veranstaltungen begeistert Feminess jährlich tausende Unternehmerinnen und selbstständige Frauen, die ihr Business erfolgreich auf und ausbauen möchten.

Doch kommen wir jetzt einmal zu den klassischen Merkmalen von weiblichen Führungspersönlichkeiten.

Frauen haben häufiger personenorientierte und seltener aufgabenorientierte Führungsmerkmale. Sie bauen ihr Unternehmen gerne im Team auf und sind seltener Einzelkämpfer.

Sie sind ausgleichend, loyal, besonnen und intuitiv. Das heißt natürlich nicht, dass ein Mann diese Eigenschaften nicht haben

könnte. Wie gesagt, hier gleichen sich die Geschlechter mittlerweile an. Mein Anliegen besteht darin, dass Frauen sich wieder ihren weiblichen Qualitäten bewusster werden, diese gezielt einsetzen, um dadurch in ihre Kraft zurückzukommen.

Als Veranstalterin von großen Frauenkongressen erlebe ich immer wieder eine große Orientierungslosigkeit bei meinen Teilnehmerinnen, wie sie nun optimal agieren sollen. Entscheiden sie sich primär für den maskulinen Weg und gehen vielleicht über ihre Leistungsgrenze,

um erfolgreicher zu werden, oder gehen sie den femininen Weg und hören sie auf ihre Intuition, also ihren Bauchverstand und gehen vielleicht eher in die Stille, um Lösungen zu finden. Ich glaube das größte Problem ist, dass Femininität mit Weichheit oder Schwäche assoziiert wird. Das ist nicht so, im Gegenteil. Eine Frau, die ihre Weiblichkeit akzeptiert, anerkennt und lebt, trägt eine Stärke in sich, die kaum vorstellbar ist.

Auch gesellschaftlich erleben wir zum Glück gerade einen Umschwung, weg vom

Einzelkämpfer, hin zur Gemeinschaft und dem gemeinsamen Erfolg. Und das wird in den nächsten Jahren noch viel mehr. Deshalb sterben

auch patriarchalisch geführte Unternehmen immer mehr aus.

Was braucht es nun, um als Frau ein erfolgreiches Unternehmen aufzubauen? Meiner Meinung nach zu allererst Klarheit. Wer bin ich? Was will ich? Was will ich nicht? Was ist mein Ziel?

Danach braucht es eine Strategie: Welche Schritte sind nötig, um mein Ziel zu erreichen?

Wichtig bei der Strategie ist, dass diese keine reine Kopf-Strategie ist, sondern dass sich Zeit genommen wird, auf den Bauchverstand und die eigene Intuition zu hören.

Um die Strategie umzusetzen, bedarf es Durchhaltevermögen. Was hilft mir dabei mit Leichtigkeit und Freude meine Ziele zu erreichen?

Das ist hier die relevante Frage. Es geht nicht darum Schmerzen, Leid und Rückschläge auszuhalten, auch wenn diese zum Erfolg ein Stückweit dazu gehören. Es geht darum, wie ich all dem, was mir auf meinem Weg begegnet, mit Leichtigkeit entgegenstehen kann, ohne dass ich hart werde oder ausbrenne.

Und als letzten Punkt möchte ich Dankbarkeit anführen.

Wofür bin ich heute dankbar? Das sollte eine Standardfrage sein, die wir uns jeden Tag stellen. Wie oft hatten wir einen guten Tag,

sind aber am Abend abgeschafft und liegen platt auf der Couch. Anstatt uns zu freuen, stolz auf uns zu sein, oder dankbar für das zu sein, was wir haben, liegen wir total fertig da. Meistens schwirrt uns schon der nächste Tag durch den Kopf und wir überlegen, was es alles zu tun gibt. Und genau das nimmt uns die Energie. Nach einem erfolgreichen Tag kurz in die Stille zu gehen, ob in der Badewanne, bei einem Glas Wein auf der Couch, oder während einer Meditation und sich selbst für seine Leistung zu wertschätzen wirkt Wunder.

Dadurch kommen wir in unsere Kraft und haben Energie, unser Unternehmen weiter aufzubauen und auszubauen.

Wenn wir Frauen wieder in unsere weibliche Kraft kommen, dann erreichen wir unsere Ziele und zwar mit Leichtigkeit und Freude. Denn: Erfolg ist weder weiblich noch männlich, Erfolg ist unser Geburtsrecht.



MARCEL LUTHE
Abgeordneter

„Strebersau“

**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



HALB ARGENTINIER, HALB DEUTSCHER, DER AUFS GANZE GEHT.

Marcelo Karius erklärt, wie zielgerichtetes Branding zum Erfolg führt



Bilder: Julian Dobler

»Vom kleinen Friseursalon um die Ecke bis hin zu Big Playern aus den verschiedensten Branchen sichern sich Unternehmen die Dienste des sympathischen Branding-Experten [...].«

keinen Sinn macht. Der leidenschaftliche Weltenbummler testet sich auf verschiedenen beruflichen Spielwiesen aus und findet im Herbst 2019 in Argentinien zu seiner Bestimmung und stellt die Weichen endgültig auf Selbstständigkeit. Er nutzt als digitaler Nomade und ortsunabhängiger Branding-Experte seine Fähigkeiten im Netzwerken, Social Media und Menschenkenntnis und baut sich schnell eine Fanbase von über 50K auf Instagram auf. In ihm reift die Idee, dass er daraus ein Business-Konzept umsetzen kann und so Unternehmen von seinem Kompetenzvorsprung in diesem Bereich nachhaltig profitieren können.

Seine Ziele für die Zukunft hat er klar abgesteckt. Gemeinsam mit Marc Wintrup und seinem stetig wachsenden Team an Spezialisten wird er alles daransetzen, Unternehmen im Bereich Branding zu unterstützen und so konsequent die Erfolgsgeschichte der beiden Labels ‚Brand Yourself‘ und ‚Big Wave Marketing‘ weiterzuschreiben. Ob dabei sein erster Wohnsitz in Deutschland, Argentinien oder im asiatischen Raum sein wird, das steht noch in den Sternen. Marcelo Karius freut sich in jedem Fall auf die kommenden unternehmerischen Herausforderungen und möchte auch weiterhin Personenmarken und Unternehmen mit erfolgversprechenden Marketing-Konzepten an die Marktzpitze führen.

Es spricht für sich: Hochkarätige Unternehmen reißen sich um den smarten Influencer und Branding-Experten, er entscheidet sich aber im noch zarten Alter von 20 Jahren gegen lukrative Angebote und Führungspositionen in renommierten Firmen und startet lieber als Jungunternehmer durch. Mittlerweile hat er sich ein vielmotives Spezialisten-Netzwerk aufgebaut und mit Marc Wintrup einen kongenialen Geschäftspartner gefunden.

Als Tandem helfen sie „Personen“ und Firmen durch zielgerichtetes Branding und setzen alles daran, dass ihre Auftraggeber die gesteckten Ziele schnellstmöglich erreichen und außergewöhnliche Werte für sich und ihre Kunden schaffen.

Der Erfolg gibt ihm recht. Seine Zwischenbilanz kann sich sehen lassen. Vom kleinen

Friseursalon um die Ecke bis hin zu Big Playern aus den verschiedensten Branchen sichern sich Unternehmen die Dienste des sympathischen Branding-Experten, der bereits schon in der Schulzeit gegen den Strom schwamm.

Im Gymnasium kam er mit dem Druck nicht klar und fühlte sich auf der Waldorfschule besser aufgehoben. Als es dann Richtung Abitur ging, entschied er sich für ein berufsorientiertes Gymnasium mit Schwerpunktthema Psychologie und nach erfolgreichem Abschluss war ihm sofort klar, dass eine klassische Ausbildung mit anschließendem Angestelltenverhältnis für ihn nicht in Frage kommt.

Im Anschluss verdient er sich als Tennistrainer bei 36° im Schatten sein erstes Geld und in ihm reift die Erkenntnis, dass Zeit gegen Geld einzutauschen für ihn langfristig



Top-Speaker **Gabriel Schandl** zeigt, wie Menschen vom Leistungsdruck zum Leistungsglück finden können

OVERWORKED AND UNDERFUCKED

Dieser Satz – zugegeben etwas krass formuliert – stammt vom österreichischen Psychotherapeuten und Kabarettisten Bernhard Ludwig und er hat sich bei mir irgendwie eingebrannt. Ich glaube, er hat ein Körnchen Wahrheit in sich, dieser Satz, auch wenn er derb ist: Wir arbeiten zuviel und genießen

zu wenig das Leben. Wer weiß, wie viele Tage wir dazu noch haben. Mir ist es wichtig, im Beruf Gas zu geben, aber dann auch die Abende oder Wochenenden mit meinen Kindern zu genießen. Und manchmal geht es mit Freunden ins Ausland, wie z. B. vor kurzem nach Sizilien. Herrlich. Batterien auftanken und weiter geht's! Apropos Sizilien: Es war letzten Sonntag, als wir mit

einer kleinen Reisegruppe unter anderem einen Schafbauern besucht haben, der Ricotta noch in Handarbeit herstellt. Seine Herde zählt ungefähr 200 Schafe und er hieß Salvatore. Wir waren schon wieder auf dem Weg zum Auto, er begleitete mich noch ein paar Schritte und ich sage zu ihm: „Das ist ja immer viel Arbeit mit den Tieren und so.“ Er darauf: „Ja ist, es, aber es ist meine

Leidenschaft.“ Und dann kam noch ein richtig spannender Satz: „Senza passione non c'è lavoro“ („Ohne Leidenschaft gibt es keine Arbeit.“) Und er ergänzte: „Wie soll man arbeiten als Lehrer, oder Maurer, ohne Leidenschaft?“ Soviel Weisheit in 2 Minuten, ich war beeindruckt.

In solchen Momenten fällt mir meine erwachsene Tochter ein, die mir mal auf Whatsapp geschrieben hat: „Ja Papa, ist ja schön, dass dir dein Job soviel Spaß macht, aber das kann nicht bei jedem gehen...“ Doch, ich glaube schon. Nennt mich Träu-

»Senza passione non c'è lavoro.«

– Ohne Leidenschaft gibt es keine Arbeit

mer, nennt mich verrückt, aber ich glaube daran! Und ich weiß, dass die Realität nach Veränderung schreit: 3.7 Millionen! Das ist die Zahl an Krankenstands-Tagen wegen Burnout und das hat sich in den letzten 10 Jahren verdreifacht! In den 1900er Jahren wäre ich gar nicht mehr am Leben, da war die durchschnittliche Erwartung eines Mannes ungefähr 40 Jahre. Heute beträgt sie 80! Wir werden also alle deutlich älter und gesünder, aber gleichzeitig steigt dramatisch die Zahl der psychischen Erkrankungen – insbesondere der Burnouts!

Was also tun? Wir verbringen ja nach wie vor den größten Teil unserer Wachzeit im Beruf. Wie können wir sie also bestmöglich nutzen und gestalten? Nach der Arbeit mit tausenden Menschen und hunderten Unternehmen habe ich soetwas wie eine besondere „Essenz“, eine Formel für Erfolg für dich, lieber Leser, herausgearbeitet: Das ist die T.U.F.U. Formel, diese 4 wunderbaren kleinen Stellschrauben stehen für: Talent – Umgebung – Freiheit und dann noch die Umsetzung. Sehen wir uns einen Aspekt davon an, der ganz leicht umzusetzen ist: Es ist das U für Umgebung. Wenn ich z. B. mit meinen Kindern zusammen bin, höre ich immer wieder folgenden Ruf: „Papa, schau!“ Immer und immer wieder. Irgendwann schau ich dann. Weil sie so penetrant sind. Ich liebe sie :-)) Kinder haben ein großes Bedürfnis gesehen zu werden! Eine Umgebung, in der dieses Feedback stattfindet, ist entwicklungs-psychologisch sogar notwendig. Hört das als Erwachsene auf? Nein, es bleibt, aber wir können

Mag. Gabriel Schandl gehört zu den Top 100 Speakern und unterrichtet schon an der Fachhochschule Puch-Urstein. Er gibt seine langjährige Erfahrung als Unternehmensberater auf seinen Seminaren, in Büchern und Cd's weiter und begeistert als Speaker die Menschen.



nur schwer schreien: „Chef, schau!“ Wir alle wollen gesehen werden. Gesehen, wirklich wahrgenommen, wertgeschätzt. Eine Anerkennungskultur statt einer Erwischkultur täte uns gut. Egal, in welchem Team. Wir wollen gesehen werden als Menschen, als Persönlichkeit! Deswegen ist wertschätzendes Feedback das kraftvollste Element in der Persönlichkeitsentwicklung. Und es entsteht eine produktive Umgebung, in der Bestleistung möglich wird! Gestärkt durch

Eine Anerkennungskultur statt einer Erwischkultur täte uns gut. [...] Wir wollen gesehen werden als Menschen, als Persönlichkeit! Deswegen ist wertschätzendes Feedback das kraftvollste Element in der Persönlichkeitsentwicklung.

Feedback beschließt dann plötzlich eine Krankenschwester, in meiner Trainerausbildung endlich ihren Traum zu verwirklichen und Philosophie zu studieren – und steht heute vor Ärzten, um Vorlesungen über Ethik zu halten. Sie schreibt aktuell an ihrer Doktorarbeit. Ihr Mann sagte vor kurzem zu mir: „Du hast meine Frau verändert. Komplet!“ Er meinte das als Kompliment! Oder der Diplom-Ingenieur aus Linz, der fachlich hochkompetent ist, aber kaum mit Menschen reden kann und heute hält er selbstbewusst Vorträge vor seinen mittlerweile über 100 Mitarbeitern. Habe ich das gemacht? Nein! Er hat das geschafft! Aber, Wahrnehmung entfaltet Potentiale. Es geht nicht nur darum, zu loben. Es geht einfach darum den anderen wieder wirklich zu sehen. Indem wir den anderen sehen, bewusst hinschauen, ihnen wertschätzendes Feedback geben, entwickeln wir sie und wir kommen einen Schritt weiter vom Leistungsdruck zum Leistungsglück.



DEUTSCHLANDS JÜNGSTER GRÜNDER

Mit 15 hat **Amir Gdamsi** die gerichtliche Erlaubnis erhalten

Er hat ein Konzept, er ist intelligent, motiviert und hat konkrete, ehrgeizig Ziele. Aber kann man mit 15 Jahren, als juristisch Minderjähriger, ein Unternehmen gründen? Nun, Amir Younes Gdamsi aus Asseln konnte es. Er wurde für geschäftsfähig erklärt und gründete ein Dienstleistungsunternehmen, spezialisiert auf Online-Marketing.

Wenn man sich den Businessplan Amirs anguckt oder sich mit ihm unterhält, fallen einem sicherlich viele mögliche Bezeichnungen für ihn ein. Es fällt sofort auf, dass man es nicht mit einem typischen 15-Jährigen zu tun hat, den man eher auf dem Bolzplatz oder im Freibad tobend erwarten würde; und überhaupt: welcher Junge in diesem Alter könnte solche Pläne formulieren?

Doch das Amtsgericht Dortmund nennt den jungen Unternehmer im unerbittlichen Juristendeutsch „minderjähriges Kind“. Die Richter mussten erst in einem Beschluss feststellen, dass der Gymnasiast mit der Erlaubnis seiner Eltern – ein Unternehmen gründen kann. Aber auch seine Schule und das Jugendamt wurden angehört. Der ganze Prozess zog sich ein halbes Jahr hin, Paragraphen wurden gewälzt, schließlich attestierte ihm das Gericht die „unbeschränkte Geschäftsfähigkeit“ im Rahmen seines Unternehmens.

In der Schule, dem Gymnasium, fing er an, sich zu langweilen, weil er ohne Anstrengung gute Noten bekam. „Ich war einfach unterfordert,“ erzählt er. Das Internet, Webseiten und Marketing faszinierten ihn, so dass er seine Freizeit etwas anders nutzte: Er eignete sich vertieftes Wissen in Webseiten-Design, Funnels und SEO an und schafft die Google-Zertifizierung im Online-Marketing. Mit der Firma AGM – Attention Generation Media – bietet er jetzt seinen Kunden individuell abgestimmte Dienstleistungspakete an.

Viele Gründe, den jungen Unternehmer einmal kennenzulernen, fand die founders-Redaktion und stellte ein paar Fragen:

Inwiefern haben dich deine Eltern bei deinem Schritt unterstützt, oder sogar beeinflusst?

Meine Eltern sind beide Selbstständige und auch so hatte ich von Anfang an einen anderen Blick auf die Dinge, jedoch war dies nicht

»Auch wenn ich die nächsten 5 Jahre scheitern sollte, habe ich mehr gelernt als ein 20-Jähriger der gerade anfängt.«

ausschlaggebend für meine Entscheidung. Sie unterstützen mich in allen Belangen und helfen mir auch mit ihrer Unternehmerischen Erfahrung. Zudem fahren sie mich zu allen meinen Veranstaltungen, und das nimmt viel Zeit in Anspruch. Sorgen machen die sich aber eher weniger, natürlich gehören Sorgen am Anfang dazu, aber ab einem gewissen Zeitpunkt haben sie gesehen, dass ich sehr kompetent bin in dem was ich tue und deshalb vertrauen sie mir sehr.

Gibt es eine Begrenzung des finanziellen Umfangs deiner Geschäfte? Wie wird das geregelt?

Eine Begrenzung gibt es nicht wirklich, da ich mit meiner vollen Geschäftsfähigkeit eigentlich alles machen kann was ich möchte, natürlich sind jugendgefährdende Sachen nach wie vor untersagt. Zudem kann ich kein Geschäftsführer einer Kapitalgesellschaft sein, ich darf aber ein Gesellschafter sein. Problematisch war bisher nur, ein Bankkonto zu erlangen. Ich habe es mit mehreren Banken versucht, doch sie haben es alle trotz Schreiben vom Gericht nicht gemacht. Schließlich habe ich meinen Vater ein Konto für mich eröffnen lassen.

Du schreibst in deiner Vorstellung, dass du „anders als andere“ bist. Woher glaubst du, kommt das?

Damit meine ich, dass ich im Gegensatz zu anderen Jugendlichen in meinem Alter andere Sachen im Kopf habe, als in der Schule Mädels kennenzulernen und dergleichen. Das was ich mache ist nach wie vor kein Durchschnitt. Das ist es nicht mal unter Erwachsenen, aber unter Kindern ist es ein Phänomen. Ich bin schon viel in Deutschland herumgekommen und auf allen Veranstaltungen, auf denen ich war, habe ich immer für Aufsehen gesorgt. Von den 50 Veranstaltungen, auf denen ich in den letzten zwei Jahren war, in über 25 Städten, konnte ich nur zwei bis drei Leute in meinem Alter kennenlernen. Ich denke, dass dieses Anders-Sein daher kommt, dass ich Prioritäten setze, ich ent-

scheide mich für Langfristigkeit und suche keine schnelle Befriedigung. Mein Leitspruch lautete: „Auch wenn ich die nächsten 5 Jahre scheitern sollte, habe ich mehr gelernt als ein 20-Jähriger der gerade anfängt“. Und genau dieses Bewusstsein der Vergänglichkeit von unserem wertvollsten Gut der Zeit macht mich anders bzw. Besonders – Zeit ist kein Geld, Zeit ist Gold!

Bist du ansonsten integriert bei den Jugendlichen in deinem Alter oder vermisst du da etwas?

Mit meinen Gleichaltrigen ist es so eine Sache, ich sage offen, dass ich ein Egoist bin und immer das Beste für mich will, dadurch polarisiere ich natürlich. Es gibt welche, die finden es super was ich mache, und andere lachen darüber. Aber mich stört das gar nicht, ich denke mir nur „Heute lacht ihr über mich und morgen arbeitet ihr für mich.“ Vermissten tue ich nichts, da ich nichts verloren haben, ich habe immer noch genug Zeit, um meine sozialen Bedürfnisse zu decken. Freunde habe ich nach wie vor und ich fühle da persönlich in meinem Leben kein Defizit. Natürlich gibt es Tage, wo ich mal sagen muss geht nicht, aber das wird oft verstanden und nicht negativ aufgenommen.

Wie teilst du dir die Zeit ein? Was genau macht dir mehr Spaß an deinem Unter-

nehmertum als an typischen Freizeitbeschäftigungen?

Bei der Zeiteinteilung habe ich wirklich einiges ausprobiert, verschiedene Systeme getestet und am Ende habe ich so mein eigenes System entwickeln können. Wichtig ist zu verstehen, dass ich noch Schüler bin, damit ist ein großer Teil meiner Zeit belegt. Von 8 bis 15 Uhr bin ich Schüler, danach Unternehmer. Das ist ein Satz, denn ich oft sage und das stimmt auch. Das bedeutet mein Unternehmer Alltag beginnt erst ab 15 Uhr, nachdem ich Aufgaben für die Schule und alles weitere gemacht habe. Ab hier habe ich mehrere Systeme, um meine Zeit optimal zu nutzen, ‚eat the frog first‘ ist eine Sache, die ich persönlich sehr wichtig finde. Danach arbeite ich nach einem von mir einen Tag vorher angefertigten Actionplan.

»Das Unternehmertum ist eine Sache, die mir einfach Spaß macht, ohne Begründung ich habe es einfach mal aus Zufall entdeckt und ich habe Feuer für die Sache empfunden.«

Die dort aufgeführten Sachen erledige ich in drei Blöcken von 90 Minuten, zwischen diesen Blöcken liegt dann noch eine Pause von 30 Minuten. Danach um circa 21 Uhr ist Schluss, wenn ich nicht noch an etwas Wichtigem sitze und es bis in die Nacht fertig stellen will. Es gibt aber auch Tage, an denen ich einfach faul bin und nichts mache. Und das ist sehr sehr wichtig. Weil, man muss auch mal einen Schritt zurück gehen, um stärker zurück zu kommen.

Das Unternehmertum ist eine Sache, die mir einfach Spaß macht, ohne Begründung ich habe es einfach mal aus Zufall entdeckt und ich habe Feuer für die Sache empfunden. Ich denke, das Arbeiten und Connecten mit richtig erfolgreichen Personen macht mir hier besonders Spaß. Aber was mir am meisten Spaß macht, ist vor Leuten zu reden, gerne auch auf der Bühne. Vor einem Jahr konnte ich bei Univim die Erfahrung machen, wie schön es ist zu reden, ich habe mich mit zwei Personen unterhalten und durch meine junge Art und die Sachen, welche ich von mir gab, haben sich dann 30 Leute um mich versammelt. Sowas macht mir extrem viel Spaß.

Was sind deine Ziele in den nächsten zehn Jahren und darüber hinaus?

Für die nächsten zehn Jahre habe ich große, wenn nicht sogar gigantische Ziele, und das

ist auch wichtig so, denn dein Ziel, deine Visionen sollten immer größer sein, als das Problem, auf das du stößt. Denn dann motiviert dich dein Ziel noch immer und du hast kein Problem mit der Bewältigung des Problems oder besser gesagt, mit der Herausforderung. Eines meiner gigantischen Ziele ist ein Porsche als erster Wagen. Und die One-Man-Show AGM soll ein bundesweites Netzwerk aus Beratern und Experten werden, welches Unternehmen in die digitale Zukunft bringen soll. Und auch wenn das alles nicht funktionieren sollte, habe ich nichts verloren,

weil ich mein Abitur haben werde und somit ein Fundament. Ich rate allen Gründern da draußen auch davon ab, die Schule abzubrechen und 100 Prozent ins Unternehmen zu gehen. Man muss sich erstmal ein solides Fundament aufbauen, weil man kann keinen Wolkenkratzer ohne Fundament bauen.

Leuten in meinem Alter empfehle ich, sich mit Persönlichkeitsentwicklung zu befassen und nach alternativen Möglichkeiten Ausschau zu halten, denn der „normale Weg“ funktioniert nicht mehr so wie früher.

Bilder: Ayyoub Louquill



EGGO

Warum Gewinner gute Egoisten sind



Mut und Egoismus
Wenn wir also wissen, dass das Märchen vom Altruismus (Selbstlosigkeit) nicht stimmt, warum lassen wir uns in unserem Handeln davon nach wie vor beeinflussen? Die Antwort darauf ist relativ klar: Nur wenige haben die Energie, aus der Reihe zu tanzen. Sich gegen die Herde zu stellen, kostet Mut und Kraft.

Als ich Wladimir Klitschko fragte, ob man Mut erlernen könne, sagte er: »Ja, Mut kann man lernen. Häufig hält man sich nicht für so mutig und unterschätzt sich selbst. Wenn wir mehr oder weniger psychisch gesund sind, haben wir jedoch Ängste, viele Ängste. Sie sind ein unglaublicher Teil unseres Egos, unserer Menschlichkeit. Es ist okay und es ist gesund, Angst zu haben. Angst macht dich wach und bringt dich voran. Nur feige darfst du nicht sein. Wenn du feige bist, drehst du um oder machst den nächsten Schritt nicht. Das heißt, du bleibst stehen, fällst zurück. Um dich zu entwickeln, musst du vorangehen. Und ja, das ist lernbar.«

Es geht beim Egoismus mithin um Selbstachtung und Selbstbewusstsein auf allen Ebenen unseres Seins. Wer von der Bewertung des eigenen Umfelds abhängig ist, wird nie eine gesunde Form des Egoismus leben können und begibt sich dann in andere Formen der Abhängigkeit.

Sie müssen diesen Schritt in das eigene Selbstbewusstsein und in die eigene Größe wagen, unabhängig davon, was Ihr Umfeld dazu sagt. Sehen Sie es doch so: Durch Ihr Handeln können Sie auch ein Vorbild sein und für Lernmomente sorgen. Das Ziel des gesunden Egoismus ist ein freies, selbstbestimmtes und glückliches Leben.

Egoismus bedeutet Selbstermächtigung. Egoismus ist vor allem deshalb störend für die Machthaber, weil er unberechenbar macht. Menschen, die sich nicht vorrangig an anderen orientieren, sondern für ihre eigenen Werte eintreten, lassen sich weitaus schwieriger beeinflussen als Menschen, die einzig und allein auf das Wohl anderer bedacht sind. Man kann ihnen auch leichter ein schlechtes Gewissen einreden. Scham spielt eine große Rolle bei der Unterdrückung des eigenen Egos.

Ein Werkzeug zur Steuerung der Masse nennt sich »Öffentliche Meinung«. Das ist sozusagen eine kollektive Wahrheit, an die jeder glauben muss – ob er will oder nicht. Denn wer sich gegen die öffentliche

Buchauszug aus **Julien Backhaus** neuem Buch
„EGO – Gewinner sind gute Egoisten“
 Hardcover, 240 Seiten
 Erschienen: März 2020
 ISBN: 978-3-95972-302-2



»Ja, Mut kann man lernen. Häufig hält man sich nicht für so mutig und unterschätzt sich selbst. [...] Es ist okay und es ist gesund, Angst zu haben. Angst macht dich wach und bringt dich voran. Nur feige darfst du nicht sein. Wenn du feige bist, drehst du um oder machst den nächsten Schritt nicht. Das heißt, du bleibst stehen, fällst zurück. Und ja, das ist lernbar.«

– Wladimir Klitschko

Meinung stellt, ist abnormal. Somit drücken die Machtinhaber einfach einen Meinungsknopf und schon blöken die Schafe im vorgegebenen Takt. Für Egoisten heißt das: Hirn einschalten.

Ermächtigen Sie sich selbst, eigenständige Meinungen zu Themengebieten zu bilden, und fallen Sie nicht auf billige Propaganda herein, nur weil Ihr Nachbar dies mit sich machen lässt. Haben Sie den Mut, auch unpopuläre Ansichten zu äußern, wenn sich diese mit Ihren innersten Werten und Prinzipien decken. Alles andere wäre Selbstverleugnung.

Außerdem kennen Egoisten sich selbst sehr gut, weil sie gelernt haben, auf ihre innere Stimme und ihre Wünsche zu hören. Egoisten programmieren sich ständig selbst. Sie lassen es nicht zu, dass äußere Einflüsse, wie soziales Umfeld, die Werbung oder die

Medien, sie unterbewusst manipulieren. Egoisten wollen die Kontrolle behalten und immer selbst entscheiden, anstatt andere für sie die Wahl treffen zu lassen. Dieser Umstand macht es schwierig, selbstbewusste Menschen zu beeinflussen.

Tim Grover ist einer der gefragtesten Coaches bei Spitzensportlern in den USA. Er brachte NBA-Superstars wie Michael Jordan und Kobe Bryant über ihre Grenzen hinaus. In seinem Buch Kompromisslos beschreibt er die Einstellung dieser Ausnahmesportler – er nennt sie Cleaners: »Die Haltung eines Cleaners kann so formuliert werden: Ich habe alles im Griff. Er betritt einen Raum mit großem Selbstbewusstsein und verlässt ihn mit Ergebnissen. Ein Cleaner hat den Mut und die Vision, alles zu seinem Vorteil auszurichten.«

Es gibt es ein gutes Sprichwort über Kontrolle: »Wenn Sie arm geboren werden, ist es nicht Ihre Schuld. Wenn Sie arm sterben, ist es Ihre Schuld.« Dieser Satz sagt alles darüber aus, wer für die Ergebnisse in Ihrem Leben verantwortlich ist. Sie und sonst niemand.

Die meisten Menschen kennen so viele Leute, nur sich selbst kennen sie nicht. Kein Wunder, wenn man bedenkt, wie sie erzogen werden. Sich dauernd an anderen zu orientieren und sich selbst für andere aufzuopfern, hinterlässt Spuren. Der Blick nach innen verunsichert die meisten Menschen, denn wir müssten unsere Verhaltensweisen infrage stellen. Dazu hat Henry Ford angemerkt: »Denken ist die schwerste Arbeit, die es gibt. Das ist wahrscheinlich auch der Grund, warum sich so wenige





Leute damit beschäftigen.« Scheuen Sie die Arbeit nicht. Seien Sie kein Opfer. Werden Sie ein Meister.

Egoismus und Selbstbegrenzung
Die meisten Menschen haben spezielle Verhaltensmuster und Charakterzüge und führen Selbstgespräche, derer sie sich gar nicht bewusst sind. Weil sie sozusagen blind für die Funktionsweisen ihrer Persönlichkeit sind, können sie auch den Verlauf ihrer Zukunft nicht beeinflussen.

Wenn Ihnen niemals jemand sagen würde, dass Ihr Auto auch einen dritten, vierten und fünften Gang hat, würden Sie Ihr Leben lang maximal im zweiten Gang herumfahren und sich wundern, warum Sie nicht so zügig vorankommen. Bei unserer Persönlichkeit und unseren Verhaltensweisen sagt es uns aber tatsächlich niemand. Wir müssen uns irgendwann selbst erforschen, damit wir wissen, wie wir uns selbst »benutzen« müssen, um im Leben auch voranzukommen. Dazu muss man sich selbst allerdings auch wichtig genug sein, dies zu tun.

Viele Menschen möchten in niedrigeren Gängen durchs Leben steuern. Das ist vollkommen in Ordnung, wenn es die eigene, freie Entscheidung ist. Dann sollten sie sich aber nicht über das langsame Vorankommen beschweren oder über andere

schimpfen, wenn diese auf der Überholspur des Lebens an ihnen vorbeiziehen. Denn eines muss klar sein: Ein gesunder Egoist übernimmt auch zu 100 Prozent die Verantwortung für die eigenen Ergebnisse und gibt die Schuld bei schlechtem Ausgang nicht den Umständen oder dem Umfeld. Das würde wiederum nur für Abhängigkeiten sorgen, die einem freien, selbstbestimmten Leben im Weg stehen.

»Denken ist die schwerste Arbeit, die es gibt. Das ist wahrscheinlich auch der Grund, warum sich so wenige Leute damit beschäftigen.«
– Henry Ford

Als ich mich mit Wladimir Klitschko über die Einstellung der Amerikaner unterhielt, sagte er: »Menschen begrenzen sich oft selbst. Ich glaube, es ist diese egoistische Gesellschaft, die den USA ihre Dominanz ermöglicht. Das Ego ist wahrscheinlich größer als die Möglichkeiten, aber genau das vergrößert die Möglichkeiten, und somit kommt man weiter.«

Einer der Lieblingssätze, den Klitschko auch öffentlich immer wiederholt, ist: »You are the driving force« – »Du bist die treibende Kraft.« Dieser Satz sagt eigentlich alles.

Notieren Sie ihn sich und hängen Sie ihn überall in Ihrem Haus, Ihrer Wohnung oder am Arbeitsplatz auf.

Was Sauerstoffmasken über Egoismus erzählen

Vor jeder Flugreise bittet das Kabinenpersonal die Gäste, aufmerksam folgendem Hinweis zu lauschen: »Sollte der Kabinendruck sinken, fallen automatisch Sauerstoffmasken von der Decke. Ziehen Sie die Maske zu sich heran, um den Sauerstofffluss zu starten, und setzen Sie die Maske über Mund und Nase. Erst dann helfen Sie Kindern und Mitreisenden.« Es ist die perfekte Beschreibung von gutem Egoismus. Es nützt niemandem, wenn Sie bewusstlos in Ihrem Flugzeugsitz hängen und die anderen müssten sich schließlich um Sie kümmern.

Genau an diesem Punkt bringen Sie nämlich andere Menschen in eine gefährliche Lage. Niemand hätte etwas davon.

Doch genau dies scheinen zahlreiche Menschen in ihrem eigenen Leben zu tun. Es gibt viele Menschen, die ihr eigenes Leben nur nach anderen ausrichten und nicht auf sich selbst achten. Das geht vielleicht einige Jahre oder sogar Jahrzehnte gut. Doch es gibt Menschen, die eines Tages aufwachen und eine Körperhälfte ist gelähmt. Sie haben sich zu viel zugemutet, zu oft »Ja« gesagt, wenn sie eigentlich »Nein« hätten sagen müssen.

»Wir wissen genau, wie Amazon tickt«

Erfolgreich auf Amazon verkaufen, heißt erfolgreich eine Marke aufzubauen. **Maurice Glissmann** und **Daniel Vogler** erklären, wie es geht.

Maurice Glissmann und Daniel Vogler sind die Gründer und Leiter der Agentur AMZSCALE. Mit mittlerweile 30 Mitarbeitern und weltweiten Kontakten helfen sie ihren Kunden und Partnern, erfolgreiche Marken auf Amazon aufzubauen. Mit ihrem Wissen, ihrer Erfahrung und ihren Kontakten können sie alle notwendigen Schritte für den Aufbau der eigenen eCommerce-Marke anbieten.

Maurice und Daniel haben schon früh mit dem eCommerce angefangen. Maurice stellte sich vor allem die Frage, wie man mit geringen Investitionen ein Einkommen erzielen kann, das ein selbstbestimmtes Leben ermöglicht und stieß dabei auf Amazon FBA.

„Als mein aller erstes Amazon Produkt sofort 30.000 € Umsatz im Monat generierte war mir klar, dass ich mich darauf konzentrieren wollte. Seither habe ich viele weitere Produkte auf Amazon gelauncht und erfolgreiche Marken international skaliert“, erzählt Daniel. Indem er einen großen Blog aufbaute und Kunden in verschiedensten Industrien zu Online Marketing-Erfolg beriet, gelangte er zu einem profunden Wissen verschiedener Geschäftsmodelle.

„Wir stellen auch nur Projektmanager in unserer Agentur ein, die selbst schon einmal ein eigenes erfolgreiches Amazon-Business aufgebaut haben.“

Mit 20 co-gründete er eine Crowd-

funding-Firma, die später an ‚GoFundMe‘ verkauft wurde. Er studierte damals Psychologie und Philosophie, aber erwirtschaftete sein Einkommen als Unternehmer und gab schließlich das Studium zugunsten der lukrativeren Selbstständigkeit auf. Heute lebt er nach dem Ansatz des „Just-in-Time-learnings“: Anstatt unnützes Wissen anzuhäufen ist es sinnvoller, sich klar definierte Fähigkeiten, die man in der aktuellen Phase des Unternehmens benötigt, gezielt anzueignen. Dazu sucht er sich selber die besten Bücher, Berater, Coaches oder Trainer.

Auch Maurice erkannte die Wachstumschancen im eCommerce. Deswegen beschäftigte er sich mit der Funktionsweise von Amazon als Produkt-Suchmaschine, die mittlerweile die Hälfte aller Online-Käufe abwickelt. „Heute kann jeder über Social Media eine globale Audience aufbauen und ohne Mittelmänner praktisch über Nacht auf bestehenden Online-Marktplätzen Produkte oder Dienstleistungen vertreiben.“ Trotzdem bereitet das klassische Bildungssystem die Menschen nicht auf die Chancen des „Web 2.0“ vor.

So machen Maurice und Daniel ihre Erkenntnisse selber zum Geschäft und lassen ihre Kunden von ihrem Erfahrungsschatz profitieren. „Wir wissen genau, wie die Plattform tickt.“ Amazon funktioniert grundsätzlich anders als Google. Das Ranking der Produkte für bestimmte Suchanfragen folgt speziellen Kriterien bei Produkttiteln, Bildern und Kundenrezensionen. Der A9-Algorithmus wertet z.B. auch die Verweildauer und Conversion-Rate aus. Auch bei der Artikelbeschreibung und Preisgestaltung gibt es einiges zu beachten.

Als größte Produkt-Suchmaschine der Welt liefert Amazon kontinuierliche Ströme des besten Online-Traffic's, den man als Händler haben kann: organische suchanfragenbasierte Klicks. „So erzielen wir auf unseren Amazon-Produktseiten Conversion-Raten

im Bereich von 10 % bis sogar 40 %. Damit kann ein eigener Online-Shop mit durchschnittlichen 2,8 % Conversion-Rate und teuer eingekauften PPC-Klicks einfach nicht mithalten“, macht Maurice klar.

Seit 2016 können beruflich Freiheitsliebende über die AMZ Academy und den „Let's Talk Freedom“-Podcast lernen, wie sie ihr eigenes Amazon FBA Business starten oder auf das nächste Level bringen können. Dafür produzieren Maurice und Daniel ständig Videos, Blogposts und Podcasts, eine unschätzbare Bibliothek des Amazon-Praxis-Wissens. Die Lehrvideos wurden schon über 500.000 mal angesehen und über 20.000 Podcasts heruntergeladen.

Trotzdem hat nicht jeder die zeitliche Kapazität, sich selbst um den Aufbau eines Amazon-Business zu kümmern. Die Kunden von AMZSCALE sind daher eCommerce-Unternehmen oder private Investoren und Unternehmer, die aktuell nicht die Zeit haben zu lernen, wie erfolgreiches Verkaufen auf Amazon funktioniert, aber trotzdem vom eCommerce-Boom profitieren wollen. Deshalb bietet AMZSCALE den Done4U Fullservice Brand-Aufbau an. „Unsere Kunden beauftragen uns im Prinzip mit dem Aufbau ihrer eigenen erfolgreichen Amazon-Marke von 0 auf 100. Wir übernehmen dabei alles, was dazu gehört, von der initialen Nischenanalyse und Produktauswahl über das Finden der richtigen Produktionsstätten, Factory Background Checks, Preisverhandlungen und Margenkalkulation, Produkt-Compliance, Qualitätsüberwachung, Logistik bis hin zum Erstellen der verkaufsoptimierten Amazon-Listings und Management der Marketing-Kampagnen“, zählt Daniel auf. „Unser Interesse ist natürlich eine langfristige Partnerschaft mit unseren Kunden, in der wir zusammen die Marke international skalieren und am Ende im Idealfall auch verkaufen. So können wir mit unserem Knowhow und dem Kapital unserer Kunden extrem schnell lukrative Märkte erschließen.“





Seit mehr als 20 Jahren hat Boris Grundl seine Berufung in der Menschenentwicklung gefunden. Seit mehr als drei Jahren erforscht er das Thema Verantwortung auf wissenschaftlicher Ebene. Dank der aktuellen Studienergebnisse gelang ihm nun der inhaltliche Durchbruch in der Schlüsselfrage: „Wie entwickeln Menschen Lust an Verantwortung?“

Bereits zum dritten Mal haben wir knapp 1.000 für Deutschland repräsentative Personen zum Thema Verantwortung befragt. Immer mit dem Ziel, das Geheimnis von Verantwortung zu entschlüsseln und Spaß am Thema zu wecken. Doch noch immer empfinden viele Menschen Verantwortung als Last. Ist es also überhaupt möglich, Freude an Verantwortung zu entfachen? Was muss mental passieren, damit Menschen

sie als positiv empfinden? Die Antwort: Ob Verantwortung als Last oder Lust empfunden wird, entscheidet allein die Haltung. Wer mit der passenden Einstellung auf das Thema schaut, wird Projekte mit Freude anpacken und seine Ergebnisse um ein Vielfaches verbessern. Das spüren Menschen und Unternehmen sofort.

Verdrängung & die Suche nach dem Sündenbock

Auf dem Weg zur positiven Haltung durchlaufen Menschen einen mentalen Prozess. Steht ein Mensch vor einer unerwarteten, ihm unbehaglichen Situation, reagiert er als erstes mit Verdrängung. Kunden brechen weg? Coronakrise? „Betrifft mich nicht.“ Das erste surreale Empfinden ist immer das Gleiche, wenn Menschen sich vor einem wichtigen Meeting Kaffee aufs Hemd kippen, plötzlich die eigene Kündigung in Händen halten oder durch ein Unglück Gesundheit oder Hab und Gut verlieren: „Das kann doch nicht wahr sein!“ Diese Reaktion ist völlig menschlich. Die Frage ist, wie lange sie anhält.

Nach der erfolglosen Verdrängung sucht der Betroffene einen Sündenbock: „Wer hat den Kunden betreut?“ „Wer hat die Kündigung veranlasst?“ „Wer hat die Welt infiziert?“ Auch wenn diese Suche verständlich ist, setzt sie nur wenig Energie frei. Der Betroffene will nichts mit der Sache zu tun haben. Das Problem bleibt „fremdgemacht“. Zuerst richtet sich

VON LAST ZU LUST:

Boris Grundl erklärt, wie mit der richtigen Haltung die Ergebnisse besser werden und die Freude an der Verantwortung wächst

»Lust an Verantwortung empfindet nur derjenige, der das jeweilige Thema geistig in Besitz genommen hat. Nur dann übernimmt er die volle Konsequenz für die Ergebnisse.«

die Schuldsuche auf Personen. Im zweiten Schritt bezichtigen Betroffene die Umstände. Schuld ist dann die Wirtschaftslage, der inkompetente Kollege, das veraltete Unternehmen ... Die eigene Handlungenergie ist noch immer sehr schwach. Der Betroffene schiebt die Beteiligung ab und aktiviert kaum eigene Aktivitäten. So wird ein tatsächlicher Virus zu einem mentalen. Betroffene empfinden die Situation noch immer als aufgezwungen und lästig.

Selbstvorwürfe & Selbstverpflichtung

Schließlich kommt das Thema so nah, dass es angenommen werden muss. Die intellektuelle Erkenntnis geht über in den Versuch einer emotionalen Annahme. „Was hat die Kündigung, der schwache Umsatz oder die Pandemie mit mir zu tun?“ Dieser erste Versuch der Anerkennung scheint kläglich. Er führt zu: „Warum habe ich nicht schon früher...“. Wer sich jetzt mit Selbstvorwürfen plagt, richtet seine Energie von außen nach innen. Tritt ein Chef reumütig vor die Mannschaft, klingt das Mea Culpa erst mal nach hoher Verantwortungsübernahme. Doch oft bleibt es bei leeren Worten und beim Einräumen des „Armen Ichs“ – eine Form von Selbstmitleid.

Steigt die Handlungsenergie leicht an, ist sie gerade so groß, dass der Betroffene die Situation einigermaßen bewältigen kann. „Ich muss, aber eigentlich will ich nicht.“ Das ist der Zustand, in dem die meisten

Menschen leben. Durchschnittlich viel Energie für durchschnittliche Ergebnisse. Das Ich verpflichtet sich, weil es gezwungen ist – nicht, weil es sich dafür entschieden hat. Der Zwang führt nach wie vor zu Schwere und Frust. „Jetzt mach ich halt das Beste daraus.“ Das Thema ist angenommen. Wie eine bittere Medizin. Nicht wie Lieblichseis. Für Top-Leistungen fängt es allerdings jetzt erst an.

bis schwachen Ergebnissen. Denn jede nach sich ziehende Handlung entspringt nicht seinem persönlichen Antrieb. Um das zu optimieren, kann die Führungskraft überlegen, ob Sinnhaftigkeit, Klarheit, Notwendigkeit und Qualität der Aufgabe transparent geworden sind. Der Mitarbeiter kann sich bemühen, sich den externen Gedanken anzueignen – durch selbst gewählte Identifikation. Macht er sich die Chef-Idee zur



Lust an Verantwortung

Lust an Verantwortung empfindet nur derjenige, der das jeweilige Thema geistig in Besitz genommen hat. Nur dann übernimmt er die volle Konsequenz für die Ergebnisse. Übergibt der Chef dem Mitarbeiter eine Aufgabe, kommt der „Du musst“-Impuls erst mal von außen. Der Kollege kann sich winden und ärgern. Vielleicht übernimmt er den Job mit angezogener Handbremse – mit Widerwille, Frust, Desinteresse und mit garantiert durchschnittlich

eigenen, entspringt jedes Handeln seinem Inneren – egal, wo der Impuls ursprünglich herkam. Die Energie beim Handeln, die Gefühle und die Ergebnisse haben jetzt eine völlig andere Qualität.

Das erklärt, warum es Menschen gibt, die sich mit ihrer täglichen Job-Routine quälen und nur mittelmäßige Ergebnisse produzieren, abends aber in ihrer Vereinsarbeit brillieren. Der Unterschied? Die Haltung! Der Engagierte hat seine Vereinsziele und die dortigen Herausforderungen mental in Besitz genommen. Wer also im Job oder im Leben erfolgreich und erfüllt werden will, muss genau das tun: Projekte oder Krisen, mit denen ein Leben konfrontiert, mit entspannter Hartnäckigkeit und ohne Druck geistig zu eigen machen. So lange Themen nicht verinnerlicht sind, so lange treibt uns ein Gefühl der Verpflichtung. Je öfter Sie diesen Zustand der lustvollen Verantwortung bewusst übernommen haben, desto klarer können Sie ihn auf Wunsch abrufen.

Boris Grundl forscht und lehrt seit 20 Jahren als Managementtrainer, Redner, Unternehmer und Autor zur menschlichen Entwicklung. Seit über einem Jahrzehnt gehört er zu Europas Trainerelite. Inzwischen hat sich sein ganzes Denken und Handeln in einem Wort verdichtet: Verantwortung. Alle Inhalte sind Online, Inhouse und in offenen Seminaren verfügbar auf www.grundl-institut.de.



ZUKUNFTSMUT ENTWICKELN

Carl Naughton erklärt, dass es für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens nicht immer nur um das finanzielle Kapital geht.



Bilder: Depositphotos/ArturVerkhovetskiy, Monica Wernecke



„30 Minuten Zukunftsmut“ von
Carl Naughton und **Andreas Steinle**
 96 Seiten
 Gabal, 2019
 ISBN-10: 3869369469
 9,90 Euro

P **psychologisches Kapital ist wichtiger als Funding**
 In Deutschland wird immer wieder mehr Venture Capital gefordert. Was beim Fokus auf den Zugang zu finanziellem Kapital allerdings übersehen wird: Es gibt noch eine andere Form des Kapitals, das Studien zufolge viel aussagekräftiger für den unternehmerischen Erfolg ist: Das psychologische Kapital. Und das hat jeder Unternehmer selbst in der Hand. Diese bedeutende Ressource kann man auch Zukunftsmut nennen. Das klingt vielleicht erst einmal nach wachswiechem Hoffnungsfaktor, aber Forschungen aus dem Jahr 2019 haben gezeigt: Der Zukunftsmut eines Menschen erklärt zu 73 Prozent sein Innovationsverhalten. Das heißt, es gibt wenig Anderes, das so eine entscheidende Rolle für den Erfolg spielt! Es lohnt sich also, sich damit zu beschäftigen und die Perspektive zu wechseln.

Zuversicht fördert unabhängiges Denken

Eine der vier „Big Player“ unseres psychologischen Kapitals ist die Zuversicht. Sie ist eine starke Mischung aus Zielmotivation und Handlungsstärke; die Überzeugung, dass es nicht nur einen Weg zum Ziel gibt, sondern mehrere, gepaart mit dem festen Glauben daran, diese Wege auch finden zu können. So eine Mischung aus Denken in Alternativen, eine Art Waypower, und auf der anderen Seite die Absicht, diese Alternativen auch gehen zu wollen, eine Art Willpower.

Das Duo aus Will- und Waypower macht uns zu unabhängigeren Denkern. Weil wir auf unsere Zuversicht vertrauen, dass viele Wege zum Ziel führen können, passen wir uns weniger an das Denken anderer Menschen an. Diese geistige Freiheit ist die Basis für das, was wir „thinking out of the box“ nennen.

Wer neue Wege geht, braucht Widerstandskraft

Wer neue Wege geht, kann sich allerdings auch schon mal den Zeh, das Knie oder den Kopf stoßen. Um sich schnell und erfolgreich von solchen Misserfolgen, Widrigkeiten, Unsicherheiten oder Konflikten zu erholen, brauchen wir Widerstandskraft. Sie führt zu einer Art „Steh-auf-Effekt“ und lässt uns auch Anspannungssituationen länger durchhalten mit kreativeren Ergebnissen.

Um das Beste aus einer Situation zu machen gibt es in der Psychologie ein paar einfache Schritte:

1. Fokus: Definieren Sie die Situation, die Ihnen das Gefühl gibt, keine Kontrolle zu haben. Geben Sie ihr eine Überschrift und notieren ein paar Stichpunkte dazu.

»Das Duo aus Will- und Waypower macht uns zu unabhängigeren Denkern. Weil wir auf unsere Zuversicht vertrauen, dass viele Wege zum Ziel führen können, passen wir uns weniger an das Denken anderer Menschen an.«

2. Klarheit: Sind Sie wirklich machtlos oder ratlos? Wenn Sie sich klarmachen, dass Sie Ihre Wahlmöglichkeiten zwar nicht mögen, aber theoretisch handeln können, entfliehen Sie der Machtlosigkeit. Ratlos fällt uns keine Lösung ein, aber vielleicht jemand, der uns helfen kann.

3. Ziel: „Du musst dein Ziel vor Augen haben!“. Nein, besser Sie setzen sich eine Skala zwischen Minimal- und Maximalzielen. Damit erweitern Sie Ihren Spielraum.

4. Kreis der Kontrolle: Schreiben Sie in einen Kreis, was Sie selbst kontrollieren können, die Ziele auf Ihrer Skala zu erreichen. Alles, was außerhalb des Kreises liegt, können Sie eh nicht ändern.

Selbstwirksamkeit im Kreis der Kontrolle

Und damit kommen wir zu unserer Wirksamkeit. Um erfolgreich zu sein, müssen wir davon überzeugt sein, unser Können auch einsetzen zu können. Damit das hinhaut, durchlaufen wir im Kopf drei Schritte: Wir checken, wie groß unsere Selbstwirksamkeitserwartungen sind, wie stark unsere Überzeugungen sind und schließlich wie gut sich diese Gedanken verallgemeinern lassen.

Nur wer sich hier hoch einschätzt, setzt auch die notwendigen Schritte in Gang, um erfolgreiche Ergebnisse zu erzielen.

Optimismus, ohne die Fakten aus den Augen zu lassen

Der letzte Baustein für unser Psychologisches Kapital ist Optimismus. Dabei geht es nicht um eine Gute-Laune-Attacke à la Augen zu und durch, wir schaffen das schon. Gemeint ist ein flexibler, realistischer Optimismus: Man blickt zuversichtlich in die Zukunft und glaubt an seinen Erfolg. So eine Art individuelles Erwartungsmanagement. Heidi Grant, Journalistin bei der Harvard Business Review, bringt es in ihrer Headline auf den Punkt „Being an optimist without being a fool“.

Kenneth W. Green und seine Kollegen zeigten 2004: Die optimistischen Mitarbeiter der amerikanischen Versicherung Met Life mit 90 Millionen Kunden verkauften während der Zeit der Untersuchung 21 Prozent mehr Lebensversicherungen als die Kollegen. Was machte die Met Life darauf hin? Sie haben die Optimismus-Skala einfach in ihren Bewerberprozess eingebunden. Die so eingestellten Mitarbeiter verkauften nicht nur besser, sie blieben auch länger im Unternehmen, was weitere Millionen Dollar einspart!

Im besten Fall sollten natürlich beide Formen des Kapitals zur Genüge vorhanden sein. Der Grad des Zukunftsmutts jedoch hat eine weitaus höhere Vorhersagekraft für den Businesserfolg – auch wenn dies überraschen mag!



Bei Wirtschaftspsychologe **Dr. Carl Naughton** trifft echte Wissenschaft auf Top-Unterhaltung. Neben seiner Tätigkeit als Vortragsredner und Moderator forscht und lehrt er auch noch immer selbst – früher als Dozent an der Uni Köln, heute an der FOM in Frankfurt. Die Themen Zukunftsmut und praktische Intelligenz drehen sich rund um den erfolgreichen Umgang mit Neuem und Unbekanntem.

FOUNDERS DESK

Die Schreibtische der Gründer

DIRK KREUTER:

So arbeitet Europas erfolgreichster Verkaufstrainer



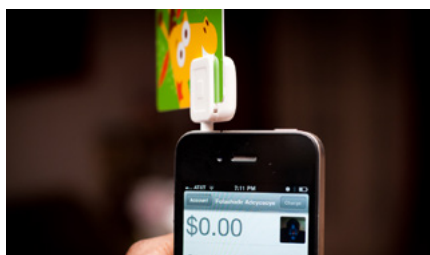
Bild: Inka Englisch Photography

Eigentlich ist der Arbeitsplatz von Dirk Kreuter die Seminar- und Eventbühnen, wo er regelmäßig vor tausenden, begeisterten Teilnehmern spricht. Wenn er jedoch nicht Live Seminare hält, gibt es zwei mögliche

Schreibtische, an denen er anzutreffen ist. Zum einem in dem schönsten, höchsten und modernsten Bürogebäude im Ruhrpott, dem Exzenterhaus in Bochum. Dort hat er keinen fixen Arbeitsplatz, sondern ist oft

mitte unter seinem Team zu finden. Die andere Zeit lebt er in Dubai, im höchsten Gebäude der Welt dem Burj Khalifa. Bei der Morgenroutine und der Zielplanung fällt dann der Blick über die Glitzermetropole im Mittleren Osten. Dieser Blick kann dann schon motivieren oder wie HH Sheikh Maktoum bin Rashid Al Maktoum der Herrscher des Emirats Dubai sagt: „Unmöglich ist ein Wort, das von einigen Leuten verwendet wird, die Angst haben, groß zu träumen.“ Oder „Das Unmögliche ist eine Wahl. Die Welt öffnet die Türen für diejenigen, die wissen, was sie wirklich wollen.“ Dabei sind ihm seine Journale besonders wichtig, oder wie Dirk sagt: „denken auf Papier“. Diese sind dann oft hochwertig und vor allem sehr langlebig. Dubai ist das „Über-Morgenland“, denn Dubai bedeutet: höher, schneller, weiter – es gibt keine Limits. Auf jeden Fall eine inspirierende Umgebung, um immer wieder neue Projekte zu planen, seine Ziele zu hinterfragen und aufs nächste Level zu bringen.

Square



Square hält Zahlungen an Online-Händler zurück

Der Zahlungsdienst Square, gegründet vom Twitter-Erfinder Jack Dorsey, behält immer größere Teile von Zahlungsanweisungen zurück, berichtet die New York Times. In einigen Fällen werden 30 Prozent der angewiesenen Gelder einbehalten, so dass Händler nur zwei Drittel des Verkaufspreises für gelieferte Ware erhalten. Das bringt sie in der Pandemie in Existenznöte. Square bestätigt, einen Teil der überwiesenen Summen zurückzubehalten. Dies geschehe bei ...

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

Whatsapp



Neuer Service: Mit WhatsApp bezahlen und verkaufen

WhatsApp-Nutzer können bald mit dem Messenger aus dem Hause Facebook Geld verschicken. Das Feature, mit dem Geldbeträge wie Fotos verschickt werden können, ist seit heute in Brasilien verfügbar, gab Mark Zuckerberg via Facebook bekannt. „Heute beginnen wir mit der Einführung des Bezahl-Dienstes für die Benutzer von WhatsApp in Brasilien. Wir machen das Senden und Empfangen von Geld genauso einfach, ...

Den ganzen Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Tesla



Tesla ist wertvoller als BMW, Daimler und VW zusammen

Nachdem nun erstmals die Aktien von Tesla über 1000 Dollar gestiegen sind, ist der Elektropionier nun wertvoller als BMW, Daimler und VW zusammen. Während die Tesla-Aktie durch den Corona-Börsencrash im März auf 350 Dollar gesunken ist, hat sich mittlerweile der Kurs fast verdreifacht. Das Unternehmen wird an der Börse mit rund 187 Milliarden bewertet, während es die drei deutschen Autobauer zusammen nur auf rund 156 Milliarden Euro schaffen. Die Kurs-Rally ist ...

Den ganzen Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Bilder: flickr.com/Sharedayy Photography, Depositphotos/afress/feelstock

Buchtipps

33 Erfolgsprinzipien der Innovation

Alle Unternehmen wollen innovativ sein, nur wenigen gelingt es. Warum schaffen einzelne Unternehmen echte



Durchbrüche, während die meisten nicht über lustlose Me-too-Produkte hinauskommen? Innovation lässt sich nicht einfach verordnen – aber es gibt Erfolgsprinzipien, denen die besten Unternehmen folgen und die ihnen immer wieder

einen Innovationsvorsprung gegenüber ihren lahmen Wettbewerbern verschaffen. Dieses Werk zeigt Ihnen die 33 besten dieser Erfolgsprinzipien.

Management: Die Top-Tools der Besten



Wie erklären sich die beeindruckenden Lebensleistungen so unterschiedlicher Menschen wie Steve Jobs und Roger Federer, Herbert von Karajan und Elon Musk, Sheryl Sandberg und James Watt? Die Antwort:

Alle diese Menschen waren nicht nur begnadete Künstler, Wissenschaftler, Politiker oder Unternehmer – sie waren gleichzeitig auch hervorragende Manager. Frank Arnold beschreibt in seinem Buch, wie ein gutes Management erfolgreich macht.

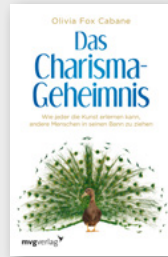
Seelengevögelt: Manifest für das Leben



Ein Leuchtfener des wachen Geistes. Dieses Buch ist eine hemmungslose Liebeserklärung an das Leben und ein Weckruf an den Rebellen, der in jedem Menschen schlummert. Seit seinem Erscheinen 2011 hat sich »Seelengevögelt« zum Klassiker entwickelt

und fand seinen Weg in die Herzen vieler Menschen. Diesen Erfolg feiert die vorliegende Neuauflage: Fünf brandneue Kapitel und gewohnt erfrischende Gedankenwege werden abgerundet von Leser-Erfahrungsberichten, die zeigen, welche Kraft zur Veränderung uns innewohnt, wenn wir lernen, das Leben als wundervolles Geschenk zu begreifen, das es jeden Tag aufs Neue zu zelebrieren gilt.

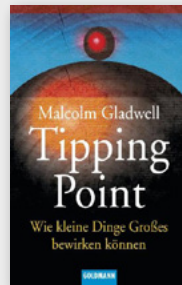
Das Charisma-Geheimnis: Wie jeder die Kunst erlernen kann, andere Menschen in seinen Bann zu ziehen



Charisma ist keine naturgegebene Eigenschaft, die man hat oder eben nicht. Charisma kann man sich aber aneignen und damit sein Leben von Grund auf verändern. Olivia Fox Cabane erklärt die grundlegenden Komponenten, aus denen sich Charisma zusammensetzt, und erläutert

im Detail, wie man sich mit Worten, Gesten und bestimmter Mimik präsentiert, um zum geschätzten und beachteten Gesprächspartner, Kollegen oder Chef zu werden.

Tipping Point: Wie kleine Dinge Großes bewirken können

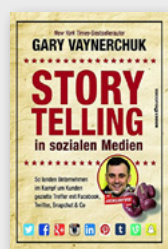


Eine totesagte Schuhmarke, die über Nacht zum ultimativ angesagten Modeartikel wird. Ein neu eröffnetes Restaurant, das sofort zum absoluten Renner wird. Der Roman einer unbekanntes Autorin, der ohne Werbung zum

Bestseller wird. Malcolm Gladwell untersucht jenen magischen Moment, der eine modische oder soziale Lawine lostritt – den »Tipping Point«. Gladwells Ideenfeuerwerk zeigt auch, wie wenig Aufwand zu einem Mega-Erfolg führen kann.

Storytelling in sozialen Medien: So landen Unternehmen im Kampf um Kunden gezielte Treffer

Für Unternehmen zählt heute vor allem



eines: Wie verknüpfen sie ihr Produkt oder ihre Dienstleistung treffsicher mit den wichtigsten sozialen Medien und mobilen Geräten, damit sie zum Kunden kommen? Wie nutzen sie die Tools auf Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter und Tumblr

so, dass ihr Geschäftsmodell bekannt wird? Gary Vaynerchuk nimmt sich Unternehmen quer durch alle Branchen vor und zeigt an ihrem Beispiel, was sie bereits richtig machen und was noch besser geht. Er bietet griffige Marketing-Strategien auf dem neuesten Stand. Für Marketing-Leute, die im Ring stehen. Und alle, die den perfekten Unternehmensauftritt für ihren rechten Haken nutzen wollen.

Story

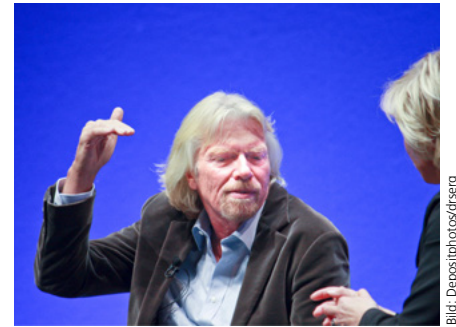


Bild: Depositphotos/difseig

Virgin Orbit

Milliardäre wetteifern im Weltall

„Virgin Orbit“ ist bei dem Versuch gescheitert, eine Trägerrakete von einem Flugzeug aus in die Erdumlaufbahn zu bringen. Elon Musk drückte dem Virgin-Gründer Richard Branson sein Beileid via Twitter aus, berichtete Forbes.

Mit Raketen des Typs „Launcher“ will Virgin Orbit eines Tages Satelliten ins All schicken, ein Geschäftsfeld, das derzeit noch starkes Wachstum verspricht. Die Trägerraketen werden an den Tragflächen einer Boeing 747 befestigt und von da aus gestartet. Die Rakete zündete planmäßig über dem Pazifik, stieg aber nicht in den Orbit auf.

Virgin zeigte sich enttäuscht, gab aber bekannt, dass durch den gescheiterten Versuch nützliche Erkenntnisse gewonnen werden konnten. Folge-Missionen lägen „nicht in weiter Ferne“. Der CEO Dan Hart wird vom Forbes-Magazin wie folgt zitiert: „Wir haben viele Ziele erreicht, wenn auch nicht so viele, wie wir es gewünscht hätten. Nichtsdestotrotz haben wir heute einen großen Schritt nach vorn gemacht. Wir werden daraus lernen, nachbessern und uns auf den nächsten Test vorbereiten, der schon bald stattfinden wird.“

Virgin Orbit, eine Tochter der Virgin Group und Nachfolgeprogramm von Virgin Galactic, wird unter anderem mit Geld aus dem saudischen Staatsfond finanziert. Abu Dhabi machte allerdings...

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

JULIEN
BACKHAUS

EGO

GEWINNER SIND
GUTE EGOISTEN

FBV



Jetzt im Handel!