



JETSTREAM

Members

No. 4 • 2023

MAGAZINE

OLIVER KAHN

Rückschläge verkraften,
aufstehen, weitermachen!

KAI DIEKMANN

Wie erfolgreiche Menschen ticken

DANIEL DLUBAL

Mit Statik-Software
an die Spitze

DIRK KREUTER

Mein Weg zur
Neunstelligkeit

ISBN: 978-3-9819073-5-3
Deutschland 5,90 €
Österreich 6,90 € • Schweiz 7,00 SFr.
BeNeLux 7,50 €



4 193537 005900

04

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

mit Erfolg ist es wie mit dem Eisberg: Man sieht stets nur die kleine Spitze über der Wasserlinie. Der große Teil, im übertragenen Sinne die Anstrengungen, die dafür im Vorfeld nötig waren, bleibt verborgen. Das weiß auch Dirk Kreuter nur zu gut. In seinem Artikel auf Seite 31 erklärt der Multiunternehmer, welche Chancen und Herausforderungen ihn auf seinem Weg zu einem neunstelligen Auftragseingang innerhalb eines Jahres begleitet haben.

Dass man auch in einer Nische sehr erfolgreich buchstäblich etwas aufbauen kann, zeigt Jetstream Member Daniel Dlubal. Sein Familienunternehmen ist der führende Anbieter von Statik-Software in Deutschland. Damit wurde unter anderem die Ferrari World in Abu Dhabi und auch die Sky Bridge, die größte Fußgängerhängebrücke der Welt, konstruiert. Einen Einblick in seine Motivation und sein Unternehmen bekommen Sie ab Seite 22. Jetstream Member Fabien Rossetti treibt etwas anderes an. Er widmet sich der Prozessoptimierung in verschiedenen Bereichen von Unternehmen. Warum das nicht immer reibungsfrei erfolgt, aber stets lohnenswert ist, erfahren Sie ab Seite 25. Member Dr. Frank Schifferdecker-Hoch widmet sich einem Thema, das uns alle betrifft: Volkskrankheiten. Ab Seite 28 können Sie nachlesen, wie seine Therapiekonzepte Arztpraxen täglich bei der Behandlung helfen.

Unter anderem über die positiven Seiten des Scheiterns haben wir mit Oliver Kahn gesprochen. Der Torwarttitan und erfolgreiche Unternehmer war beim Jetstream Members



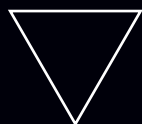
Meeting im Oktober zu Gast und hat uns Einblicke in sein Leben gegeben (Seite 36). Ebenfalls sprechen konnten wir mit Kai Diekmann. Der langjährige Chefredakteur der BILD-Zeitung hat uns verraten, was in seinen Augen besonders erfolgreiche Menschen auszeichnet (Seite 44).

Haben Sie auch schon gemerkt, wie schwierig es ist, als Unternehmer erfolgreich an staatliche Fördermittel zu kommen? Kai Schimmelfeder berichtet ab Seite 48, wie man es schafft, diesen lohnenswerten Weg zu gehen.

Viel Spaß beim Lesen und weiterhin viel Erfolg im Business

Managing Director Jana Dvorkina

INHALT



- | | | | |
|----|---|----|--|
| 06 | DIRK KREUTER
Warum persönlicher Kontakt
nach wie vor sehr wichtig ist | 18 | JETSTREAM VIP
Einblicke in den Inner Circle |
| 10 | JANA DVORKINA
Ein Rück- und Ausblick auf das
Jetstream Members Programm | 22 | DANIEL DLUBAL
Mit Statik-Software
die Welt konstruieren |
| 14 | JETSTREAM MEMBERSHIP
Vorstellung des Netzwerks | 25 | FABIEN ROSSETTI
Wie Prozessoptimierung
die Leistung steigert |



- | | |
|----|---|
| 28 | DR. FRANK
SCHIFFERDECKER-HOCH
Effiziente Therapiekonzepte
gegen Volkskrankheiten |
| 31 | DIRK KREUTER
Chancen und Hürden auf dem
Weg zu neunstelligem Umsatz |
| 34 | UNTERNEHMERBAUKASTEN
Digitales Allround-Werkzeug für
ein erfolgreiches Unternehmen |
| 36 | OLIVER KAHN
Warum Rückschläge auf dem
Weg zum Erfolg wichtig sind |



MANISCHER
GESCHICHTENERZÄHLER

Kai Diekmann

44

- 40 MY BEST RECRUITING
Strategie: Wie Firmen neue
Mitarbeiter anwerben können
- 44 KAI DIEKMANN
Im Gespräch mit dem
Unternehmer und Ex-Chef der
BILD-Zeitung
- 48 KAI SCHIMMELFEDER
Fördermittel einwerben?
So funktioniert's!



36

Oliver Kahn



40

Svenja
Scheinhütte

52 SOFTWARELÖSUNG
Unternehmensdaten
auf einen Blick dank
dataCEO

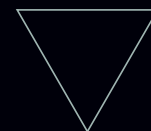
56 BUCHTIPPS
Literatur, die den Umsatz
steigert

58 JETSTREAM EVENT
IN BILDERN
Meeting in Dubai

03 Editorial

62 Impressum / Seminarkalender

DAS OFFLINE- NETZWERKEN IST TOT? ES LEBE DER PERSÖNLICHE KONTAKT!



DIRK KREUTER
IM INTERVIEW

Mann. Zudem kann es auch dazu kommen, dass eine Veranstaltung von Verkäufern überlaufen ist und die wirklichen Entscheider nur noch eine kleine Minderheit ausmachen. Wenn die Gesellschaft zu 90 Prozent aus Jägern besteht, kommen diese deutlich schwerer an die verbliebenen 10 Prozent Beute heran.

Angenommen, ich habe die perfekte Veranstaltung für mich gefunden und bin auch schon vor Ort.

Was nun?

Na, Attacke natürlich! Die Königsdisziplin für erfolgreiches Netzwerken ist es, erst einmal ins Gespräch zu kommen. Ein cleverer Einstieg sollte daher nicht erst spontan entwickelt, sondern vorher geplant und eingeübt werden. Natürlich spielt aber auch Improvisation noch immer eine große Rolle, da sich die Richtung einer Konversation nie vollständig vorhersehen lässt. Gelingt das, kommt die immer noch wichtigste Waffe des Netzwerkers zum Einsatz: die Visitenkarte. Im direkten

Als Keynote Speaker bei Jetstream, Multiunternehmer und Spiegel-Bestseller-

Autor kennt sich Dirk Kreuter mit dieser Thematik aus wie kein Zweiter.

Wie sich sowohl in Deutschland als auch international am effektivsten geschäftliche Kontakte knüpfen lassen und was der größte Unterschied zwischen Online- und Offline-Netzwerken ist, erklärt er im Interview.

Gibt es einen Kardinalfehler, den Entscheider, Unternehmer oder Selbstständige beim Netzwerken begehen können?

Das beginnt tatsächlich schon bei der Auswahl der korrekten Zielgruppe. Wer eine Messe, eine Veranstaltung oder Ähnliches besuchen möchte, um seinen Kundenstamm zu erweitern, muss einen klar festgelegten Abnehmerkreis

definieren – und auch wissen, wo sich dieser aufhält. Findet sich die Zielgruppe auf Golfplätzen zusammen, besuchen sie regelmäßig Events wie die Vertriebsoffensive oder finden sie sich in Netzwerken wie Jetstream oder dem Industrieclass zusammen? Ein Produkt, das auf Architekten ausgelegt ist, bekommt eben selbst der beste Verkäufer nicht auf einem Ärztekongress an den



„DIE KÖNIGSDISZIPLIN FÜR
ERFOLGREICHES NETZ-
WERKEN IST ES, ERST EINMAL
INS GESPRÄCH ZU KOMMEN.“





Austausch erweist sie sich immer noch als beste Option für die spätere Kontaktaufnahme; als oftmals einzige Möglichkeit des Nachfassens. Sie einerseits gewissenhaft zu sammeln und andererseits selbst zu verteilen, bleibt weiterhin essenziell. Wenn auch beinah nur noch in Deutschland. Im Ausland – vor allem in den arabischen Staaten – funktioniert viel mehr über den Nachkontakt per Instagram und Whatsapp.

Um überhaupt erst in ein zielführendes Gespräch zu kommen, muss doch sicherlich auch der Auftritt stimmen?

Auf jeden Fall! Dresscodes sind dem modernen Netzwerken ebenso erhalten geblieben wie die Visitenkarte. Sich nicht overdressed, aber auf gar keinen Fall underdressed zu präsentieren, erweist sich heute genauso wie vor 100 Jahren als selbstverständlich. Genauso wichtig ist allerdings, dass Unternehmer und Selbstständige auch weit über ein Event und das erste Kennenlernen hinaus im Gedächtnis ihrer Gesprächspartner bleiben. Deshalb setzen die Erfahrenen auf Akzente in ihren Outfits: Das reicht von auffälligen Schuhen über bunte Manschettenknöpfe bis hin zu extravaganen Schals. Frauen haben in dieser Hinsicht natürlich deutlich mehr Möglichkeiten, mit diversen Accessoires aus der Masse herauszustechen. Solche visuellen Erinnerungen setzen sich nachhaltig im Gedächtnis des Gegenübers fest.

Das ist aber nur ein Teil des Geheimnisses, nicht wahr?

Äußerliche Merkmale sorgen für den Wiedererkennungswert, doch verkaufen lässt sich nur durch Rhetorik. Oftmals erweisen sich Veranstaltungen oder Messen als extrem schnelllebig – es befinden sich viele Leute vor Ort, die in begrenzter Zeit mit möglichst vielen potenziellen Kunden sprechen möchten. Deshalb muss der Pitch zum eigenen Produkt, zu der Dienstleistung oder dem generellen Geschäftsfeld sitzen. Kurz, prägnant, auf den Punkt und am besten vorher einstudiert, sodass der Vortrag verständlich und selbstbewusst daherkommt. Auf die bekannte Frage „Und was machen Sie?“ kann sich der Unternehmer immer an dieser Modellantwort orientieren: „Ich helfe Zielgruppen dabei, ein bestimmtes Ergebnis zu erreichen, indem ich vorhandene Leistung biete.“

Nun weiß jeder, dass ich der richtige Ansprechpartner bin. Doch woher weiß ich, dass ich mit jemandem spreche, der auch mich weiterbringt?

Durch das Stellen der richtigen Fragen. Unternehmer und Selbstständige sollten bei persönlichen Gesprächen gezielt und direkt zum Geschäftlichen kommen. Wie schon erwähnt, haben derartige Veranstaltungen einen eher schnelllebigen Charakter – daher ist es auch überhaupt nicht unhöflich, eine Konversation schnellstmöglich zu beenden, sobald die Antworten des Gegenübers nicht in die richtige Richtung gehen. Hier macht natürlich der

“

„ICH HELFE ZIELGRUPPEN DABEI, EIN BESTIMMTES ERGEBNIS ZU ERREICHEN, INDEM ICH VORHANDENE LEISTUNG BIETE.“

Ton die Musik, aber generell gehört es zum üblichen Vorgehen, bei wenig Aussicht auf Erfolg zum nächsten Versuch weiterzuziehen.

Nun kommt es sicherlich selten vor, dass es auf solchen Veranstaltungen selbst zu vielen Abschlüssen kommt. Wie sieht das weitere Vorgehen aus?

Der nächste Schritt? Sofortiges Nachfassen – am besten noch am gleichen Abend! Ein Großteil der Kaufentscheidungen wird erst zwischen dem fünften und

zwölften Nachfasskontakt getroffen. Dranzubleiben und sich immer wieder zurück ins Gedächtnis zu rufen, lohnt sich also extrem, denn vielleicht benötigt

”

der Kunde das Produkt nicht jetzt oder morgen oder übermorgen; aber in einem Monat plötzlich ganz dringend.

In einer digitalisierten Welt mag es vielen komisch vorkommen, zum Netzwerken über-

haupt noch das Haus zu verlassen. Was würden Sie dagegen sagen?

Dass auch in Businessfragen nun alles vermehrt digital abläuft, ist eigentlich auch schon das größte Argument für Networking in Präsenz. Kaum jemand traut sich noch, den persönlichen Kontakt zu suchen, weshalb die Entscheiderdichte bei solchen Veranstaltungen meist deutlich höher ist als noch zu früheren Zeiten. Das heißt natürlich nicht, dass Online-Angebote komplett ignoriert werden sollten. Auf LinkedIn, Xing oder Instagram bringt die Sichtbarkeit den Mehrwert. Sich dort mit prägnanten Texten und einer klaren Brand-Identity zu präsentieren, kann oftmals schon zu Interesse bei potenziellen Kunden führen. Der anschließende Kontakt bis zum letztendlichen Abschluss geht allerdings in der Regel etwas langsamer vonstatten. Hier sollten die Netzwerker zunächst eine Beziehung zum Gegenüber aufbauen und ihn erst später mit der Kaufentscheidung konfrontieren.

Sie setzen aber weiterhin auf die ganz persönliche Schiene?

Ich sehe den Erfolg ja regelmäßig mit eigenen Augen auf den Veranstaltungen, die ich selbst ausrichte, oder innerhalb der Netzwerke, die ich mit aufgebaut habe. Besucher der Vertriebs-offensive und Mitglieder im Jetstream vernetzen sich dort am laufenden Band und knüpfen Geschäftsbeziehungen oder Partnerschaften, die über Jahre erfolgreich sind. Wie soll ich diesem Modell da jemals abschwören?





Jetstream Geschäftsführerin

Jana Dvorkina

▷ 2023 ◁

EIN ERFOLG- REICHES JAHR

Das Jahr 2023 war für Jetstream ein überaus spannendes.

Bei unserem Erfolgsprogramm hat sich einiges positiv verändert und weiterentwickelt. Und auch für das Jahr 2024 zeichnen sich bereits erste Highlights ab. Ein Rück- und Ausblick von Jetstream Geschäftsführerin Jana Dvorkina.

Im Rückblick auf das Jahr 2023 möchte ich Ihnen zunächst einige aufregende Entwicklungen und Meilensteine der Jetstream Membership präsentieren. Als Geschäftsführerin bin ich ganz klar stolz darauf, wie sich unser Netzwerk entwickelt hat und wie umfassend wir die Mitglieder in diesem Jahr unterstützen konnten. Da ist zum einen der neue Memberbereich. Hier können Sie auf eine breite Palette an Ressourcen zugreifen, darunter exklusive Videos, Audiomaterial, Skripte und noch viel mehr. Diese umfangreiche Sammlung von hochwertigen Inhalten wurde entwickelt, um Ihr Wissen kontinuierlich zu erweitern und Sie in Ihrem Unternehmertum weiter voranzubringen.

Auch die Einführung unserer Updatecalls war ein bedeutender Schritt. Diese regelmäßigen Treffen ermöglichen es Ihnen, in direkten Kontakt mit Experten aus unserem Team zu treten und aktuelle Themen und Herausforderungen zu besprechen. Ganz im Einklang mit unserem Ziel: Wir sind hier, um Ihr Wachstum zu fördern und Ihre Fragen zu beantworten.

Im Jahr 2023 konnten wir zudem einige äußerst berühmte Persönlichkeiten bei unseren Meetings willkommen heißen. So hatten wir unter anderem Dieter Bohlen, Til Schweiger, Boris Becker, Kai Diekmann, Oliver Kahn, Dr. Reinhard Sprenger und weitere mehr bei uns auf der Bühne. Für die VIP Members bot sich zudem die Gelegenheit zu einem gemeinsamen Mittagessen mit den Promis.

WIR SIND HIER,
UM IHR WACHSTUM
ZU FÖRDERN
UND IHRE FRAGEN ZU
BEANTWORTEN.





Ihnen die Werkzeuge zur Verfügung zu stellen, die Sie benötigen, um Ihre Ziele zu erreichen. Die Jetstream Membership bietet eine einzigartige Gelegenheit, sich weiterzubilden, zu vernetzen und Ihr Unternehmen auf das nächste Level zu heben.

In den neu eingeführten Expertensessions wiederum hatten alle Members die unschätzbar wertvolle Möglichkeit, von den Besten der Branche zu lernen, Fragen einzureichen und wertvolle Einblicke zu gewinnen. Beispielhaft zu nennen sind „Auswanderung UAE – was ist zu beachten“ mit Mariem Al-Ssayrafi, „Buchlaunch“ mit Robert Klipp und „Nachweislich viel mehr Umsatz mit Deinen Bestandskunden“ mit Karolina Friedrich.

Jetstream ist eine dynamische Gemeinschaft von Gleichgesinnten, die sich für den Erfolg und das Wachstum ihrer Members einsetzt. Wir glauben an den Wert des Ideenaustauschs, die Kraft des Netzwerks und die Synergie, die entsteht, wenn Menschen mit einer gemeinsamen Vision zusammenkommen.

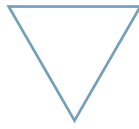
Unser Versprechen an unsere Members ist auch im kommenden Jahr: Wir sind hier, um Sie zu unterstützen und

WIR SIND HIER,
UM SIE ZU UNTERSTÜTZEN
UND IHNEN DIE WERK-
ZEUGE ZUR VERFÜGUNG ZU
STELLEN, DIE SIE
BENÖTIGEN, UM IHRE
ZIELE ZU ERREICHEN.



In Zukunft finden die
Jetstream Members
Meetings im Mandarin
Oriental Jumeirah
Hotel in Dubai statt.





JETSTREAM
MEMBERSHIP
PROGRAMM

DIE KRAFT DES NETZWERKS

Jetstreams haben Kraft: Wenn sich ein Pilot ab 7.000 Meter Flughöhe in dieser mächtigen Strömung befindet, wird er mitgerissen und erreicht sein Ziel schneller, mit weniger Treibstoff und mehr Rückenwind. Diese Eigenschaften verkörpert die Jetstream Membership: ein Netzwerk aus hochmotivierten Unternehmern, das mitreißt und mit weniger Energieaufwand schneller und effizienter die größten Ziele erreichen lässt.



Es ist nicht sinnvoll, als Unternehmer immer die gleichen Herdplatten anzufassen, statt von den Fehlern anderer zu lernen und sie nicht selbst machen zu müssen. „Ich glaube daran, dass der Austausch von Erfahrungen, Wissen und Kontakten unter erfolgreichen Unternehmern von unschätzbarem Wert ist“, sagt Dirk Kreuter, Europas erfolgreichster Verkaufstrainer. Die Jetstream Membership ist eine Gemeinschaft, gegründet für Unternehmer, die sich mit dem Status quo nicht zufriedengeben. Sie ermöglicht ein Leben als Unternehmer mit Zugriff auf exklusive Kontakte. Gepaart mit dem Komfort, dem Wissen und den Erfahrungen, die im eigenen Unternehmeralltag oftmals fehlen. Durch die Möglichkeit des Austauschs mit anderen Unternehmern, die bereits dort stehen, wo man selbst erst noch hin möchte, bieten sich neue Blickwinkel auf das eigene Geschäft und die persönliche Situation. Für Jetstream Members sind solche neuen und wichtigen Kontakte nur noch eine Nachricht oder einen Anruf entfernt.

KONKRETE HANDLUNGSANWEISUNGEN FÜR HOHE ZIELE

Mit ganz konkreten Handlungsanweisungen durchbrechen Jetstream Members das Umsatz-Plateau und erreichen hochgesteckte

Ziele. Bei den Meetings profitieren sie von Impulsen und Insiderwissen aus Vorträgen und dem Erfahrungsaustausch mit Members und Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und der Öffentlichkeit. Angewendet auf das eigene Unternehmen bieten diese wertvollen Erkenntnisse einen unschätzbaren Wissensvorsprung. Was unter Jetstream Members besprochen wird, genießt höchste Diskretion. Wertvolles Wissen soll unter integren Personen bleiben, die sich zur Verschwiegenheit verpflichtet haben. Jetstream ist die Gemeinschaft, in der transparent und vertraulich über Herausforderungen und Lösungen gesprochen wird.

DIRK KREUTERS PERSÖNLICHE UNTERSTÜTZUNG

Jetstream Members haben direkten Zugriff auf Dirk Kreuter und seine Experten, die täglich daran arbeiten, seine Visionen umzusetzen und große Ziele zu erreichen. Gemeinsam werden so die ganz individuellen Herausforderungen gelöst. Für Hindernisse, die bisher als unüberwindbar galten, gibt es hier konkrete Maßnahmen und Lösungen: von Unternehmern, die ihre Erfahrung in einem geschützten Raum offen teilen und dadurch direkt auf die Überholspur führen. „In der Geschäftswelt ist der entscheidende Faktor, WEN Du kennst, statt WAS Du weißt“, sagt Dirk Kreuter.

Jetstream Member zu sein bedeutet, Zugang zu seinem Netzwerk, zu Kooperationspartnern und Gelegenheiten zu bekommen, die zuvor unerreichbar schienen.

DAS MINDSET OPTIMIEREN

Entscheidend für Erfolg ist das richtige Mindset: Als Jetstream Member lernt man, nur noch die richtigen Fragen an die richtigen Personen zu stellen. Die Schere im Kopf, die viele gute Ideen frühzeitig durch Bedenken zerschneidet, hat ausgedient. Nur so lassen sich Ergebnisse erzielen, die bislang noch kein anderer erreicht hat. Dabei gilt es offen zu bleiben für die Tipps und Erfahrungswerte von anderen, die bereits um ein Vielfaches größer sind als man selbst. Es gilt: geben und nehmen.

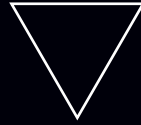
JETSTREAM MEMBERS, WER GEHÖRT DAZU?

Wer Jetstream Member werden möchte, sollte sein Unternehmen bereits so positioniert haben, dass er oder sie sich mehrmals im Jahr für mehrere Tage aus dem Tagesgeschäft herausziehen und diese Zeit voll für die Jetstream Treffen und Seminare nutzen kann. Die Meetings finden viermal jährlich jeweils in Dubai (Vereinigte Arabische Emirate) statt. Keinen Zugang zum Jetstream Membership Programm haben Angestellte, Manager, Trainer, Speaker und Coaches.

Jetstream
Members –
die Bewerbung

Link zum Bewerbungs-
formular und zu weiteren
Informationen:





JETSTREAM MEMBERSHIP

LEISTUNGEN IM ÜBERBLICK:

- Zugang zu einem exklusiven Netzwerk von internationalen Unternehmern und Selbstständigen aus den verschiedensten Branchen
- 4 exklusive Meetings pro Jahr in Dubai (2 x 4 Tage im März und Oktober und 2 x 2 Tage im Juni und Dezember)
- Kostenloses VIP-Ticket zu den öffentlichen Seminaren in Dubai, die unmittelbar vor den Treffen im März, Juni, Oktober und Dezember stattfinden
- Events mit Top-Speakern, die zu verschiedenen Themen aus den Bereichen Business, Finanzen, Investments, Gesundheit etc. referieren
- Vergünstigte Partnerkonditionen für Seminartickets
- Personalisiertes Coaching
- Unterstützung zwischen den Meetings: Monatliche Updatecalls mit dem Team
- Zoomsessions zu verschiedenen Themen aus den Bereichen Online-Marketing, Führung, Skalieren, Verkauf, Digitalisierung etc.
- Dirk Kreuter Zoomsession zwischen den Meetings
- Audiomitschnitte zu ausgewählten Themen in der WhatsApp-Gruppe
- Jetstream Mitgliederbereich



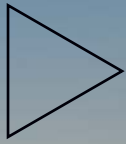
KONTAKT:

business@jetstreammembers.com

Office: +971 (0) 42383167

Mobile: +971 (0)58 999 2567

www.dirkkreuter.com/jetstream



DIRK KOKE, GESCHÄFTSFÜHRER
UND INHABER DER KOKE GMBH:

Die unbegrenzten Möglichkeiten der virtuellen Realität und die Verschmelzung von digitaler und realer Welt faszinieren mich seit jeher. Begrenzungen zu überwinden und unternehmerisch umzusetzen, das reizt mich täglich aufs Neue. So schaffe ich innovative Rahmenbedingungen und bringe frische Impulse in den Alltag. Als Wegbereiter für digitale Kommunikation nehme ich mein Publikum mit in die faszinierende Welt von VR & AR. Im Jetstream werden meine Werte gelebt und ich finde Visionäre mit Weitblick. Die Treffen bieten mir qualifizierten Austausch auf Augenhöhe und einen unglaublichen Energieschub. Nichts hat das Umsetzen im Unternehmen so derartig beschleunigt wie ein Jetstream Meeting.



MAG. CHRISTINA KIRCHMAYR,
UNTERNEHMERIN:

Das Jetstream Meeting, geleitet von Dirk Kreuter und bereichert durch Persönlichkeiten wie Zukunftsforscher Sven Gabor Janszky und Dr. Reinhard K. Sprenger, war für mich als Unternehmerin der Kirchmayr Planung GmbH transformativ. In vier Tagen erreichte meine persönliche und geschäftliche Entwicklung ein neues Level. Die gebotenen Inhalte und die außergewöhnlichen Rahmenbedingungen



vor Ort lieferten mir wertvolle Werkzeuge, um unser Unternehmen noch erfolgreicher zu gestalten. Ich freue mich auf kommende Herausforderungen und gemeinsame Erfolge mit dieser erstaunlichen Gruppe. Diese Reise berührt mein Unternehmerherz tief.

QUOTES

MAG. MARIO SAMPL,
BAUMEISTER:

Ich bin Mario Sampl, Baumeister und Geschäftsführer von Kirchmayr Planung. Mein Werdegang vom Zimmerer zum Planer und Entwickler einzigartiger Hotelkonzepte spiegelt meine Leidenschaft und Expertise wider. Die Jetstream Veranstaltung von Dirk Kreuter hat mein Mindset erweitert und meine Herangehensweise an Recruiting und Networking verändert. Das wertvolle Netzwerk der Jetstream Community hat uns ermutigt, uns auf Hotelplanung zu fokussieren und unsere Skalierbarkeit zu steigern. Unsere Mission ist es, einzigartige Projekte zu gestalten und das Alleinstellungsmerkmal jedes Hotelprojekts hervorzuheben. Wir freuen uns auf die Zukunft und darauf, unsere Leidenschaft und Erfahrung zu teilen.





► DER INNER



JETSTREAM

VIP

Erstes Jetstream VIP Meeting
im „The Opus“



CIRCLE



WAS BIETET JETSTREAM VIP?

Zusätzlich zu allen Leistungen
der regulären Jetstream Membership
sind folgende Sonderleistungen
enthalten:

- Privates zweitägiges Meeting in der Jetstream VIP Gruppe mit Dirk Kreuter, Lisa Göppert, Robert Klipp + Experten. Das Treffen findet einmal pro Jahr statt.
- Reservierte Plätze in den ersten Reihen bei allen Jetstream Meetings und gebuchten Seminaren
- Exklusive Mittagessen mit eingeladenen Speakern während der Events
- Exklusive Specials in der Jetstream VIP Gruppe und mit Dirk Kreuter vor den regulären Meetings
- VIP-Betreuung bei Seminaren und während der Jetstream Meetings
- Laufzeit beträgt 24 Monate

DIE AKTUELLEN JETSTREAM

VIP MEMBERS:

- Burkhard Küpper
- Daniel Garofoli
- Serkan Basin
- Sascha Driesch
- Sebastian Krenz
- Sven Gabor Janszky
- Andreas Sander

Nur auf Einladung: Derzeit gibt es sieben Jetstream VIPs – ausgewählte Kandidaten, die sich direkt für zwei Jahre committen. Jetstream VIP ist die Möglichkeit, noch näher an Dirk Kreuter, Lisa Göppert und Robert Klipp zu sein.

DIE PREMIERE

► **Z**um allerersten Mal kamen im Oktober die VIP Members im neuen Jetstream Headquarter im „The Opus“ in der Business Bay von Dubai zusammen. Das Gebäude ist von Star-Architektin Zaha Hadid designt worden, das Interieur der Jetstream Räumlichkeiten wurde von Geschäftsführerin Jana Dvorkina federführend gestaltet – ein überaus passendes Ambiente für ein Treffen mit den VIP-Teilnehmern. Bei den VIP-Treffen wird stets detailliert auf die persönlichen Unternehmensbelange eingegangen und

alles bis ins kleinste Detail besprochen. Hier unterstützen Dirk Kreuter und sein Team einen ganzen Tag lang persönlich. So nahmen neben Dirk Kreuter und seiner persönlichen Assistentin Banu Torun auch Jetstream Geschäftsführerin Jana Dvorkina, Lisa Göppert, Geschäftsführung des Bestseller Verlages, sowie Robert Klipp (CEO) und Sebastian Mika (Vertriebsleiter) von My Best Concept an dem Treffen teil. Sie standen den VIPs mit ihrem umfangreichen Wissen zur Verfügung. Ein besonderes Highlight: Schon vorab während des Jetstream Meetings hatte es für die VIP Members die Möglichkeit gegeben, beim Lunch mit Torwartlegende Oliver Kahn und Ex-BILD-Chefredakteur Kai Diekmann persönliche Fragen zu stellen oder ein Foto zu machen.



Dirk Kreuter



Lisa
Göppert



Burkhard
Küpper (l.) und
Robert Klipp



Sascha
Driesch



Sebastian
Mika



Daniel
Garofoli



STATIK, DIE SPASS MACHT ... STATIK- SOFTWARE, DIE FREUDE MACHT

JETSTREAM MEMBER

Daniel Dlubal



Dlubal Software ist ein erfolgreiches Unternehmen, das von zwei Generationen geführt wird. Jetzt soll sich die Firma vom nationalen zum Weltmarktführer im Bereich der Statik-Software entwickeln. Eine große Herausforderung auf verschiedenen Ebenen. Daniel Dlubal will vor allem in einen schlagkräftigen Vertrieb investieren, um die Bekanntheit massiv zu erhöhen.



Die größte Fußgängerhängebrücke der Welt, die Sky Bridge in Tschechien, wurde konstruiert mit Dlubal Software.



„Wir wollen der Welt eine Software hinterlassen, die allen Anwendern Freude bereitet“, sagt Daniel Dlubal, Chief Operating Officer (COO) des gleichnamigen Unternehmens. Bisher profitieren rund 10.000 Kunden und 100.000 Anwender von dieser Philosophie. Damit in den kommenden Jahren noch wesentlich mehr Nutzer Dlubal Software schätzen, startet Daniel Dlubal eine Vertriebsoffensive. „Bis zu zehn Vertriebsleute werden wir 2024 zusätzlich einstellen, um unsere Schlagzahl zu erhöhen.“ Damit sollen deutlich mehr Interessenten als bisher erreicht werden. Es geht hauptsächlich um vier Softwareprodukte, die Wohnanlagen, Hallen, Stadien, Wolkenkratzer und Brücken berechnen sowie Windströmungen simulieren. Extrem wichtige Tools bei der statischen Berechnung aller Arten von Gebäuden. Damit entstehen Bauwerke wie die längste Fußgänger-

brücke der Welt in Dolni Morava (Tschechien), die Ferrari World in Abu Dhabi sowie die Außenfassade der Allianz Arena in München. „Wir sind sehr stolz darauf, an solchen Bauwerken über unsere Software beteiligt zu sein“, meint Daniel Dlubal. Der Bauingenieur ist bereits während seines Studiums in das Familienunternehmen eingestiegen. Obwohl das nicht von vornherein beschlossene Sache war. „Mit dem Abitur in der Hand war mein beruflicher Weg für mich noch vollkommen offen. Erst nach Rücksprache mit meinem Vater entschied ich mich im Studium für unser Unternehmen.“ Offiziell trat er im Oktober 2020 in die Firma ein.

PERSÖNLICH UND UNTERNEHMERISCH WEITERENTWICKELN
Seitdem trimmt er Dlubal Software auf Wachstumskurs. In enger Absprache mit seinem Vater. „Zu 95 Prozent sind wir uns einig und treffen unsere Entscheidungen gemeinsam“, sagt Daniel Dlubal. Das ist gerade in

einem Familienunternehmen nicht selbstverständlich. „Ich sehe das Geheimnis unseres Erfolgs vor allem darin, dass wir über gleiche Ziele sprechen und vertrauensvoll kommunizieren.“ Vater und Sohn setzen sich zusammen regelmäßig ein, zwei Stunden mit der Ausrichtung ihrer Firma, der Strategie und den Produkten auseinander. „Wobei mein Vater vor allem die Entwicklung verantwortet und ich für Personal, Marketing und Vertrieb zuständig bin.“ Jeweils mit vollen Entscheidungsbefugnissen. „Es ist extrem wichtig, dass unsere Mitarbeiter genau wissen, wer in welchem Bereich das letzte Wort hat.“

Für die positive Entwicklung von Dlubal Software spielt inzwischen auch die Jetstream Membership von Daniel Dlubal eine wichtige Rolle. „Für mich ist besonders spannend, von anderen Unternehmern zu erfahren, wie sie mit Herausforderungen in Vertrieb und Marketing umgehen.“ Hinzu komme der intensive Input von Ex-





Auch die Ferrari World in Abu Dhabi ist mithilfe von Dlubal Software entstanden.



perten zu extrem komplexen Themen, beispielsweise beim Aufbau von Vertriebsteams und im Bereich der Unternehmensführung. „Ich bilde mich sehr gerne weiter, um sinnvolle Impulse zu erhalten und immer am Ball zu bleiben. Zudem möchte ich mich persönlich und unternehmerisch weiterentwickeln, um unser Familienunternehmen weiter nach vorne zu bringen.“

MIT VEREINTER KRAFT NACH VORNE

Daniel Dlubal ist sich sehr bewusst, dass er als zweite Generation in die großen Fußstapfen des Gründers tritt. „Es erfüllt mich mit Stolz, das Lebenswerk meines Vaters nicht nur weiterführen, sondern auch ausbauen zu dürfen“, sagt er. Natürlich gebe es manchmal Differenzen in Sachthemen, „aber nie Uneinigkeit, denn

das wäre schlimm“. Deshalb treffen sich Vater und Sohn auch nicht nur gelegentlich zum Mittagstisch, sondern blocken die Zeiten ihrer Treffen bewusst in ihren Kalendern. Nicht nur eine Geste des gegenseitigen Respekts, sondern auch Ausdruck ihres beiderseitigen Willens, das Unternehmen mit vereinter Kraft nach vorne zu bringen. Viel Zeit für Freizeitaktivitäten bleibt Daniel Dlubal da nicht. Doch für Fußball macht der leidenschaftliche Sportler öfter eine Ausnahme. „Ich spiele in unserem Dorfverein und kann dabei alles um mich her vergessen.“ Nebenbei begeistert er sich im Sommer für Volleyball und im Winter für Tischtennis. „Als Unternehmer muss ich natürlich fit bleiben, um die Kraft zu haben, unsere Ideen auch auf die lange Distanz umzusetzen.“

DER DLUBAL PODCAST BESCHÄFTIGT SICH MIT DER BAUBRANCHE

Vor allem das internationale Wachstum wird nicht von heute auf morgen umzusetzen sein. Obwohl Dlubal Software bereits mit zehn Standorten in sieben Ländern aktiv ist: Neben Deutschland sind das Tschechien, Frankreich, Polen, Italien, China und die Vereinigten Staaten. „Dort unterhalten wir Gesellschaften nach dem jeweiligen Landesrecht mit eigenen Büros und Geschäftsführern“, betont Daniel Dlubal. Im kommenden Jahr wird er voraussichtlich öfter in die USA reisen, um sich einen eigenen Überblick über den dortigen Markt zu verschaffen. „Die Herausforderungen sind die unterschiedlichen Kulturen und geschäftlichen Gepflogenheiten. Ich will viel lernen, damit wir unsere Wachstumsziele zeitnah realisieren.“

Zu den Marketingaktivitäten der Dlubal Software gehört neben Empfehlungs- und Online-Marketing sowie dem Auftritt auf Messen, Seminaren und Konferenzen auch der Dlubal Podcast. Wöchentlich berichtet eine Folge rund um das Bauwesen. Dabei reicht das Themenspektrum von „Nützliches“ bis „Katastrophen“. „Auf unterhaltsame Weise beleuchte ich die Branche, teilweise gemeinsam mit Gästen“, erklärt Daniel Dlubal. Rund 70 Folgen von jeweils zwanzig bis dreißig Minuten Länge stehen bisher auf verschiedenen Plattformen wie Spotify und iTunes zur Verfügung, die insgesamt 21.000-mal heruntergeladen wurden. Ein Team im Hintergrund unterstützt Daniel Dlubal bei Recherche und Schnitt. „Wir erreichen damit einen hohen Bekanntheitsgrad in unserer Nische.“ Außerdem schwört Daniel Dlubal auf LinkedIn. „Ein extrem gutes Netzwerk.“ Darüber hinaus baut Dlubal Software einen eigenen Webshop auf, in dem Kunden unter anderem einzelne Module für die Software und verschiedene Schulungen erwerben können. „Wir suchen auf allen Ebenen die Nähe zu unseren Kunden. Deshalb laden wir auch regelmäßig zu Webinaren und Events ein.“ All diese Aktivitäten zahlen auf die ambitionierten Ziele von Dlubal Software ein. „Neben der Weltmarktführerschaft streben wir an, die benutzerfreundlichste und beliebteste Software zu programmieren, mit der Dlubal die bekannteste Marke in der Baubranche wird.“ Dabei ist Daniel Dlubal sicher: „Wir haben für unsere Kunden und Anwender bereits eine richtig tolle Software, mit der Statik Spaß macht.“





JETSTREAM

MEMBER

Fabien Rossetti

MIT PROZESS- OPTIMIERUNG DAS BUSINESS NEU DENKEN

Fabien Rossetti hat es schon als Angestellter gestört, wenn Fehler nur stückchenweise behoben und nicht gleich an der Wurzel angepackt wurden. „Pflasterli-Politik“ wird diese Unsitte in der Schweiz treffend genannt und dagegen tritt der Unternehmer heute mit seiner eigenen Firma Rossetti Coaching & Consulting an. Sein Zauberwort: Prozessoptimierung.

Fabien Rossetti hat
sich der ganzheitlichen
Prozessoptimierung
in mittelständischen
Unternehmen
verschrieben.





Als Mitarbeiter von ABB (Asea Brown Boveri) ist Fabien Rossetti viel in der Welt herumgekommen – von Europa über Südamerika bis nach China – und konnte dabei eine Menge wertvolle Erfahrungen sammeln. Dann leitete der Master of Finance und Business Administration schließlich eine Abteilung im Finanzbereich der Züricher Zentrale. „Da saß ich direkt am Ende der Wertschöpfungskette und spätestens dort treten alle Fehler zutage“, erinnert sich Fabien Rossetti an den Beginn seiner Reise in die Prozessoptimierung. Er blieb angesichts der hohen Fehlerquote nicht untätig, sondern entwickelte eine Methode, Fehler von ihrem Entdeckungsort zu ihrem

Entstehungsort entlang der Wertschöpfungskette zurückzufolgen. Das eröffnete ihm nicht nur interessante Einblicke in unternehmensinterne Abläufe, sondern stärkte auch seinen Willen zur Optimierung. Die neue Methode bot er seinem Arbeitgeber an, der sofort zugriff. „Seitdem ist Prozessoptimierung meine ganze Leidenschaft.“

PROZESSOPTIMIERUNG IST EINE EMOTIONALE BERG- UND TALFAHRT
Vor allem weil er täglich sieht, wie sehr seine Methode mittelständischen Unternehmen hilft. „Die Inhaber sitzen auf einer Schatztruhe und ahnen nicht, wie viel mehr ihre Firma leisten und dadurch wert sein könnte.“ Durch seine Arbeit realisierten Unternehmen sechs- bis siebenstelligen Kostenerspar-

nisse. Die Arbeitseffizienz lässt sich um bis zu dreißig Prozent steigern und Durchlaufzeiten werden im Schnitt um die Hälfte reduziert. Einer von vielen Gründen für diese außerordentlichen Erfolge: reibungslose Abläufe an den Schnittstellen zwischen Abteilungen. „Unsere Mission besteht darin, den Mittelstand noch stärker zu machen“, erklärt Fabien Rossetti. Er sieht darin einen Schlüssel, Schließungen und Verlagerung von Firmen ins Ausland zu vermeiden. „Prozessoptimierung hilft auch gegen Fachkräftemangel. Denn wenn die vorhandenen Mitarbeiter effektiver arbeiten, bedarf es weniger neuer.“

In sechs bis acht Wochen optimiert Fabien Rossetti mit seinem Team ein Unterneh-

„UNSERE MISSION
BESTEHT DARIN,
DEN MITTELSTAND
NOCH STÄRKER
ZU MACHEN.“

men komplett. Am Anfang steht eine Analyse, dann die Umsetzung. „Das ist eine emotionale Berg- und Tal-fahrt für die gesamte Beleg-schaft. Da kommt jeder Frust hoch und alle Probleme treten auf einmal zutage. Eine unglaubliche Reise für alle.“ Die Mitarbeiter werden von Beginn an eng beteiligt. „Nur von ihnen erfahren wir die bisherigen Abläufe und können Entstehungsorte von Fehlern lokalisieren“, meint Fabien Rossetti. „Es ist ein Gruppenerlebnis. Wenn wir es richtig spielen, bringt die gemeinsame Optimierung das Unternehmen letztendlich eng zusammen.“ So drückte es neulich auch ein Inhaber aus: „Spürt ihr, wie wir am zweiten Tag schon näher zusammengedrückt sind?“, fragte er begeistert seine Mitarbeiter. Fabien Rossetti sagt: „Unternehmen müssen ihr Business komplett neu denken. Wenn alle mitziehen, ist der Prozess extrem wertvoll.“

DREI TIPPS VOM EXPERTEN UND EIN KOSTENLOSES FACT-SHEET

Oft schweben die Inhaber oder Geschäftsführer eines Unternehmens wie in einem Heißluftballon über ihrer Firma und sehen, wie sich unter ihnen alles bewegt. „Von dort oben aus gesehen, ist die Unternehmenswelt in Ordnung, weil die Bewegung nach Arbeit aussieht“, beschreibt Fabien Rossetti den Blick. „Doch wer sich die Mühe macht, näher heranzugehen, erhält ein ganz anderes Bild.“ Zwar werde tatsächlich gearbeitet, meist aber alles andere als effektiv und oft über Umwege. Deshalb rät er jedem

Unternehmen, Prozesse ganz genau zu betrachten. Zum Beispiel vor Einführung neuer IT-Tools. „Ansonsten werden schlechte Prozesse einfach von der EDV übernommen und setzen sich immer weiter fort.“ Nach einer Prozessoptimierung würden manche Tools dagegen oft gar nicht mehr benötigt.

Konkret rät Fabien Rossetti jedem Unternehmen:

1. Gemeinsam mit den Mitarbeitern den Entstehungsort von Problemen lokalisieren.
2. Die Mitarbeiter unbedingt in die Prozessoptimierung involvieren.
3. Eine spezialisierte Unternehmensberatung für den Blick von außen hinzuziehen.

Wer sich genauer über Prozessoptimierung informieren möchte, kann sich das kostenlose Fact Sheet „Die zehn Grundprinzipien, die es beim Optimieren Ihrer Prozesse zu beachten gilt“ von Fabien Rossetti herunterladen, siehe Kasten.

„JETSTREAM IST EINE UNGLAUBLICHE ENERGIETANKSTELLE“ Seit inzwischen 15 Jahren arbeitet Fabien Rossetti mit seiner Methode zur Prozessoptimierung und verbessert sie seitdem kontinuierlich. Im Juli 2017 hat er seine Unternehmung Rossetti Coaching & Consulting, kurz RCC, gegründet und seitdem über 100 Firmen

„MEINE UNTERNEHMUNG IST ZUGLEICH AUCH MEIN HOBBY.“

bei 500 Optimierungen unterstützt. Selbst entwickelt er sich derzeit über die Jetstream Membership weiter. „Es geht mir darum, die nächste Stufe mit meinem Unternehmen zu erreichen, und Jetstream bietet mir dafür das beste Umfeld“, sagt Fabien Rossetti. Sein Ziel: „Im kommenden Jahr von derzeit 5 auf 15 bis 18 Mitarbeiter zu wachsen.“ Der Unternehmer ist sicher, dass er dieses Ziel erreichen kann. „Jetstream ist eine unglaubliche Energietankstelle. Dirk und sein Team leisten tolle Arbeit. Von ihnen und den anderen Mitgliedern im Netzwerk erhalte ich alles Wissen, das ich zur Skalierung meines Unternehmens benötige.“

Bei so viel unternehmerischem Einsatz bleibt wenig Zeit für ein Privatleben. „Meine Unternehmung ist zugleich auch mein Hobby“, gesteht Fabien Rossetti. „Daneben gibt es nur noch meine Familie, für die ich sehr dankbar und über die ich sehr glücklich bin.“ Manchmal schafft er es in einer ruhigen Minute dennoch, Ski zu fahren oder zu joggen. Denn natürlich muss er sich für die nächste Stufe seines Unternehmenswachstums fit halten.

Was motiviert einen wie Fabien Rossetti, bei allem Erfolg immer noch weiterzumachen, anstatt sich entspannt zurückzulehnen und das Leben einfach zu genießen? „Meine Mit-

arbeiter und ich wollen die Welt verbessern“, sagt er. „Das meinen wir durchaus ernst. Denn wenn Prozesse durch Optimierung besser ablaufen, funktioniert nicht nur ein Unternehmen wesentlich entspannter, sondern auch sein Umfeld, weil alle weitaus weniger gestresst sind.“ Fabien Rossetti ist ein echter Visionär. „Ich habe eine Lösung für eine bestimmte Art von Problem gefunden und betrachte es als meine Mission, diese Lösung möglichst vielen Unternehmen zur Verfügung zu stellen.“

Rossetti Coaching & Consulting im Netz:
www.r-c-c.ch

Factsheet

„Die 10 Grundprinzipien, die es beim Optimieren Ihrer Prozesse zu beachten gilt“



Kostenloses Erstgespräch vereinbaren:



DER TRAUM

VON MEHR GESUNDEN LEBENSJAHREN

Was vor Anfang der 1990er-Jahre als Forschungsprojekt an der Deutschen Sporthochschule begann, hat sich nun zu einem der erfolgreichsten Unternehmen im Bereich der medizinischen Therapiekonzepte entwickelt.

In Form eines Lizenzmodells nutzen schon knapp über 200 Zentren in ganz Deutschland die Therapiekonzepte des Forschungs- und Präventionszentrums (FPZ GmbH) mit Sitz in Köln. Aktuell ist Dr. Frank Schifferdecker-Hoch,

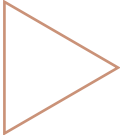
Geschäftsführer der FPZ GmbH, auch schon dabei, Vorbereitungen für den internationalen Markt zu treffen.

IM WARTEZIMMER BEI EINEM ORTHOPÄDEN KAM ES ZU EINER SCHICKSALHAFTEN BEGEGNUNG, DIE 1993 DR. FRANK SCHIFFERDECKER-HOCHS KARRIERE NACHHALTIG BEEINFLUSSTE.

Arthrose nehmen in Deutschland und auf der ganzen Welt immer weiter zu. „In der Regel haben wir als B2B-Unternehmen kaum Kontakt mit den eigentlichen Patienten, sondern arbeiten eher hinter den Kulissen.“ Anhand ihrer Forschung schließt die FPZ GmbH Verträge mit den Krankenkassen, damit betroffene Patienten die entsprechenden Therapien bezahlt bekommen. Zudem spricht das Forschungs- und Präventionszentrum mit Ärzten, die ihre Patienten untersuchen und diese Behandlungen verordnen. Seit einer Weile arbeitet das Unternehmen auch mit digitalen Therapiekonzepten, damit Betroffene ihre Übungen auch unterstützend in den eigenen vier Wänden durchführen können. „Dabei geht es von unserer Seite nicht nur um die Zusendung der Zugangsdaten, sondern vielmehr um eine persönliche Betreuung“, erklärt der Geschäftsführer der FPZ GmbH.

EIN EINFACHES MODELL FÜR ALLE BETEILIGTEN

Im Lizenzsystem zahlen die einzelnen Partner eine entsprechende Gebühr, je nach der gebuchten Leistung. Hier bietet sich auch die Möglichkeit eines Gebietsschutzes oder der Einsatz einer Ausbildungsflatsrate für den fachlichen und administrativen Bereich. „Das Forschungs- und Präventionszentrum stellt die entsprechenden Werkzeuge und Software bereit“, verdeutlicht Dr. Frank Schifferdecker-Hoch. Den Bereich der Orthopädie haben sie inhaltlich bereits abgedeckt. Seit Neuestem widmet sich das Unternehmen auch Themenbereichen wie beispielsweise Long Covid oder Krebs. „Krafttraining kann in diesen Fällen eine sehr gute Wirkung auf die allgemeine Gesundheit haben und das Immunsystem verbessern. Mit unseren 22 Mitarbeitenden, die sich hauptsächlich auf die Berei-



Im Dezember feiert die FPZ GmbH ihr 30-jähriges Bestehen und Dr. Frank Schifferdecker-Hoch ist kaum überrascht über den Erfolg seines Unternehmens: „Wir entwickeln Therapiekonzepte für verschiedene Volkskrankheiten, wie beispielsweise Rückenschmerzen, Osteoporose oder auch Arthrose. Alles, was Menschen viele gesunde Lebensjahre kostet, gehen wir mit ganz bestimmten Konzepten an.“ Neben der Forschung und der Entwicklung geht es dabei auch um die Erstellung spezieller Software, die die methodische Seite stets unterstützt. „Nach Vertragsabschluss mit einer neuen Lizenzpraxis erhält diese das

entsprechende Know-how von uns und wir integrieren unsere Therapiekonzepte in die Praxen“, erklärt Dr. Frank Schifferdecker-Hoch. Durch die Nutzung von wissenschaftlich etablierten Standards kommt es somit zu einer Verbesserung der Behandlungskonzeption in der Praxis. Damit haben die Lizenznehmer die Möglichkeit, sich mehr an die persönlichen Bedürfnisse der einzelnen Patienten anzupassen.

DAMIT ALLES REIBUNGSLOS LÄUFT

An Betroffenen mangelt es nicht, denn Volkskrankheiten wie beispielsweise Rückenschmerzen oder

che IT-Entwicklung, Wissenschaft und Kundensupport konzentrieren, helfen wir anderen Menschen dabei, ihre gesunden Lebensjahre zurückzuerlangen“, erklärt der Experte.

NICHT NUR VON DER ZUKUNFT TRÄUMEN

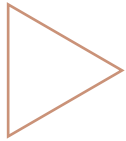
Vor drei Jahren erstellte das Forschungs- und Präventionszentrum auch eine aktualisierte Unternehmensvision. „Wir fragten uns, was wir bis 2025 erreichen wollten“, resümiert Dr. Frank Schifferdecker-Hoch. Mit seinen Therapien hatte es vielen Betroffenen schon geholfen. Nun hatte der Betrieb auch die Möglichkeit, die dadurch gewonnenen gesunden Lebensjahre mit wissenschaftlichen Methoden und Befragungen wirklich zu zählen. Hier richtet sich die FPZ GmbH nach der Definition der Weltgesundheitsorganisation, die darin die Zahl der Jahre sieht, in denen eine Person voraussichtlich in guter körperlicher Verfassung ist. „Zwar wird die Bevölkerung allgemein immer älter, aber das ständige Sitzen, viel Stress oder auch Junkfood wirken sich gleichzeitig negativ auf das Wohlbefinden aus“, weiß der 56-Jährige, der in Köln seine Wahlheimat gefunden hat. Daher setzte sich das Forschungs- und Präventionszentrum das Ziel, seinen Patienten bis 2025 insgesamt 500.000 mehr gesunde Lebensjahre zu ermöglichen. „Aktuell haben wir die Hälfte schon erreicht und den Rest schaffen wir selbstverständlich auch noch“, verkündet Schifferdecker-Hoch stolz. „Je mehr Verträge wir mit Krankenkassen und Praxen abschließen, desto schneller dreht sich das Rad.“



JETSTREAM MEMBER

Dr. Frank Schifferdecker-Hoch





INTERNATIONALE EXPANSIONEN GESTARTET

Aktuell finden schon erste Arbeitsschritte für die weitere Ausbreitung des Systems über die deutschen Landesgrenzen hinaus statt. „Auf dem deutschen Markt haben wir uns schon gut ausgebreitet und nun möchten wir auch den Rest in Angriff nehmen“, erläutert der Geschäftsführer. Im Mai 2023 wurde bereits ein Vertrag mit einem Generallizenznehmer für die Türkei unterzeichnet. „Unsere Lösungen lassen sich sehr gut multiplizieren und auf andere Länder ausweiten“, meint Dr. Frank Schifferdecker-Hoch. Dabei haben die weltweit verschiedenen Gesundheitssysteme keinen speziellen Einfluss auf den Erfolg des Projekts. Selbstverständlich denkt er aber auch schon weiter: „Bis 2025 wollen wir auch bei jeder deutschen Krankenkasse mit mindestens einer unserer Therapielösungen vertreten sein.“ Im Zuge der stark wachsenden Krankheitszahlen soll so jeder Deutsche die Chance haben, von den Lösungen des Forschungs- und Präventionszentrums zu profitieren.

VON KLEINEN ANFÄNGEN UND GROSSEN ZIELEN

Dr. Frank Schifferdecker-Hochs Reise dient Dirk Kreuter oft als Beispiel für die typische Customer Journey. Angefangen hat alles mit einem kostenlosen Online-Webinar. Dabei überzeugten ihn vor allem Dirks klare Sprache und seine trefenden Aussagen. Gerade als Akademiker hegte er zu Beginn eine natürliche Skepsis und hinterfragte jedes Wort,

doch schnell machte es klick. „Dirk hielt mir den Spiegel vor und zeigte mir, was unser Unternehmen gerade im Bereich Vertrieb und Sales alles falsch machte. Als wissenschaftlicher Betrieb haben wir hier bisher kaum tiefer greifende Erfahrungen sammeln können“, erklärt der gebürtige Württemberger. Vor circa eineinhalb Jahren stand dann schließlich mit der Jetstream der nächste Schritt an. Der Geschäftsführer der FPZ GmbH erinnert sich: „Im Oktober 2022 fand mein erstes Jetstream Meeting in Dubai statt und gleich am zweiten Tag verlängerte ich die bestehende Mitgliedschaft noch um ein weiteres Jahr. Schon bei der Ankunft spürte ich, dass hier viele Menschen sind, die etwas bewegen wollen.“ Mittlerweile hat er sogar bis 2028 verlängert. „Unsere Zielvorhaben für die FPZ GmbH lassen sich nicht in den nächsten ein bis zwei Jahren umsetzen, deshalb habe ich mich hier com-

mitted.“ Bei der Jetstream findet er Gleichgesinnte, die verstehen, dass manche Menschen mit ihren scheinbar undurchdringlichen Ideen eigentlich etwas Besonderes erreichen möchten. Und es



sei schön, so viele ambitionierte Unternehmer um sich herum zu haben, die wirklich etwas erreichen wollen.

KEINE ZEIT FÜR UNAUFMERKSAMKEIT ODER PAUSEN

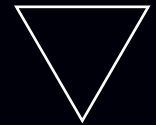
„Schon kleine Sätze können im Rahmen der Jetstream eine gewaltige Wirkung

überrascht wird. „Wenn Du lange keine Mentoren oder Gleichgesinnte neben Dir hattest, merkst Du gar nicht, dass Du nicht mehr so gut und verbissen bist wie früher.“ Viele glauben, dass sie schon alles für ihr Unternehmen geben, aber nur ein erschreckend geringer Teil kann dies wirklich von sich behaupten. Meistens sind es doch nur circa 80 Prozent, aber es fühlt sich an wie 100. „Die Jetstream bietet mir hier die Möglichkeit, mehr Vollgas zu geben.“ Trotz seiner vielen Fortbildungen hat Dr. Frank Schifferdecker-Hoch noch nie einen Unternehmervorstand gesehen, der so eine starke Mindsetveränderung in ihm hervorgerufen hat. „Wir sind als Unternehmen selbstverständlich immer am Lernen und jeder Fehler bringt uns hier ein Stück näher an eine bessere Zukunft.“ Auch die Unternehmensvision für 2035 steht schon und erinnert Dr. Frank Schifferdecker-Hoch immer an sein großes Ziel, 50 Millionen gesunde Lebensjahre zu erzielen.

„UNSERE LÖSUNGEN
LASSEN SICH SEHR GUT
MULTIPLIZIEREN UND AUF
ANDERE LÄNDER
AUSWEITEN.“

besitzen, wenn man sie erst einmal richtig versteht und mit der Umsetzung beginnt.“ Dr. Frank Schifferdecker-Hoch ist immer wieder beeindruckt, mit welcher hohen Qualität er bei den Meetings

MEIN WEG ZUR NEUNSTELLIGKEIT



Dirk Kreuter

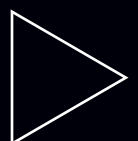
Je nachdem, auf welchem Niveau Unternehmer und Selbstständige sich befinden, ist Wachstum eigentlich recht einfach. Meistens genügt es hier schon, intensiver zu arbeiten und sich mehr ins Zeug zu legen, als dies bisher der Fall war. Mit dieser Einstellung ging auch Dirk Kreuter an das Vorhaben zum Erreichen von 100 Millionen Euro Auftragseingang. Hier erklärt er, welche Erkenntnisse er auf diesem Weg sammeln konnte und warum es manchmal doch anspruchsvoller ist als gedacht.

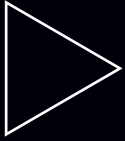


„ES IST DOCH
ANSPRUCHSVOLLER, ALS
ICH GEDACHT HABE!
MEINE ERKENNTNISSE UND
LEARNINGS AUF DEM WEG
ZU 100 MILLIONEN
AUFTRAGSEINGANG.“

BLICK IN DIE KRISTALLKUGEL?

Überraschung erweist sich im Rückblick natürlich immer als relativ. Im Nachhinein scheint der Weg zum Ziel immer logisch und einfach nachvollziehbar. Vielleicht hätte man den Ausgang des Ganzen auch schon im Voraus vorhersehen können, doch hier war das leider nicht der Fall. Dirk Kreuter verdeutlicht: „In meinem direkten Umfeld kenne ich kaum Menschen, die selfmade wirklich 100 Millionen Euro Umsatzeingang im Jahr oder





sogar mehr schaffen.“ Somit blieb kaum jemand, den er in diesem Zusammenhang fragen konnte. „Die Mitglieder des Jetstream und meine Kunden können daher einen gewaltigen Nutzen aus den einzelnen Programmen ziehen. Durch das bestehende Netzwerk haben sie verschiedene Ansprechpartner oder profitieren von meinen Kenntnissen, um somit beispielsweise Abkürzungen für ihren eigenen unternehmerischen Weg zu nutzen“, erklärt er.

WACHSTUM KOSTET IMMER GELD

Auf den ersten Blick vielleicht ersichtlich, aber trotzdem vergessen viele Unternehmer immer noch diesen wichtigen Grundsatz: Ohne entsprechende Investitionen in den weiteren Erfolg des Unternehmens bringt es auch nichts, die eigene Leistung weiter zu steigern. Somit stand für Dirk Kreuter vor allem die Aufrüstung der hauseigenen Finanzabteilung im Vordergrund. „Mittlerweile arbeiten dort vier fest angestellte Mitarbeiter. Zusätzlich nutzen wir nun das Prinzip des Factoring, um die eigene Liquidität zu sichern und die eher unbeliebte Bankfunktion für unsere Kunden abzugeben.“ Von diesem System können auch seine Kunden in ihrem Alltag profitieren, denn für ein schnelles und großes Wachstum braucht es immer die bestmögliche Liquidität aller bestehenden Finanzmittel. Nur wenn die Rädchen im Zahnwerk immer gut geschmiert bleiben, lässt sich der Hebel zum Erfolg unkompliziert umlegen.

HÖHERES DURCHSCHNITTSTICKET

Was für Verkäufer und Vertriebler vollkommen logisch erscheint, stellt für Fachfremde oft eine nicht so offensichtliche Wahrheit dar. Verkaufsgespräche laufen oft

nach einem vorgegebenen Muster ab. Dabei macht es keinen Unterschied, ob es sich um einen Warenkorb von 3.000 Euro handelt oder ob die finale Summe der Produkte dabei sogar die 50.000 Euro übersteigt. Schlussendlich dauern beide Gespräche in der Regel gleich lang. Daher ist es also wichtig, die eigene Wertschöpfungskette auf möglichst hochpreisige Produkte auszulegen. „Wer die 100 Millionen nur mit Einnahmen von 3.000 Euro erreichen möchte, muss dafür verständlicherweise oft lange arbeiten. Mit 50.000 Euro sieht die Rechnung jedoch wieder anders aus“, weiß der Vertriebstrainer.

WAS LOHNT SICH WIRKLICH?

Das Ziel der 100 Millionen bedeutet für Unternehmer, dass sie nur Produkte und Dienstleistungen anbieten dürfen, die eine maximale Skalierbarkeit besitzen. Neue Ideen für Waren oder Angebote müssen somit immer den Eine-Million-Umsatztest bestehen. Hierbei geht es um die Frage, ob das kommende Produkt oder die Dienstleistung die Möglichkeit eröffnet, damit in den nächsten Monaten circa eine Million Euro oder sogar mehr zu verdienen. „Wenn dies wirklich der Fall ist, lohnt sich das weitere Nachdenken über die Idee und die Ausarbeitung eines entsprechenden Konzepts.“ Sobald der Pitch dieses Ziel in den ersten Hochrechnungen jedoch nicht erreicht, sollten sich Unternehmer davon eher abwenden. „Ist Dein Produkt nicht skalierbar, wirst Du niemals neunstellig werden“, weiß Kreuter.

NUR A-MITARBEITER

Niemand kann sich auf dem Weg zu 100 Millionen irgendwelche Kompromisse erlauben. Dies beginnt natürlich vor allem bei den eigenen Mitarbeitenden, die diesen Auftragseingang schlussendlich mit ihrem Einsatz erwirtschaften sollen. Schon ein Low-Performer kann hier die Arbeit des restlichen Teams verschlechtern und somit das Ziel der Neunstelligkeit in weite Ferne rücken lassen.

„In der Vergangenheit habe ich auch manchmal unzureichende Arbeit im administrativen Bereich geduldet. Heute achte ich jedoch besonders bei Führungskräften oder Vertrieblern stark darauf, dass sie eine hohe Eigeninitiative und Selbstverantwortung mitbringen. Ohne Top-Mitarbeiter ist das gewünschte Wachstum ansonsten einfach nicht möglich“, lässt der Multiunternehmer verlauten.

„IST DEIN PRODUKT NICHT
SKALIERBAR, WIRST DU
NIEMALS NEUNSTELLIG
WERDEN.“



FÜHRUNGSEBENE IMMER TOP

Jede Führungskraft verwaltet in der Regel eine Angestelltenspanne von circa 5 bis 15 Mitarbeitern. Damit stellen sie einen entscheidenden Multiplikator für den Erfolg der einzelnen Abteilung dar. „Sobald Unternehmen hier jedoch im Einstellungsprozess eine suboptimale Entscheidung treffen und jemanden in den Betrieb holen, der sich nicht als ein wertvolles Mitglied herausstellt oder nicht an seinen Aufgaben wachsen kann, blockieren sie damit ihren eigenen Growdramatisch.“ Führungskräfte bilden oft die Grundlage des Unternehmenserfolgs, denn nur wer seine

Abteilung zu wirklichen Höchstleistungen antreiben kann und dabei intern auch die Spreu vom Weizen trennt, entwickelt sich zu einer Wertanlage für das Unternehmen. Fehlbesetzungen an diesen Schlüsselpositionen können ohne regelmäßige Überprüfungen ansonsten zu einem Verfehlen des 100-Millionen-Ziels führen.

KOMMEN UND GEHEN

Schon Reinhold Würth prägte die Aussage: „Wer Fluktuation ausschließen will, schließt das Wachstum aus.“ Dieser Satz spiegelt eine unumstößliche Wahrheit wider, die viele jedoch erst einmal wirklich verstehen müssen. „Die

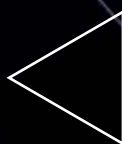
Mitarbeiter, mit denen Du startest, sind in der Regel nicht die Mitarbeiter, mit denen Du das Ziel der 100 Millionen erreichst. Diese Angestellten schaffen es vielleicht, insgesamt zehn bis zwanzig Millionen Auftragseingang zu erwirtschaften, aber damit erreichen sie nie das übergeordnete Ziel“, erläutert der Vertriebsexperte. Daher braucht es einen permanenten Erneuerungsprozess. Fluktuation stellt somit nicht immer direkt etwas Negatives dar. „Das Erreichen der Neunstelligkeit ohne einen regen Mitarbeiterwechsel gehört somit in die Welt der Märchen und Legenden.“

VOLTAIRE: „DAS BESSERE IST DER FEIND DES GUTEN“

Jedes Unternehmen braucht selbstverständlich einen stetigen Zuwachs an kompetenten A-Mitarbeitern. Recruiting in der aktuellen Wirtschaftslage stellt jedoch gerade in Deutschland eine große Herausforderung dar. „Für uns existierten schlussendlich zwei entscheidende Wachstumshebel.“ Einerseits half es, die Recruitingaktivitäten massiv zu erhöhen und damit die Sichtbarkeit zu verbessern, ohne dabei immer nur das entsprechende Budget im Auge zu behalten. Andererseits vollzog Dirk Kreuter mit seinen Unternehmen Anpassungen am Employer Branding. „Hier kam es unsererseits vorher zu einem Denkfehler, denn in der Vergangenheit setzten wir die finanziellen Mittel für die Anwerbung von neuen Angestellten geringer an als die Ausgaben für die Neukunden“, erläutert Kreuter. Erst durch eine Erhöhung dieses Budgets konnten sie noch mehr Kandidaten ansprechen.



Wie es auf Dirk Kreuters Weg zur Neunstelligkeit weitergeht, erfährt Ihr in der nächsten Jetstream Ausgabe, die Anfang des kommenden Jahres erscheint.



NUR MIT DEM RICHTIGEN ANGEBOT

Welchen Mehrwert kann das Unternehmen qualifizierten Kandidaten bieten und erkennen sie diesen auch direkt? Mit der eingeführten Workation haben die Mitarbeitenden beispielsweise die Möglichkeit, jedes Jahr bis zu drei Monate in dem State-of-the-Art-Bürogebäude am Standort Dubai zu arbeiten. Dabei übernimmt das Unternehmen selbstverständlich den Flug und kümmert sich um eine Unterbringung in einem gewohnten deutschsprachigen Umfeld. Kreuter sagt: „Vergleichsweise wenige Mitarbeiter nehmen das bisher in Anspruch, aber der Sichtbarkeits- und Marketingeffekt für die Kandidatenansprache ist außergewöhnlich gut.“

ZWEI, DIE WISSEN, WIE UNTERNEHMEN TICKEN

DER UNTERNEHMERBAUKASTEN

VON SASCHA DRIESCH

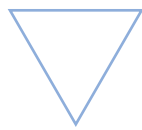
UND BURKHARD KÜPPER

So manch ein Unternehmer, Geschäftsführer oder Selbstständiger wünscht es sich: ein Werkzeug für die vielen Probleme und Herausforderungen des Alltags. Wie schön wäre es, wenn sich mit solch einem Allzweckwerkzeug ähnlich einem Schweizer

Taschenmesser die Aufgaben gezielt bewältigen ließen – sowohl betriebswirtschaftlich als auch strategisch. Dieses Instrument hat das Gründer-Duo Sascha Driesch und Burkhard Küpper ins Leben gerufen: den Unternehmerbaukasten. Vor

Kurzem feierte die erfolgreiche digitale Beratung ihr nunmehr Einjähriges.





DER UNTERNEHMERBAUKASTEN
IST DER DIGITALE GAMECHANGER
FÜR UNTERNEHMEN, DIE
WACHSEN WOLLEN.
WIE DAS FUNKTIONIERT, KLÄRT
DAS FAQ ANHAND VON FÜNF
ZENTRALEN FRAGEN.

1. Was ist der Unternehmerbaukasten (UBK)?

Beim UBK handelt es sich um eine digitale Unternehmensberatung. Eine Online-Plattform für alle Menschen in Führungspositionen oder die, die da hinwollen; das kann der Mittelständler, der Unternehmer, der Selbstständige oder eine Führungskraft sein. Dabei liegt der Schwerpunkt auf Wissensvermittlung und Wissensaustausch in Bezug auf alle steuerlichen und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen, mit denen sich Unternehmer in ihrem beruflichen Alltag auseinandersetzen. Es handelt sich also um mehr als eine schlichte Beratung – es ist ein ganzes Netzwerk, eine Community, die sich schätzt und gegenseitig inspiriert.

2. Wie sehen die Inhalte aus?

Wer den UBK bucht, kann einmal wöchentlich an den Live-Meetings in Form einer Videokonferenz teilnehmen. Zuvor lassen die Teilnehmer dem Gründer-Duo über ein Formular Fragen zukommen, die sie aktuell beschäftigen. Das können ganz unterschiedliche Dinge sein wie beispielsweise: Wie kann ich meine Liquidität und auch Bonität steigern? Oder: Welche Vergütung ist für mich als Geschäftsführer angemessen? Driesch und Küpper bereiten die Fragen dann vor, wobei jeweils fünf Antworten pro Frage die Teilnehmer erwarten. Alle Videokonferenzen werden aufgezeichnet, sodass jeder die Möglichkeit hat, verpasste Sitzungen nachträglich anzuschauen oder sich noch einmal ins Gedächtnis zu rufen. Parallel zu dem wöchentlichen Termin finden sich im UBK Videos zu unterschiedlichen Themenkomplexen wie Bilanzen und Buchhaltung, Finanzen und Business-Plan oder auch Immobilien und Außendarstellung. Hier produzieren Driesch und Küpper regelmäßig neuen Content, um alle Fachbereiche abzudecken. Im vergangenen Jahr stellten die Teilnehmer 1.257 Fragen, auf die 6.401 Antworten von den Experten kamen. Online gibt es bereits über 235 Tools mit wissenswerten Inhalten rund ums Unternehmertum. So kombinieren sie selbstständiges Lernen und aktiven Austausch. Für alle, die schnell wachsen wollen, ist das die perfekte Mischung.

3. Für wen eignet sich der Unternehmerbaukasten?

Ganz klar: Der UBK ist – wie der Name schon sagt – auf die Bedürfnisse von Unternehmern zugeschnitten. Damit ist aber eine große Bandbreite verbunden: vom Kleingewerbetreibenden bis hin zum geschäftsführenden Gesellschafter. Die Inhalte haben an sich keinen branchenspezifischen Charakter, sondern richten sich letztendlich an alle Führungskräfte, die das Maximale aus sich und ihrem Betrieb

herausholen wollen. Aktuell finden sich Unternehmer aus der Versicherungs- und Immobilienbranche, aber auch Handwerksbetriebe, Optiker und Physiotherapeuten unter den Teilnehmern. Dem Gründer-Duo ist wichtig zu betonen, dass man nicht als Unternehmer geboren wird. Es existiert schlicht keine gezielte Ausbildung, die alle Bereiche des Unternehmertums abdecken könnte. Als absolute Spezialisten in ihrer

Branche leisten die Teilnehmer hervorragende Arbeit, doch häufig fehlt ihnen die betriebswirtschaftliche Expertise. Viele „rutschen“ einfach in ihre Führungsposition hinein und werden dann mit Aufgaben und Fragestellungen konfrontiert, auf die sie alleine nicht optimal reagieren können.

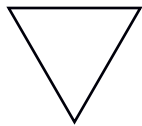
4. Was kann der Unternehmerbaukasten, was andere Beratungen nicht können?

Durch ihre jahrelange Tätigkeit in der Steuer- und Unternehmensberatung haben Driesch und Küpper ein umfangreiches Expertenwissen aufgebaut, das sie an andere Unternehmer weitergeben möchten. Zusammen verfügen sie über 50 Jahre Erfahrung in der Selbstständigkeit. Dabei handelt es sich nicht nur um theoretisches Wissen – ihre Expertise ist auch praxiserprobt. Als Außenstehende können sie Dinge ganz objektiv betrachten und so eine andere Perspektive einnehmen als die Betroffenen. Manchmal sieht man den Wald vor lauter Bäumen nicht, ist vielleicht betriebsblind, und da kommt der UBK als Lotse ins Spiel. Außerdem ein Vorteil: Über die digitale Plattform wird das Wissen orts- und zeitunabhängig vermittelt und gleichzeitig profitieren alle vom regen Erfahrungsaustausch zwischen den Teilnehmern. So stellen Unternehmer nicht nur Fragen, sie vertrauen den Experten und der gesamten Community mitunter sensible Daten an, um produktives Feedback zu erhalten. Dabei gibt es natürlich auch die Möglichkeit, anonym Fragen zu stellen – tatsächlich nutzen dies aber die wenigsten. Expertise und Vertrauen, gepaart mit einem hohen Unterhaltungswert macht das Erfolgsrezept aus. Ziel ist es, den Mittelstand zu stärken und fit für die Zukunft zu machen.

5. Ausblick: Was hält die Zukunft für den UBK bereit?

Der UBK wächst ununterbrochen und die Community nimmt immer größere Dimensionen an. Viele neue Mitgliedschaften entstehen alleine durch das Netzwerk und Weiterempfehlungen untereinander. Für die Zukunft können sich Driesch und Küpper sehr gut vorstellen, einmal vom virtuellen Raum in die „reale“ Welt zu wechseln. Im Rahmen eines Unternehmerwochenendes würden sie gerne aktives Community-Management mit allen Teilnehmern betreiben.

VOLL AUF GEWINNEN KONZENTRIERT



Er ist nicht nur eine der bekanntesten Persönlichkeiten des deutschen Fußballs, sondern auch erfolgreicher Geschäftsmann. Nach seiner Profikarriere erwarb Oliver Kahn an der Privatuniversität Schloss Seeburg 2011 den Titel Master of Business Administration (MBA). Heute besitzt er zwei Unternehmen und hält verschiedene Beteiligungen. Im Gespräch mit Chefredakteur Carsten Borgmeier verrät der Torwarttitan das Geheimnis seines Erfolgs.

RÜCKSCHLÄGE
SIND FÜR OLIVER
KAHN KEINE
NIEDERLAGEN,
SONDERN
NOTWENDIGE
SCHRITTE ZUM
ERFOLG



Oliver Kahn hat nicht alles in seinem Leben erreicht. So wurde er nie Fußballweltmeister. Dennoch ist die Karriere des „Titanen“, so sein ehrenvoller Spitzname seit der Fußballweltmeisterschaft 2002 in Japan und Südkorea, mit Superlativen gepflastert: unter anderem deutscher Rekordmeister, Champions-League-Gewinner, Europameister und bisher einziger Torwart, der zum besten Spieler und Torhüter einer Fußballweltmeisterschaft gekürt wurde. In Asien genießt er Kultstatus und saß in der Jury der Castingshow „I never give up – the Kahn principle“.

Wie lassen sich solch große Erfolge erreichen? „Schwer zu verallgemeinern“, sagt Oliver Kahn. „Erfolgsfaktoren sind individuell. Aber es gibt Überschneidungen.“ Aus seiner Sicht sind das:

1. Die Disziplin, jeden Morgen aufzustehen, seine Hausaufgaben zu machen und die eigenen Ziele zu verfolgen.
2. Resilienz, Hartnäckigkeit und Durchhaltevermögen.
3. An die eigene Vision zu glauben, sie mit Plänen und Ideen zu verfolgen, dabei aber flexibel für Veränderungen zu bleiben.
4. Rückschläge zu verkraften, aufzustehen und weiterzumachen.
5. Die Fähigkeit, sich von nichts aus der Ruhe bringen zu lassen.

“

Oliver Kahn hat mehrere Unternehmen in seinem Besitz und ist darüber hinaus an weiteren Erfolg versprechenden Firmen beteiligt.

„Wer erfolgreich werden will, muss in jeder Sekunde seines Lebens tätig sein“, betont Oliver Kahn. „Eine Vision ohne Umsetzung ist nichts weiter als eine Halluzination.“ Natürlich kann dabei nicht alles gelingen. Aber ob wir etwas als Erfolg oder Niederlage bewerten, sei oft auch eine Frage des Blickwinkels. „Bei mir zum Beispiel gab es nie Niederlagen, nur Erfolge“, lacht der dreimalige Welttorhüter mit einem Augenzwinkern. Obwohl er sich schon über das verlorene Finale bei der Weltmeisterschaft 2002 und auch in der Champions League geärgert habe. Doch dann gelte seine Regel Nummer vier – und weiter geht’s. „Das sind nur Momente der Rückschläge. Insgesamt habe ich in meiner Karriere weitaus mehr gewonnen als verloren.“ Vor allem deshalb, weil er sich mit jeder Faser seines Körpers vollständig auf das Gewinnen konzentriert habe.

VIELSEITIG AUFGESTELLT

So sei er auch mit dem enormen Druck auf dem Platz und in der Öffentlichkeit fertig geworden. „Ich habe mich gefragt: Was kann Dich wirklich verletzen? Das Allerwenigste. Nur berechtigte Kritik lasse ich tiefer an mich heran.“ Für dieses selbstbewusste Standing bedürfe es allerdings eines stärken- den Umfeldes und mehrerer aktiver Säulen im Leben. „Niemand sollte sich nur auf eine Option verlassen.“ Für ihn seien das neben Familie und Freunden auch seine Unternehmen. Es verwundert allerdings nicht, dass alle wirtschaftlichen Aktivitäten der Torwart-Legende einen Berührungspunkt zum Fußball haben. Begonnen hat er mit einer Internetplattform, die ein Meinungsbild über das Fußballgeschehen abbilden wollte. „Eine tolle, kreative Idee. Aber es war schwierig, daraus ein Geschäft zu entwickeln“, erinnert er sich. Daher wurde diese Geschäftsidee nicht weiterverfolgt. Erfolgreicher lief es für sein Unternehmen Goalplay, das Torwart-Equip- ment, eine App für Torwarttraining sowie Fußballacademies auf der ganzen Welt entwickelt und vermarktet hat. „Nach meiner Zeit beim FC Bayern als Vorstand wollen wir wieder Fußballacademies aufbauen, unter anderem in Saudi-Arabien,



**„DAS SPANNENDE ALS
UNTERNEHMER IST DABEI,
DASS MAN SICH MIT DEN
UNTERSCHIEDLICHSTEN
INTERESSANTEN THEMEN
BESCHÄFTIGEN DARF.“**

SCHNITTSTELLE
ZWISCHEN SPORT UND
GESCHÄFTSWELT

Auch ein Oliver Kahn hat trotz all seiner persönlichen Erfolge Vorbilder. Der Golfer Greg Norman zählt für ihn zu den Großen, sowie Bodybuilder, Schauspieler und Politiker Arnold Schwarzenegger. „Was die

Indien und Thailand, wo es einen enormen Bedarf an strukturierter Ausbildung im Fußballbereich gibt“, erklärt Oliver Kahn. Sein zweites Unternehmen heißt Titaneon Media AG. Was das macht? Der 54-Jährige antwortet lachend: „Mehr Oliver Kahn.“ Oder anders ausgedrückt: „Hier bündle ich alle meine geschäftlichen Aktivitäten.“ Dazu merkt der Vorstandsvorsitzende von Titaneon an: „Ich bin vielseitig aufgestellt.“ Zudem beteiligt sich der Geschäftsmann an verschiedenen Unternehmen, die das Potenzial haben, erfolgreich zu werden. Angebote erhält er genug. Die meisten überstehen allerdings nicht seine kritische Prüfung. „Das Spannende als Unternehmer ist dabei, das man sich mit den unterschiedlichsten interessanten Themen beschäftigen darf“, meint er und es ist ihm anzumerken, dass ihm seine Geschäfte wirklich Spaß machen.

beiden leisten, finde ich einfach bewundernswert. Sie haben so viel in den Sport investiert und sind dennoch darüber hinaus auf anderen Feldern überaus erfolgreich.“ Greg Norman führte in den 1980er- und 1990er-Jahren insgesamt 331 Wochen die Golfweltrangliste an und ist inzwischen ein erfolgreicher Geschäftsmann im Golfbereich. Arnold Schwarzenegger drehte legendäre Filme wie „Terminator“ und war republikanischer Gouverneur im US-Bundesstaat Kalifornien. Doch auch Oliver Kahn geizt nicht mit Superlativen. So gelang es ihm, 19 Bundesligaspiele ohne Gegentor

zu bleiben. Kein anderer Torwart ist bisher auch nur ansatzweise an diesen Rekord herangekommen. „Egal wie erfolgreich man selbst ist, jeder Mensch braucht Vorbilder. Ich finde meine natürlich an der Schnittstelle zwischen Sport und Geschäftswelt, also in der Welt, in der ich mich selbst bewege“, sagt der ehemalige Fußballer bescheiden.

DER WETTBEWERBSVORTEIL DES FC BAYERN MÜNCHEN

Natürlich läuft auch für Oliver Kahn nicht alles immer glatt und nach Wunsch. Aktuelles Beispiel ist sein Engagement im Vorstand des FC Bayern München, dessen Vorsitzender er von Juli 2021 bis Mai 2023 war. Praktisch über Nacht wurde er dort von seinen Aufgaben entbunden. Die Medienresonanz war groß und teilweise sehr emotional. Oliver Kahn selbst sieht das wesentlich sachlicher. „Mit der Zeit bemerkte ich ein unterschiedliches Denken in Strategie und Entwicklung zwischen mir und dem Club. In einem solchen Fall schaut man sich in die Augen, trennt sich freundschaftlich und geht seiner Wege.“ Auf den FC Bayern München lässt er dennoch nach wie vor nichts kommen. „Die wirtschaftliche Power des Vereines wurde über Jahrzehnte stetig und mit viel Sachverstand aufgebaut“, analysiert er. „Das ist ein riesiger Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Vereinen in der Bundesliga. Vor allem die Einnahmen aus der Champions League machen den entscheidenden Unterschied. Dadurch kann der Verein in Topspieler investieren. Beim FC Bayern München greifen viele Zahnräder sehr effektiv ineinander.“

EXPERTE AUCH AUSSERHALB DES GRÜNEN RASENS

Wie auch in seinem eigenen Leben. Oliver Kahn macht trotz aller Widrigkeiten und Verpflichtungen einen äußerst gelassenen Eindruck. „Entspannung lässt sich bewusst lernen“, meint er. „Im Sport ist das allerdings schwieriger, da Athleten physisch und psychisch topfit sein müssen. Als Manager bin ich nur mental gefordert.“ Entsprechend habe ihm das Management seiner Unternehmen nie Probleme bereitet. „Die 14 Jahre als Spieler beim FC Bayern München sind in mich eingebrannt. Dort muss man wesentlich schneller zwischen Erfolg und Misserfolg umschalten können. Gewinn und Niederlage liegen eng beieinander.“

Auch heute noch verfügt Oliver Kahn über eine große Bekanntheit auch außerhalb der Fußballwelt. Er war als ZDF-Experte bei Länderspielen und in der Champions League tätig, tritt als Key-Speaker bei hochrangigen Veranstaltungen auf und war Markenbotschafter unter anderem

„MIT DER ZEIT BEMERKTE ICH EIN UNTERSCHIEDLICHES DENKEN IN STRATEGIE UND ENTWICKLUNG ZWISCHEN MIR UND DEM CLUB.“

für Samsung, Tipico, MAN und DWS. Im Jahr 2002 widmete ihm die Leipziger Band Die Prinzen den Song „Olli Kahn“. Seine Autobiografie „Nummer eins“ erschien 2004, vier Jahre später folgte sein zweites Buch „Ich. Erfolg kommt von innen.“. Seit September 2010 ist sein Jugendbuch „Du packst es! Wie du schaffst, was du willst“ auf dem Markt. Das ist gleichzeitig auch das Motto

der Oliver Kahn Stiftung, die mit ihrem selbst entwickelten Fußball-Bildungsprogramm junge Menschen motivieren möchte, sich Ziele zu setzen und diese nachhaltig zu verfolgen. Die Oliver Kahn Stiftung unterstützt weltweit den Aufbau von sogenannten Safe-Hubs. Dabei handelt es sich um Bildungs- und Sportzentren in sozialen Brennpunkten in Südafrika, USA, Elfenbeinküste und Europa, in denen Kinder und Jugendliche in ihrer persönlichen Entwicklung gefördert werden. Aktuell wird in Berlin der Sportplatz eines Safe-Hubs eröffnet.

Dabei wird der einstige Ausnahmesportler mehr und mehr auch als Experte außerhalb des grünen Rasens wahrgenommen. Andere Unternehmer suchen seinen Rat und lassen sich von ihm motivieren. Besonders sein nach wie vor ungebremster Ehrgeiz und sein unbedingter Wille zum Erfolg begeistern seine Fans. Längst ist er selbst zu einem großen Vorbild für eine neue Generation von Managern geworden, die in Oliver Kahn weitaus mehr als den begnadeten Fußballer sehen. Für sie ist er allein schon durch sein selbstbewusstes Auftreten und seine direkte Sprache eine Inspiration. Zudem ist er trotz seiner Bekanntheit ein nahbarer Mensch geblieben, mit dem man bei einem Mittagessen über die neuesten wirtschaftlichen Entwicklungen auf Augenhöhe sprechen kann.

Oliver Kahn mit Chefredakteur Carsten Borgmeier



DRAHTSEILAKT IM MODERNEN RECRUITING

In der dynamischen Welt des 21. Jahrhunderts stehen Unternehmen vor einer Herausforderung, die nicht nur ihre gegenwärtige Leistungsfähigkeit, sondern auch ihre langfristige Überlebensfähigkeit beeinflusst: die Suche nach geeigneten Angestellten.

► Diese komplexe Problematik ist nicht auf eine bestimmte Branche oder Region beschränkt, sondern erstreckt sich weltweit und berührt Unternehmen unterschiedlichster Größenordnungen. Svenja Scheinhütte, als Head of HR beim BV Bestseller Verlag und bei der My Best Concept GmbH, sowie Maurice Delling, Experte im Bereich des active Sourcing, wissen, wo sich die heiß begehrten Talente heutzutage finden lassen und wie Unternehmen diese in ihren Betrieb holen können.

IMMER IN BEREITSCHAFT

Wer einen breiten Pool an

möchte, sollte sich zuerst dem Thema Push Recruiting widmen. Hierbei geht es darum, Arbeitskräfte anzusprechen, die sich aktuell nicht aktiv auf der Suche nach einem neuen Job befinden, sich aber mit den richtigen Argumenten vom Wechsel zu einem neuen Arbeitgeber überzeugen lassen. Dies kann auf verschiedenen Plattformen oder über die unterschiedlichsten Wege geschehen. Svenja Scheinhütte weiß: „Als einer der bekanntesten, aber trotzdem oft vergessenen Methoden erweist sich dabei die Strategie ‚Mitarbeiter werben Mitarbeiter‘.“ Durch die Ansprache von Familie, Freunden oder dem generellen Umfeld zeigen sich zum Teil überraschende Ergeb-

nisse. „Wer schon A-Mitarbeiter in seinem Unternehmen beschäftigt, kann sich in der Regel darauf verlassen, dass diese auch einen erstklassigen Bekanntenkreis mitbringen und somit die Chance besteht, durch solche Push-Aktionen weitere Topkräfte für das eigene Unternehmen zu erhalten. Oft schlummern an dieser Stelle echte Rohdiamanten, die bisher nur noch niemand entdeckt oder geschliffen hat“, erklärt Svenja Scheinhütte.

MOTIVATION DER MITARBEITER

Um mehr Bereitschaft in der eigenen Belegschaft hervorzurufen, lohnt es sich selbstverständlich, ein Belohnungssystem in Form einer Prämie für das erfolgreiche Recruiting von neuen Talenten einzuführen. Somit zeigen sich Angestellte gerne bereit, das eigene Umfeld auf dieses Thema anzusprechen, und nutzen die Chance, sich mit passenden Talenten einen entsprechenden Bonus auf dem Gehaltsscheck zu ergattern. Die Recruiting-Expertin erläutert: „Wir versprechen

beispielsweise 1.500 Euro bei der ersten Empfehlung. Der Erhalt dieses Geldes ist dabei jedoch selbstverständlich an die Bedingung geknüpft, dass der Kandidat die vorgegebene Probezeit von sechs Monaten übersteht.“ Nur so können Unternehmen sicher sein, dass sie die bestmöglichen Vorschläge von ihrer Belegschaft bekommen. „In unserem System verdoppelt sich der Betrag mit jeder weiteren geglückten Empfehlung. Somit steigt der Anreiz, sich im Bekanntenkreis wirklich umzuhören und die Augen immer nach möglichen Talenten aufzuhalten.“

LIEBER INDIVIDUELL STATT MASSEN- ABFERTIGUNG?

Bei Active Sourcing geht es zu Beginn erst einmal grund-

Svenja
Scheinhütte
und Maurice
Delling

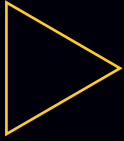


Svenja Scheinhütte –
seit 4 Jahren im Team,
Head of HR bei MBC
(My Best Concept) und
BV (Bestseller Verlag)

legend darum, zu jeder Stelle die passende Plattform zu finden. Hierbei unterscheiden Personalabteilungen zwischen Matching-Plattformen, wie beispielsweise Workwise oder Trufls, und den großen Jobnetzwerken, wie LinkedIn oder Xing. Auf diesen sozialen Plattformen haben Betriebe, mit der Hilfe eines bezahlten Corporate Recruiters, die Möglichkeit, für jede Stelle eine optimale Ansprache zu wählen. Hier müssen Unternehmen jedoch persönlich entscheiden, ob sie lieber auf Masse oder individuell arbeiten. „Ich nutze im Alltag lieber den qualitativen Anspruch und investiere die Zeit in die einzelnen Bewerber, um so das bestmögliche Ergebnis für beide Seiten zu erreichen. Gerade zu Beginn lohnt es sich, direkt in den persönlichen Kontakt zu treten, gerne auch in Form eines Videotelefonats, indem sich erste Grundlagen, wie der Need des Bewerbers, abklopfen lassen. Dabei liegt der zeitliche Invest selbstverständlich nicht nur auf dem Formulieren der einzelnen Anschreiben, sondern auch auf der schnellen Bearbeitung der eintreffenden Antworten sowie des weiteren internen Prozesses“, verdeutlicht Maurice Delling, Experte für den Bereich des active Sourcing.

VIELE WEGE FÜHREN ZUM ZIEL

Recruiter und HR-Mitarbeiter müssen immer mit offenen Augen durch den Alltag gehen, da sich in jeder Situation die Gelegenheit für die Anwerbung neuer Bewerber bietet – egal ob beim Bäcker oder im Wartezimmer des Zahnarztes. Auch in



der Kommentarspalte der eigenen Kanäle auf den sozialen Medien lassen sich potenzielle Talente für das eigene Unternehmen finden. Hier braucht es nur eine entsprechende Ansprache, damit sich der Funke beim Gegenüber in ein lodernes Feuer der Motivation verwandelt. „Gerade in diesem Zusammenhang erweist sich die Erstellung eines Talent-

Bewerber anzusprechen. Die Leiterin der HR-Abteilung resümiert: „Für 2 Jahre haben wir auch Offline-Maßnahmen, wie beispielsweise Werbung an Bushaltestellen oder in der Innenstadt, ausprobiert. Hier konnten wir trotz hoher Ausgaben im fünfstelligen Bereich jedoch nur einen geringen Erfolg feststellen.“ Eher lohne sich eine kostengünstigere Va-

„ALS EINE DER BEKANNTESTEN, ABER TROTZDEM OFT VERGESSENEN METHODEN ERWEIST SICH DIE STRATEGIE ‚MITARBEITER WERBEN MITARBEITER‘ ...“



beziehungsweise Absagepools als äußerst rentabel, da selbstverständlich immer wieder neue Positionen frei werden“, erklärt Svenja Scheinhütte. Solange Bewerber einen positiven Eindruck vom Recruitingprozess haben, kommen sie auch in der zukünftigen Jobsuche gerne wieder auf dieses Unternehmen zurück. Ansonsten steht Personalabteilungen natürlich auch immer der Griff zum Headhunter oder der Besuch einer Jobmesse zur Verfügung, um junge oder scheinbar unerreichbare

riante mit coolen bedruckten T-Shirts inklusive QR-Code, die die Mitarbeitenden im Fitnessstudio oder unterwegs tragen.

AKTIV UND PASSIV

Beim Pull-Recruiting handelt es sich um Maßnahmen, die qualifizierte Kandidaten aktiv dazu anregen sollen, zum eigenen Unternehmen zu wechseln. Damit erhöhen sich in der Regel die Chancen auf ambitionierte Bewerber, die schon eine klare Vorstellung vom künftigen Arbeitgeber haben und somit

auch besser zur bestehenden Unternehmenskultur passen. „Mögliche Pull-Kanäle sind dabei unter anderem die eigene Karrierewebsite, klassische Stellenbörsen oder auch Websiteangebote zur Unternehmensvorstellung, wie indeed oder join diese anbieten“, konkretisiert Svenja Scheinhütte. Nicht nur für die junge Generation bildet jedoch der eigene Auftritt in den sozialen Medien oft einen ausschlaggebenden Punkt, den Zuständige in den Personalabteilungen niemals vergessen sollten. Hier haben potenzielle Bewerber die Möglichkeit, einen ersten Einblick hinter die Kulissen zu erhalten und sich vor der Applikation besser über das künftige Team zu informieren. In diesem Zusammenhang empfiehlt es sich auch, Bewertungsportale wie kununu nicht zu vernachlässigen und immer up to date zu halten. Ungerechtfertigte Kommentare lassen sich hier beispielsweise recht einfach anfechten und somit entfernen. All dies macht einen guten Eindruck bei Interessenten und motiviert die Bewerber somit direkt zum Aktualisieren des eigenen Lebenslaufes.

BEST OF BOTH WORLDS

Push- und Pull-Recruiting bilden damit zwei Seiten einer Medaille. „Beide Strategien sollten für ein optimales Ergebnis in den Recruitingmaßnahmen eine Rolle spielen und in die alltäglichen Bemühungen der Zuständigen integriert werden“, offenbart die Recruiting-Expertin. Hier lohnt es sich, nicht nur auf eins der beiden zu setzen und das andere im Zuge dessen komplett zu vernachlässigen, ansonsten kann es plötzlich zu großen Lücken im Personalmanagement kommen. Svenja Scheinhütte verrät: „Gerade aufgrund der riesigen Fülle an Möglichkeiten empfiehlt es sich, neue Trends oder Techniken einfach mal auszuprobieren und die Ergebnisse nach einer festgelegten Zeitspanne zu reflektieren.“ Wenn hier Maßnahmen nicht die gewünschte Wirkung zeigen, braucht es aber auch die Entscheidung, sich von diesen zu trennen und sich neuen Optionen zu widmen. Nur so bleibt der Fluss der neuen Bewerber immer in Bewegung und die Schreibtische in den Büros nie unbesetzt.

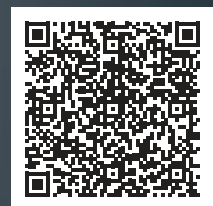
Dirk

KREUTER | BORGMEIER
PUBLIC RELATIONS GMBH

**WIR VERLIEREN
NICHT GEGEN DEN
WETTBEWERB,
WIR VERLIEREN
GEGEN UNSERE
UNBEKANNTHEIT!**



**SICHERE DIR
JETZT EINEN
TERMIN!**



MANISCHER GESCHICHTEN- ERZÄHLER

In seiner Zeit als Chefredakteur der BILD ging Kai Diekmann oft ungewöhnliche Wege – wie bei der Kooperation mit der linken Tageszeitung (taz). Heute ist er Berater und Unternehmer, engagiert sich in verschiedenen Projekten, schreibt Bücher. Nebenbei findet er Zeit, das beeindruckende Werk des Komponisten Engelbert Humperdinck einem neuen Publikum zugänglich zu machen, wie er Carsten Borgmeier, Chefredakteur des Jetstream Magazins, im Gespräch verriet.

„Die Macht vermisse ich nicht“, sagt Kai Diekmann mit Blick auf seinen ehemaligen Job als Chefredakteur der BILD-Zeitung. „Aber manchmal vermisse ich den Spaß, die Freude und die Aufregung im Team.“ Er steht für die bisher letzte bedeutende Ära der ehemals größten Tageszeitung Europas. Unter seiner Führung ging die Zeitung neue Wege und trotzte den Schwierigkeiten der aufkommenden Digitalisierung der Medien. Entsprechend wirkte der charismatische Chefredakteur 16 Jahre an der BILD-Spitze – länger als seine beiden legendären Vorgänger Günter Prinz und Peter Boenisch. Bis heute gilt der polarisierende Kai Diekmann als einer der bekanntesten Blattmacher Deutschlands. Legendär ist seine Übernahme der taz. Auf Einladung der taz-Chefredaktion durfte er am 26. September 2003 für einen Tag die taz „feindlich“ übernehmen. „Die ‚Feindes-taz‘ ist ein Riesenerfolg“, schreibt Kai Diekmann in seiner Biografie. „Schon am Mittag des nächsten Tages ist die komplette Auflage ausverkauft, wir müssen nachdrucken.“

EIN REVOLUTIONÄRER PROZESS

Was macht der einst mächtigste Journalist Europas im Anschluss an seine berufliche Karriere? „Wieder mit der Normalität im eigenen Leben beginnen. Einen Tisch im Restaurant als Kai Diekmann und nicht als Chefredakteur der BILD bekommen“, sagt der vierfache Vater. „Selbst über die eigene Zeit bestimmen und im Urlaub wirklich freihaben.“ Der Abschied vom Springer-Verlag sei ein längerer Prozess gewesen, deshalb habe er sich gut damit arrangieren können. „Begonnen hat es schon mit meinem Jahr im Silicon Valley, von dem aus ich über bemerkenswerte technische Entwicklungen berichtet habe“, erinnert sich Kai Diekmann. Dort begriff er die Dynamik der digitalen Revolution. „Palo Alto ist ein verschlafenes Village, in dem abends die Bürgersteige hochgeklappt werden. Aber als ich lernte, hinter die Fassaden zu blicken, sah ich Weltfirmen in muffligen Gebäuden die kompletten Wertschöpfungsketten neu denken und damit einen revolutionären Prozess in Gang setzen.“ BILDhaft auf den Punkt gebracht: „Die wollten nicht die Pferde schneller machen, sondern erfanden den Motor.“ Da sei ihm klar geworden, dass er etwas anderes machen müsse. Zumal er fremd gewordene Freiheiten wiederentdeckte. „Wenn ich allein im Auto unterwegs war, konnte ich die Musik so laut aufdrehen, wie ich wollte. Nach Terminen ging ich in einen Starbucks und keiner wusste, wo ich mich gerade aufhielt.“ Nach dieser Erfahrung gab es für ihn langfristig keinen Weg mehr zurück in die Chefredaktion der BILD.

„DIE WOLLTEN NICHT DIE
PFERDE SCHNELLER
MACHEN, SONDERN
ERFANDEN DEN MOTOR.“

ALS BILD-CHEF
POLARISIERTE KAI
DIEKMANN, HEUTE
ENGAGIERT SICH DER
UNTERNEHMER
IM DRAMATISCHEN
WANDEL DER
MEDIENLANDSCHAFT

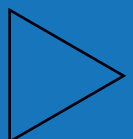
„

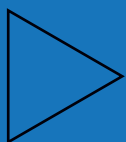


AM TECHNISCHEN PULS DER ZEIT

Vor mittlerweile sieben Jahren verließ Kai Diekmann nach 30-jähriger Zusammenarbeit den Springer Verlag. „Endgültig“, wie er sagt. „Das Kapitel BILD ist für mich abgeschlossen.“ Es folgte die Gründung der Storymachine Ende 2017, Anfang 2018. Das Unternehmen unterstützt Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik dabei, Präsenz und Sichtbarkeit in den sozialen Medien zu erreichen. „Unsere Redakteure erzählen sehr erfolgreich interessante Storys über Produkte, Dienstleistungen

und Firmen als Arbeitgeber“, berichtet Diekmann. „Der dramatische Wandel der Medienlandschaft schafft Bedarf für unser Angebot. Denn derzeit erhalten schon zwei Generationen fast ihre gesamten Informationen über die sozialen Medien.“ Neben der Storymachine ist Kai Diekmann in weiteren Beteiligungen engagiert, vor allem im Silicon Valley. „Das sind eine Reihe von Angelinvestments, in die ich auch meine Kompetenz im Bereich der sozialen Medien einbringe. Das ermöglicht mir, dort ganz nah am technischen Puls der Zeit zu bleiben.“





KOMMUNIZIEREN STATT KOMMANDIEREN

Den Medien sagt Kai Diekmann im Widerspruch zu vielen anderen Experten eine große Zukunft voraus. „Der Erfolg im digitalen Vertrieb wird über die Reichweite gemessen. Die Technik ermöglicht eine neue Art von Journalismus, zum Beispiel Berichterstattung in Echtzeit. Das ist ein komplett anderer Rhythmus, der sehr viel größere Nähe zu den Nutzern herstellt. BILD hat das auf ihren digitalen Plattformen längst erkannt.“ Auf der anderen Seite bedeutet das mehr Stress für die Journalisten. Wie ist Kai Diekmann mit Druck umgegangen, hat er je einen Coach gehabt? „Natürlich“, antwortet er. „Ich lasse mir ja auch von einem Physiotherapeuten erklären, wie ich richtig trainiere. Ein Coach gibt mir wichtige Rückmeldungen zu meinem Verhalten, die ich ansonsten nicht bekomme.“ Schließlich würden die allermeisten Mitarbeiter ihrem Chef nicht unbedingt die Meinung sagen. Ein Coach tue das aber sehr wohl – manchmal auch als Übermittler der Botschaften anderer Leute. „Jeder braucht Experten, besonders wenn es um Führung und das eigene Leben geht“, ist Kai Diekmann sicher. Ein Coach sei wie ein Spiegel, der einem vorgehalten werde. „Er stellt Fragen, konfrontiert, sät Selbstzweifel. Reflexionen

haben mir immer gutgetan. Korrekturen von außen sind wichtig.“ Was war seine bemerkenswerteste Erkenntnis durch die Zusammenarbeit mit einem Coach? „Kommunizieren statt kommandieren. Seit ich den Menschen in meinem Umfeld mehr zuhöre, erziele ich bessere Ergebnisse in der Zusammenarbeit. Das hilft mir schon sehr.“

DER UNTERSCHIED ZWISCHEN ERFOLGREICHEN UND BESONDERS ERFOLGREICHEN MENSCHEN

Seine lange journalistische Karriere brachte Kai Diekmann mit vielen bekannten Persönlichkeiten zusammen. Über den ehemaligen Bundeskanzler Helmut Kohl veröffentlichte er eine Biografie. Der befreundete Politiker war später sogar Trauzeuge bei Diekmanns Hochzeit. Doch welche Persönlichkeiten faszinieren einen wie Kai Diekmann am allermeisten? „Ich habe mich selten so wohlgefühlt wie in Ateliers von Künstlern. Günther Uecker mit seiner Leidenschaft, Otto Piene mit seiner jahrzehntelangen Kreativität und Markus Lüpertz mit seiner Kraft, Verspieltheit und Selbstsicherheit begeistern mich zutiefst. Sie erfinden sich immer wieder neu, erschaffen Neues, verändern sich ständig. Das finde ich überaus beeindruckend.“



„JEDER BRAUCHT EXPERTEN,
BESONDERS WENN ES UM
FÜHRUNG UND DAS EIGENE
LEBEN GEHT.“

Wo sieht Kai Diekmann Gemeinsamkeiten besonders erfolgreicher Menschen? „Da gibt es sicherlich eine Menge Überschneidungen. Aber einige sind für mich auffälliger als andere.“ Dazu zählen:

1. Leidenschaft bis zur Besessenheit
2. Ungeheure Neugierde
3. Die Bereitschaft, immer weiter zu lernen
4. Resilienz
5. Der Umgang mit Rückschlägen:
Das Leben schlägt Haken. Besonders erfolgreiche Menschen stehen schnell wieder auf, wenn sie hinfallen.
6. Emotionale Führungskompetenz:
Besonders erfolgreiche Menschen begeistern ihr Team und zünden es an, damit es die erforderliche Extrameile für sie geht.

„Diese sechs Punkte machen aus meiner Sicht den Unterschied zwischen erfolgreichen Menschen und besonders erfolgreichen Menschen aus. Auch mit einfachen Bordmitteln lässt sich viel erreichen – aber wer mehr will, braucht diese hervorstechenden Eigenschaften.“

„ICH HABE IMMER DIE ZEITUNG
GEMACHT, FÜR DIE ICH MICH SELBST
INTERESSIERT HABE.“

DIE GESAMTE BANDBREITE DES MENSCHLICHEN LEBENS

Im kommenden Jahr wird Kai Diekmann sechzig Jahre alt. Zeit für ihn, sich zur Ruhe zu setzen? „Keineswegs. Ich bin ein manischer Geschichtenerzähler und verfolge viele Projekte, die alle parallel laufen.“ So setzt er sich als Vorsitzender des deutschen Freundeskreises der israelischen Holocaust-Gedenkstätte Yad Vashem aktiv für eine lebendige Erinnerung an die Gräueltaten des deutschen Faschismus ein. Zudem initiierte er eine Ausstellung über digitale Kunst. Das für ihn derzeit spannendste Projekt ist jedoch, der Musik von Engelbert Humperdinck zu einer neuen Aufmerksamkeit und Wahrnehmung zu verhelfen. „Der deutsche Komponist der Spätromantik ist weitgehend nur für seine Märchenoper ‚Hänsel und Gretel‘ bekannt. Darüber wird sein beeindruckendes Lebenswerk leider fast vollständig vergessen“, bedauert Kai Diekmann, der das in den nächsten Jahren ändern möchte. „Von einem Urenkel Humperdincks habe ich vierzig Tagebücher seines Sohnes erworben, die jetzt wissenschaftlich ausgewertet werden.“ Damit und mit musikalischen Aufführungen des Werkes hofft Kai Diekmann, dem ehemaligen Schüler Richard Wagners zu der Anerkennung zu verhelfen, die ihm seines Erachtens in der Welt der klassischen Musik zukommen sollte.

Kai Diekmann ist dagegen mit seinem Leben abseits der ganz großen Bühne im Augenblick mehr als zufrieden. Jüngst hat er seine Autobiografie „Ich war BILD“ veröffentlicht. Wie beurteilt der Autor seine Zeit bei dem Boulevardblatt rückblickend? Was bleibt? „Ich habe immer die Zeitung gemacht, für die ich mich selbst interessiert habe“, beschreibt er sein Konzept. „Um mit den Worten von Bild-Legende Günter Prinz zu sprechen: ‚Eine Zeitung ist immer das Abbild der Seele ihres Chefredakteurs.‘ Ein guter und richtiger Gedanke.“ Nach kurzer Überlegung fügt Kai Diekmann hinzu: „Insofern hoffe ich, dass BILD für mich ein solches Abbild gewesen ist. Ich jedenfalls habe dafür gearbeitet, die gesamte Bandbreite, mit der uns das menschliche Leben begegnet, darzustellen: mit all seinen Brüchen, Schönheiten und tragischen Momenten.“

„WIR RÄUMEN MIT VORURTEILEN AUF“

Aus eigener leidvoller Erfahrung wird Kai Schimmelfeder zum Experten für Fördermittel. Inzwischen berät seine Firma Unternehmen in allen Fördermittelbereichen, wenn es um Investitionen und Zuschüsse geht. Denn in neun von zehn Fällen sind vor allem kleine und mittlere Unternehmen in diesem Sektor nicht auf der Höhe der Zeit und verpassen dann die Chancen der Förderprogramme.

KAI SCHIMMELFEDER ÜBER FÖRDERMITTEL FÜR UNTERNEHMEN

er Mitte der 1990er-Jahre bei 50.000 Mark Eigenkapital einen Kredit über 800.000 Mark. „Die Banken haben mich ausgelacht. Meine sportlichen Erfolge und Rekorde zählten nicht. Sie gaben mir keine Chance.“ Trotz der empfundenen Schmach ließ sich Kai Schimmelfeder nicht von seinem Weg abbringen. „Ich fuhr durch ganz Schleswig-Holstein, fragte überall nach Geld.“ Nach zwei Jahren Klinkenputzen hatte er sich sein Fitnessstudio auf 1.000 Quadratmetern hart erarbeitet. Vor allem, weil

ihn Familie, Freunde und Bekannte unterstützten. „Die Hälfte der erforderlichen Summe stammte aus Förderprogrammen.“ Diese persönliche Erfahrung war die Initialzündung für seine heutige Firma. „Damals gab es hauptsächlich Zweifler um mich herum. Ich hielt nur aufgrund von Willenskraft und Nervenstärke durch und lernte den Wert der richtigen gedanklichen Einstellung kennen.“ Trotz seines letztendlichen Erfolges sagt Kai Schimmelfeder: „Ich kämpfe noch heute mit der Ablehnung von

Oft wird Kai Schimmelfeder als deutscher Fördermittelpapst bezeichnet. Doch das hört er ungern. „Ich bin nicht so dogmatisch wie ein Papst“, wehrt er ab. Besser ist die Bezeichnung „führender Förderexperte“. Das klingt weniger nach Unfehlbarkeit und lässt Spielraum für die Chancen für Unternehmen in der Fördermittelberatung. Denn die wirtschaftlichen und finanziellen Vorteile für Unternehmen sichert er jeden Tag mit seinem Team. Auf dem Weg zur Förderung liegen jede Menge Hindernisse und Fallstricke.

DAS RICHTIGE MINDSET GEGEN DIE ZWEIFLER IN DER EIGENEN UMGEBUNG
Wie kommt jemand wie Kai Schimmelfeder dazu, sich einer auf den ersten Blick schier undurchdringlichen Materie zu verschreiben? „Aus eigener leidvoller Erfahrung“, sagt er und erzählt seine Gründergeschichte. „Ich war Profisportler, habe zehn Jahre Wettkämpfe im Powerlifting bestritten. Doch auf Dauer verdiente ich damit kaum Geld. Also wollte ich mich nach meinem Studium der Betriebswirtschaftslehre mit einem Fitnessstudio selbstständig machen.“ Dafür benötigte

„ICH HIELT NUR AUFGRUND
VON WILLENSKRAFT UND
NERVENSTÄRKE DURCH
UND LERNTEN DEN WERT DER
RICHTIGEN GEDANKLICHEN
EINSTELLUNG KENNEN.“



damals.“ Als es mit seinem Fitnessstudio lief, schubste ihn ein Zufall auf die Beraterschiene. „Eines meiner Mitglieder hatte ein Consultingunternehmen und fragte eines Tages, wie ich mein Studio finanziert hätte.“ Von Fördermitteln hörte der Kunde zum ersten Mal. „Er bot mir sofort einen Job an.“ Zunächst wurde Kai Schimmelfeder freier Berater. Dann gründete er feder consulting. Seitdem geht es nicht nur für ihn, sondern auch für viele seiner Kunden steil bergauf. „Als ich anfang, stieß ich in eine Nische. Fördermöglichkeiten waren in den 1990ern noch weitgehend unbekannt.“ Das sieht zwar heute anders aus. Aber: „Vielen Unternehmen fehlt noch immer der gedankliche Zugang, um sich Geld vom Staat schenken zu lassen oder Investitionen mit Förderprogrammen zu finanzieren.“

MEIST ENTSCHEIDEN DETAILS ÜBER DEN ERFOLG EINES FÖRDERANTRAGS
Hier setzt feder consulting an. „Wir räumen mit Vorurteilen auf. Kleine Unternehmen denken, nur Konzerne würden gefördert, während große Unternehmen glauben, hauptsächlich der Mittelstand profitiere.“ Beides sei natürlich ausgemachter Blödsinn. „In unserer Datenbank sind 5.100 Förderprogramme gelistet. Da ist für fast jedes Unternehmen der passende Topf dabei“, meint Kai Schimmelfeder. „Das Problem ist das eigene Mindset“, weiß der Experte. „Für viele ist es irgendwie unvorstellbar, eine Förderung zu bekommen. Vergleichbar mit



„BERATUNG VERKÜRZT DEN WEG ZUM ZIEL.“

Nachhilfe in der Schule.“ Selbst ein Dirk Kreuter habe lange dagegen gewettert. Wer Förderung brauche, habe es als Unternehmer nicht geschafft, so die weitverbreitete Einstellung. „Das Gegenteil ist der Fall“, meint Kai Schimmelfeder. „Wer

Förderung erhält, ist schlau genug, alle Möglichkeiten für sein Unternehmen zu nutzen.“ Auch Dirk Kreuter hat er damit inzwischen überzeugt. Wie geht das denn nun mit Förderungen? „Im Grunde ganz einfach. Ein Unternehmen stellt vor

Beginn einer Maßnahme – also bevor Investitionen in Gang gesetzt werden – den Förderantrag mit allen erforderlichen Unterlagen und profitiert bei Annahme von den ausgelobten staatlichen Mitteln“, erklärt der Experte den Vorgang. „Es gibt zwei Herausforderungen: Die Förderrichtlinien sind oft komplex und viele Unternehmen verfügen nicht über vollständige Unterlagen.“ Damit wird es kompliziert. „Unsere Mitarbeiter durchlaufen wöchentlich interne Fortbildungen, damit sie bei 1.500 Richtlinien und ständig neuen Förderprogrammen den Überblick behalten“, betont Kai Schimmelfeder. Meist sind es Details, die für den Erfolg



eines Antrags entscheidend sind. „Einige Förderprogramme schließen sich zum Beispiel gegenseitig aus. Manchmal kommt es auch auf die Reihenfolge der Beantragung von Förderungen an. Wer das nicht weiß, der steckt viel Arbeit für nichts in den Versuch, Zuschüsse und Finanzierungen zu bekommen.“

tumsplänen zu unterstützen oder Investitions- und Personalkosten mit Förderprogrammen zu begleiten. Ob Zuschüsse zu Innovationen, zu Maschinen, zu gewerblichen Immobilien, zur Digitalisierung, zum Kauf von Unternehmen, zur Gründung oder für Startups, zur Energieeffizienz und zum Umweltschutz, für

mit Fördermittel TV einen eigenen Fernsehsender. „Jedes Unternehmen sollte wissen, dass es staatliche Gelder bei Investitionen geben kann.“ Freigiebig teilt er sein Wissen. „Früher oder später, glauben wir, finden die Unternehmen den Weg zu uns. Die Antragsverfahren sind bürokratisch und es ist sehr aufwendig, sich in den Formularen zurechtzufinden.“ Hinzu kommt die Gefahr, bei Fehlern möglicherweise wegen Subventionsbetrugs belangt

zu werden. Derzeit würden aufgrund fehlerhafter Anträge durch Unwissenheit und/oder Berater, die falsch beraten, rund 100.000 Strafandrohungen gegen Unternehmen vorliegen. „Mit unserer Beratung schützen wir Unternehmen vor den Folgen falscher oder wahrheitswidriger Angaben“, betont Kai Schimmelfeder.

„NUR WER IN DIE ZUKUNFT PLANT, HAT AUCH INVESTITIONSBEDARF.“

BEI FEHLERN DROHT EIN VER- FAHREN WEGEN SUBVENTIONS- BETRUGS

Bei ca. 800 Branchen in Deutschland hat feder consulting in 30 Jahren Unternehmen aus über 600 Branchen beraten. Darunter Handwerk, Handel, Produktion, Herstellung und Dienstleistungen. „Beratung verkürzt den Weg zum Ziel“, weiß Kai Schimmelfeder aus Erfahrung. Er hat mit seinem Team viel zu geben. „Förderung ist für uns der Einstieg. Im laufenden Prozess finden wir die Schwachstellen. Neun von zehn Unternehmen sind nicht auf der Höhe der Zeit, was die Themen Finanzen und Geld betrifft.“ Von Bilanzoptimierung über Liquiditätsmanagement und Finanzierungsgestaltung bis zu Kapitalmarktprodukten spannt sich der Beratungsbogen von feder consulting inzwischen. Alles, um Unternehmen mit Wachs-

Projekte der künstlichen Intelligenz oder auch Betriebsmittelfinanzierungen, um das geplante Wachstum vorzufinanzieren. Aus den Anfängen ist also eine schlagkräftige Fördermittelberatung entwickelt worden, die ihre Expertise genauso in der Unternehmensfinanzierung aufgebaut hat. „Neue Kunden stellen immer wieder fest, dass wir wesentlich mehr leisten, als nur Fördermittel zu beantragen. Denn zum Thema Fördermittel gehört eben weitaus mehr, als nur Förderanträge zu schreiben. Es ist die finanzielle Kompetenz im Zusammenspiel aller Ressourcen, die Kunden bei feder consulting nutzen können.“ Doch damit ist die Mission von Kai Schimmelfeder längst nicht abgeschlossen. Er hat es sich zur persönlichen Aufgabe gemacht, umfassend über Fördermöglichkeiten zu informieren. Deshalb betreibt er einen YouTube-Kanal, einen Podcast und

Vielleicht ist es kaum verwunderlich, dass sich Unternehmen aus Angst vor Fehlern nicht so recht an die Fördertöpfe heranwagen. Noch immer nutzen neun von zehn Firmen keine Förderungen. Andererseits generieren Unternehmen mit Fördermitteln ein acht Prozent stärkeres Wachstum und erwerben eine größere Zukunftsfähigkeit, so eine Studie aus dem Jahr 2010. Sie räumt mit dem Vorurteil auf, nur Unternehmen, denen es schlecht geht, erhalten Förderungen. „Vor allem werden Wachstum und Geschäftsfeldanpassungen gefördert“, erklärt Kai Schimmelfeder und gesteht freimütig: „Als Gründer habe ich vor 30 Jahren selbst jeden Fehler gemacht, den man machen kann.“ Das erspart er seinen Kunden. Inzwischen kennt er die „wahnsinnigen Gedankengänge in Unternehmen“, wenn es um Fördermaßnahmen geht. „Viele wollen es alleine schaffen, für andere sind Subventionen Teufelswerk.“ Aus eigener Erfahrung weiß Kai Schimmelfeder, wie schwer es manchmal sein kann, Unternehmer zu sein. „Was bist Du bereit an Schmerzen zu ertragen, um dich gegen Zweifler durchzusetzen? Diese Frage sollte sich jeder stellen, der gründen oder größer investieren will.“ Um ein Thema komme ein Unternehmer jedenfalls kaum noch herum: Förderung. „Wer keine Förderungen nutzt, nimmt unternehmerisch wirtschaftliche Nachteile in Kauf bzw. verpasst die finanziellen Vorteile, die in den Förderprogrammen liegen“, ist Kai Schimmelfeder sicher. Seine Tipps: „Nicht zu klein denken, die Einstellung zur Transparenz des eigenen Unternehmens überprüfen, alle wichtigen Unterlagen parat haben und Pläne mit der richtigen Förderung verbinden.“ Viele Unternehmen bekommen bei Investitionsplanungen intensive neue Einblicke in ihr Unternehmen oder das geplante Vorhaben, wenn sie sich mit den Unterlagen und Anforderungen in der Fördermittelantragstellung beschäftigen. Das kann Entscheider in den Unternehmen manchmal schon von der Zukunftsinvestition abhalten oder in Zweifel führen. Kai Schimmelfeder hält dagegen: „Nur wer in die Zukunft plant, hat auch Investitionsbedarf.“ Er sieht im Förderprozess die große Chance, jedes Unternehmen auf die bessere Zukunft einzustellen. „Wer sich auf den Weg macht, wird davon profitieren. Jede größere Investition sollte auf Fördermöglichkeiten geprüft werden“, empfiehlt der Experte.





NEUE SOFTWARE DATACEO SCHAFFT TRANSPARENZ
FÜR UNTERNEHMEN IN DER WACHSTUMSPHASE

„WIR VERSCHAFFEN DEN NUTZERN DEN ÜBERBLICK“

Manchmal müssen nur die richtigen Menschen zusammentreffen, damit aus neuen Ideen nützliche Produkte entstehen. dataCEO, die erste Software-as-a-Service-Lösung im Kreuterversum, wurde durch ein solch glückliches Zusammentreffen entwickelt.

Besonders mittelständische Unternehmen können von der einzigartigen Cloudlösung der neu gegründeten Steeryo GmbH profitieren, um ab sofort datenbasierte Entscheidungen zu treffen.

Der Wirtschaftsinformatiker Dennis Jung nahm am Mentoring Programm von Dirk Kreuter teil. Er wollte sein Unternehmen INNOMOS GmbH, das er vor 13 Jahren mit Studienfreund Dimitri Völk gegründet hatte, weiter nach vorne bringen. „Unser Firmenname steht für Inno-

vative Mobile Solutions“, erklärt Dennis Jung. „Wir entwickeln mobile Software für den B2B-Markt und waren auf der Suche nach einem skalierbaren Geschäftsmodell.“ Dazu verhalf ihnen das Mentoring Programm auf unerwartete Weise. „Es stellte sich heraus, dass Dirk Kreuter schon viele Partnerschaften eingegan-

gen war, aber bisher noch keine im Bereich Software.“ Also nahm Dennis Jung Kontakt zu Robert Klipp von My Best Concept auf, der auch gerade anwesend war, und schlug ihm eine entsprechende Kooperation vor. „Ich kam mit ihm sofort ins Gespräch.“ Technisches Know-how trifft auf Vertrieb und Marketingexpertise. Eine klassische Win-win-Situation. „Wir schlugen vor, ein Produkt aus dem Besten beider Welten zu entwickeln.“ Die Reaktion war positiv. „My Best Concept hatte sofort eine Idee, welche Softwarelösung Kunden helfen könnte.“ Sie sollte Unternehmen in ihrer Wachstumsphase unterstützen und dafür auf einen Blick sichtbar machen, was gut und was schief läuft, wo Optimierungsbedarf besteht. „Robert Klipp schlug ein übersichtliches Dashboard vor. Für uns bestand die große Herausforderung darin, dieses Dashboard zu erschaffen. Nutzer sollten

auf einen Blick alle möglichen Ergebnisse erfassen können und im Hintergrund mussten dafür gegebene Daten richtig interpretiert werden“, erläutert Dennis Jung. Zusammen mit seinem Geschäftspartner konzipierte er eine Software, die das alles leisten kann. Aufseiten von My Best Concept war man begeistert und gab grünes Licht. Bei einem gemeinsamen Abendessen mit Dirk Kreuter wurde die Kooperation daraufhin fest vereinbart.

LIVE-PERFORMANCE EINES UNTERNEHMENS AUF EINEN BLICK

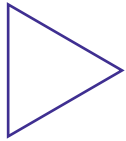
Um das neue Produkt auf den Weg zu bringen, gründeten die Unternehmer mit der Steeryo GmbH eine eigene Firma. „Daran sind neben meinem Geschäftspartner Dimitri Völk und mir auch Robert Klipp von My Best Concept, Lisa Göppert vom Bestseller-Verlag und Dirk Kreuter beteiligt.“ Eine schlagkräf-

tige Gruppe, der es gelang, in nur fünf Monaten mit Steeryo voll durchzustarten. „Unsere Software-as-a-Service-Lösung (SaaS) wertet die wichtigsten Kennzahlen in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Personal aus und liefert Benchmarks, um einen Vergleich zur Leistungsfähigkeit des eigenen Unternehmens zu erhalten“, beschreibt Dennis Jung den Leistungsumfang des Softwareprodukts, das seit dem 1. November offiziell auf dem Markt ist. „Darüber hinaus gibt es Handlungsempfehlungen, sollten Werte nicht im optimalen Bereich liegen.“ Die dem Benchmark zugrunde liegenden Daten stammen aus verschiedenen Marketingkanälen, sind branchenspezifisch zusammengefasst und matchen darüber hinaus Erfolgsunternehmen, die von My Best Concept und dem Bestseller-Verlag betreut werden. „In Zukunft werden natürlich auch die anonymisierten Daten unserer Kunden in die Auswertung einfließen, damit das Programm auf einer breiten Basis den bestmöglichen Nutzen bietet.“ So sehen Unternehmen stets, wie sie bei wichtigen Kennzahlen im Vergleich zu anderen Firmen stehen, die in ihrer Liga spielen. „Unsere Lösung ist kein abgehobenes Managementwerkzeug, sondern ganz nah bei mittelständischen Unternehmen, die auf Wachstum fokussiert sind“, betont Dennis Jung.

Voraussetzung für die Nutzung der Steeryo Software ist ein eigenes CRM-System. Das stellt jedoch kein besonderes Hindernis dar. „Unternehmen, die bisher nicht mit

Wirtschaftsinformatiker Dennis Jung hat eine Software entwickelt, die die Live-Performance eines Unternehmens anzeigt.

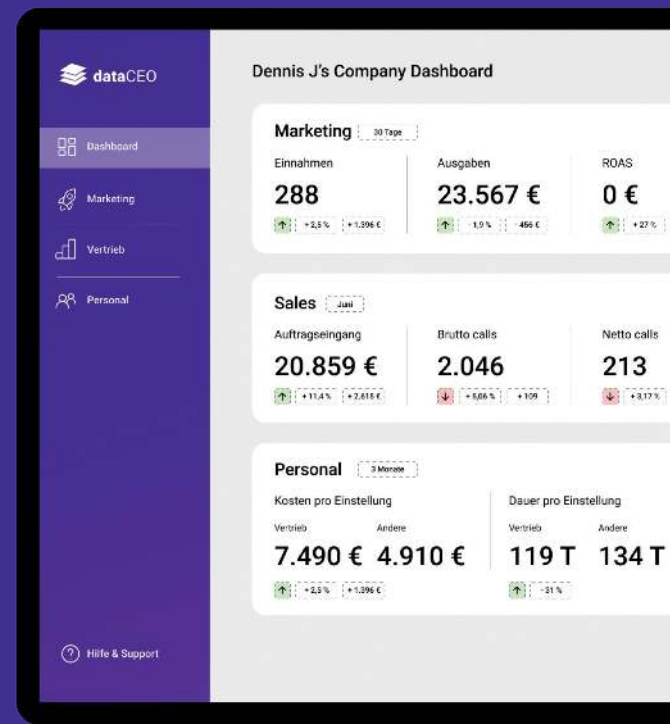




einem solchen Tool arbeiten, können mit kostenfreien Angeboten starten, wie zum Beispiel dem von Hubspot“, erklärt Dennis Jung. Zudem benötigt das Programm Berechtigungen zu Accounts für Onlinewerbung, wie beispielsweise Facebook und Instagram. „Die Datenschnittstellen werden beim Onboarding verbunden. Dafür sind keine IT-Kenntnisse notwendig. Außerdem stellen wir erklärende Videos zur Verfügung.“ Da das Programm in der Cloud liegt, ist keine Software zu installieren. „Auch über Updates oder sonstige

DER EINSATZ VON DATACEO IN DER PRAXIS

Die Software erhielt den Namen dataCEO – natürlich nicht zufällig. Denn sie versetzt ein Unternehmen in die Lage, zukünftig Entscheidungen nicht mehr nach Bauchgefühl, sondern datenbasiert zu treffen. Präzise Datenanalysen unterstützen die Verantwortlichen dabei, vorausschauend zu handeln. „Dafür müssen allerdings einige technische Bedingungen im Unternehmen erfüllt sein“, betont Dennis Jung. „Neben Browser, Internet und Telefonanlage muss die



Das Dashboard von dataCEO stellt übersichtlich auf einen Blick die Leistungswerte verschiedener Bereiche einer Firma dar.



Wartungen müssen sich Kunden keine Gedanken machen“, betont Dennis Jung. „Alles läuft ganz einfach über den Browser und das Programm bleibt ganz automatisch stets auf dem neuesten Stand. Zudem ist es flexibel auf dem Desktop, per Smartphone oder einem Bildschirm im Büro einsetzbar. So sieht auf Wunsch auch das gesamte Team die Live-Performance des Unternehmens.“ Das kann sehr motivierend sein und unter Umständen zu einer erheblichen Leistungssteigerung führen.

Firma mit Online-Marketing arbeiten und eine Personalsoftware nutzen, sofern es neben unseren Modulen Vertrieb und Marketing auch das optionale Modul Personal einbinden möchte.“

Zusätzlich zu diesen technischen Erfordernissen gibt es aber auch einige persönliche Voraussetzungen, die ein Unternehmen auf jeden Fall mitbringen sollte, um optimale Ergebnisse mit dataCEO zu erzielen. „Disziplin und Struktur sind für die Anwendung unabdingbar“, meint Dennis Jung.

„Unsere Lösung funktioniert nur, wenn eine Firma ihre Prozesse im Griff hat und die erforderlichen Daten liefert.“ Das Produkt ist also nicht für jedes Unternehmen geeignet, sondern nur für aufstrebende Firmen, die feste Abläufe sinnvoll definieren und sich akribisch an die eigenen Vorgaben halten. „Mit unserer Demoversion dürfen sich alle Interessenten ausgiebig ein Bild davon machen, wie nützlich dataCEO für ihr Unternehmen arbeiten könnte und ob sie die Voraussetzungen für seinen Einsatz entweder bereits erfüllen oder in absehbarer Zeit herstellen können und auch wollen.“

DIE EIGENTLICHE ARBEIT BEGINNT JETZT

Es gehört aber auch ein wenig Mut dazu, mit dataCEO zu arbeiten. Denn: „Das Tool bringt mit Sicherheit in jeder Firma einiges ans Licht. Es dient sozusagen

als Blaupause zur Optimierung von Unternehmensabläufen.“ Entsprechend findet es Schwachstellen, die nicht unbedingt bekannt sind oder über die bisher schweigend hinweggesehen wurde. Damit stellt dataCEO eine sehr gute Möglichkeit dar, auf der Mission Wachstum voranzukommen, die aber vielleicht nicht jedem Unternehmenslenker behagt. „Die datenbasierte Lösung raubt dem einen oder anderen Chef eventuell seine mystische Aura und charismatische Aura des Entscheiders“, schmunzelt Dennis Jung.

In den vergangenen Monaten sind er und sein Team oft an ihre Belastungsgrenze und nicht selten auch darüber hinaus gegangen, um den Projektplan für dataCEO penibel einzuhalten. „Manchmal habe ich bis drei Uhr nachts gearbeitet und stand trotzdem morgens

um acht Uhr wieder auf der Matte.“ Die unglaubliche Geschwindigkeit bei der Entwicklung ließ sich nur durch ein erfahrenes Team, passende Bausteine und sehr großen persönlichen Einsatz von allen Beteiligten realisieren. „Acht Leute haben in Vollzeit unsere Vision eines sehr nutzwertigen Produkts für die Zielgruppe der mittelständischen Wachstumsunternehmen umgesetzt.“ Jetzt gehe es darum, möglichst viele Nutzer zu erreichen.

werden wir es selbstverständlich immer weiter anpassen und verfeinern. Das ist ein sehr dynamischer Prozess. Wir streben monatliche Updates an, um den Unternehmen immer besseren Nutzen bieten zu können.“ Ein Angebot auch an die Kunden, sich gerne mit fachlicher Rückmeldung an der sinnvollen Weiterentwicklung von dataCEO zu beteiligen und damit ihre Anforderungen nach und nach in das zukunftsweisende Programm zu integrieren.

„DIE KONZENTRATION
AUF DAS ZIEL SCHALTET
ALLES ANDERE AUS
UND LÄSST MICH ZU MIR
SELBST FINDEN.“

„Je mehr Unternehmen mit dataCEO arbeiten, desto breiter wird unsere Datenbasis, was wiederum allen Usern zugutekommt“, erläutert Dennis Jung. „Gemeinsam werden wir und dataCEO immer besser.“ Der Preis für die Nutzung der Software staffelt sich je nach Leistungsumfang und wird Interessenten auf Anfrage gerne von der Steeryo GmbH mitgeteilt.

MIT SPORT UND MEDITATIVER RUHE ZU NEUEN ZIELEN

Dennis Jung ist sich bewusst, dass er mit der Auslieferung des Produkts nur den ersten Berg erklimmen hat. „Unser Tool ist sehr lebendig“, meint der Visionär. „Mit den ständigen Feedbacks unserer Kunden

Trotz der kontinuierlichen Arbeit an der Software und dem Aufbau von Steeryo nimmt sich Dennis Jung vor, in nächster Zeit ein wenig kürzerzutreten. „Jetzt ist es wichtig, für Ausgleich zu sorgen, sonst fehlt irgendwann die Energie“, sagt er. Für ihn ist es besonders der Bogensport, mit dem er sich nicht nur körperlich fit hält, sondern auch meditative Ruhe findet. „Die Konzentration auf das Ziel schaltet alles andere aus und lässt mich zu mir selbst finden.“ Nach dem Training startet er wieder durch. Auch mit seinem ersten Unternehmen INNOMOS. Und wer weiß: Vielleicht entwickelt sich schon das nächste richtungsweisende Projekt in seinen entspannten Gedanken.





NÜTZLICHE LITERATUR

Die Macht der Marke, die Suche nach Talenten oder die Wirkung der Veränderung:

Dirk Kreuter gibt hier persönliche Empfehlungen aus verschiedenen Bereichen
der Unternehmensliteratur. Ein Blick auf diese Seiten lohnt sich.



1. FÜR DAS BEWUSSTE ERLEBEN

Hal Elrod und David Osborn
MIRACLE MORNING FÜR MILLIONÄRE

Hal Elrod und David Osborn beschreiben in ihrem Buch, wie die Stille des Morgens dazu beitragen kann, für sich selbst das unglaubliche Potenzial eines jeden neuen Tages zu entdecken und damit die eigene Gegenwart zu verändern. Die Serie umfasst elf Bände und ist nach Berufsgruppen unterteilt, sodass für jeden etwas dabei ist.

Edition Forsbach, 288 Seiten, 24,80 Euro
Erhältlich bei [amazon.de](https://www.amazon.de)

„ALLES, WAS DU
ERREICHST ODER NICHT
ERREICHST, IST DAS
DIREKTE
RESULTAT
DEINER
EIGENEN
GEDANKEN.“

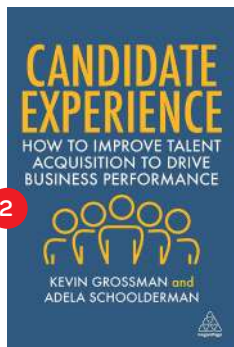


2. FÜR DIE TALENTSUCHE

Kevin Grossman und Adela Schoolderman
CANDIDATE EXPERIENCE

Ein Buch für alle, die auf der Suche nach beruflichen Talenten sind. Kevin Grossman und Adela Schoolderman begleiten ihre Leser mit Expertenwissen durch alle Phasen der Talentakquisition: Von der Stellenausschreibung über Bewerbungsgespräche und das Jobangebot bis zum Onboarding. Dabei behalten sie stets die Praxis fest im Blick.

(Englisch) Kogan Page, 280 Seiten, 28,99 Euro
Erhältlich bei amazon.de



3. FÜR DEN WANDEL

James Clear
DIE 1%-METHODE

Persönlichen Zielen jeden Tag etwas näher kommen: James Clear, erfolgreicher Coach und Experte für Gewohnheitsbildung, liefert in seinem Buch „Die 1%-Methode“ das notwendige Handwerkszeug dafür. Seine Methode kombiniert Erkenntnisse aus Biologie, Psychologie und Neurowissenschaften und funktioniert in allen Lebensbereichen.

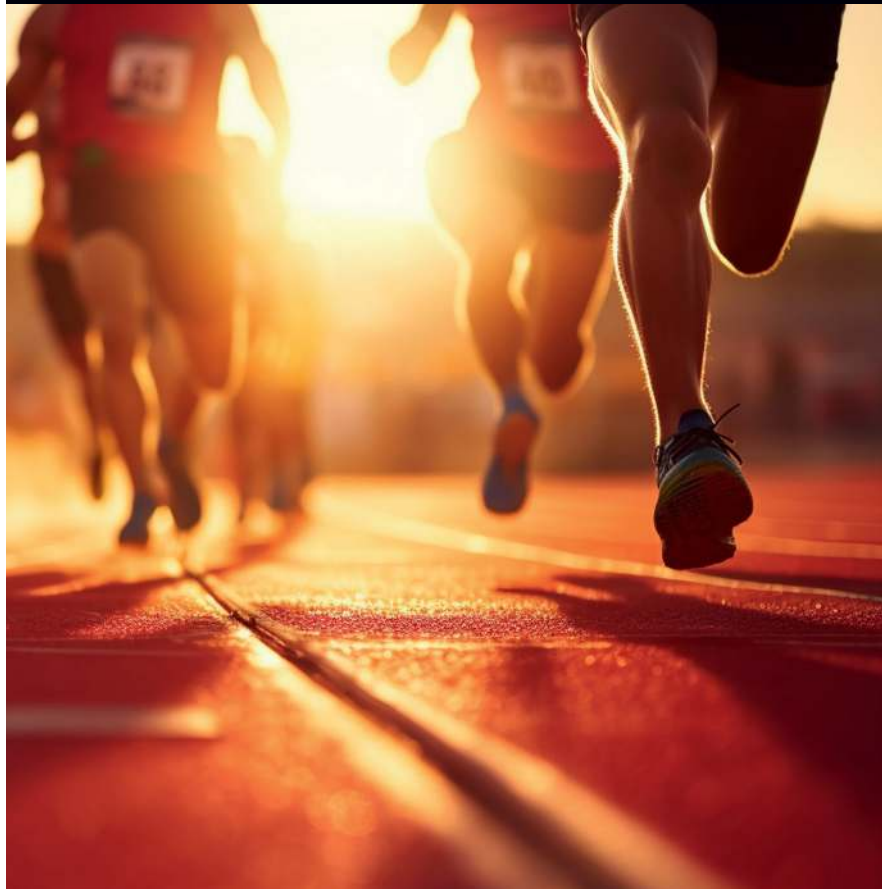
Goldmann Verlag, 368 Seiten, 13 Euro
Erhältlich bei amazon.de

5. FÜR DIE FANBASE

Nir Eyal
HOOKED

Warum mutieren Kunden zu abhängigen Usern und Fans? Nir Eyal spürt diesem Phänomen der modernen Gesellschaft in „Hooked“ nach und erklärt mit vielen Beispielen aus der Praxis, worauf es bei der Produktentwicklung ankommt. Für jeden, der ein Produkt auf den Markt bringen möchte, das aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken ist.

Redline Verlag, 208 Seiten, 19,99 Euro
Erhältlich bei amazon.de



4. FÜR DIE BODENHAFTUNG

Phil Knight
SHOE DOG

Angetrieben von einer mutigen Vision und dem Glauben an die erlösende, Grenzen überschreitende Macht des Sports, erschuf Phil Knight eine Marke und Kultur, die neue Maßstäbe setzte. Ein überraschender, sehr persönlicher und humorvoller Rückblick auf die Entstehung einer Weltmarke.

Finanzbuch Verlag 2016, 448 Seiten, 19,99 Euro
Erhältlich bei amazon.de

JETSTREAM

MEMBERS MEETING

Members Meeting Nummer 3 des Jahres 2023 fand vom 5. bis 9. Oktober im Hotel Caesars Palace in Dubai statt. In ansprechendem Ambiente trafen sich die Jetstream Mitglieder zum Austausch und erhielten Input von hochwertigen Speakern.



Dirk Kreuter mit Torwartlegende und Speaker Oliver Kahn

Dr. Reinhard K. Sprenger



Sebastian Mika, Vertriebsleiter bei My Best Concept, referierte über die Herausforderungen und Chancen beim Thema Recruiting und gab wertvolle Anregungen.



Beim Abendessen bot sich die Gelegenheit, sich über neuen Input auszutauschen und Inhalte zu vertiefen.

Sascha Driesch, Sebastian Krenz, Andreas Held und Dirk Kreuter (v. l.)



Stefan Sucker im Gespräch



Frank Grotheer (l.) im Dialog mit Martin Reiß

Das abendlich illuminierte Hotel Caesars Palace mit dem Ain Dubai im Hintergrund bietet eine einzigartige Kulisse.





SEMINARE & MEETINGS 2024

27. - 29.02.	UMSATZ EXTREM
01. - 05.03.	JETSTREAM MEETING
01. - 03.06.	SYSTEMVERTRIEB
04. - 06.06.	JETSTREAM MEETING
08. - 09.06.	JETSTREAM VIP MEETING
27. - 29.09.	SKALIEREN UND EXPANDIEREN
30.09. - 04.10.	JETSTREAM MEETING
29.11. - 01.12.	ÜBERZEUGEND PRÄSENTIEREN
02. - 04.12.	JETSTREAM MEETING

IMPRESSUM

Herausgeber:

Jetstream Management
Consultancies LLC
Opus Tower, B1103
Business Bay, Dubai
United Arab Emirates
P.O. Box: 416430

Managing Director:

Jana Dvorkina
www.jetstreammembers.com
E-mail: business@
jetstreammembers.com
Office: +971 (0) 42383167

Verlag:

(verantwortlich für den
redaktionellen Inhalt)
Borgmeier Media Gruppe GmbH
Lange Straße 112
27749 Delmenhorst
Tel.: +49 (0) 4221 / 93 45 - 0
Fax: +49 (0) 4221 / 1 77 89

Chefredaktion:

Borgmeier Media Gruppe GmbH
Carsten Borgmeier (V.i.S.d.P.)

Redaktion:

Borgmeier Media Gruppe GmbH
Steffen Peschges
(Redaktionsdirektor),
Hannah Bädjer
Isabel-Marie Richard
Christian Schommers

Layout:

Borgmeier Media Gruppe GmbH
Michaela Schnöink
(Art-Direktorin),
Kevin Marinus Dietz

Lektorat:

Borgmeier Media Gruppe GmbH
Jan Zumholz, Jette Frantz,
Marlon Giefer

Erscheinungsweise:

vierteljährlich

Druck:

Lehmann Offset Druck GmbH
Gutenbergring 39
22848 Norderstedt

Bilder:

Dirk Kreuter, Inka Englisch,
OMNIYAT, Christina Pörsch,
FPZ GmbH; Lukas Gajda,
Kertu, Катерина Евтехова,
AspetStyle – stock.adobe.com

