



# JETSTREAM

Members

No. 1 • 2022

## MAGAZINE

**PERO  
MIĆIĆ**

Zukunftssichere  
Unternehmen

**RAOUL  
PLICKAT**

Tipps für das  
digitale Marketing

**DOMINIK  
HERZOG**

Rechtssicher Skalieren

**WOLFGANG  
GRUPP**

Der TRIGEMA-Chef über Erfolg und Krisen

**DIRK  
KREUTER**

Europas bekanntester  
Verkaufstrainer

Deutschland 5,90 €  
Österreich 6,90 €  
Schweiz 7,00 SFr.  
BeNeLux 7,50 €



99%

ALLER BÜCHER UND  
SEMINARE BESCHÄFTIGEN  
SICH MIT DEM THEMA  
„REICH WERDEN“  
FÜR ANGESTELLTE.



DIE GELDMASCHINE IST DAS EINZIGE SEMINAR,  
DAS AUF UNTERNEHMER UND SELBSTSTÄNDIGE ZUGESCHNITTEN IST.

28.-30.03.2023

# LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

die Jetstream Membership ist der strategische rote Faden zu exponentiellem Wachstum und Marktdominanz. Begrüßt werden in Dubai Unternehmer und Selbstständige, die mit ihrem schon sehr erfolgreichen Business bereit sind, den Turbo einzuschalten. Gleichzeitig müssen sie für alle anderen Mitglieder auf verschiedenen Ebenen ebenfalls einen Mehrwert darstellen. Für diese Zielgruppe und diejenigen, die sich für das Netzwerk sehr erfolgreicher Unternehmer interessieren, ist dieses Magazin gedacht. Wie in der Jetstream Membership teilt Dirk Kreuter auch hier seine über 30-jährige Erfahrung im Bereich Vertrieb sowie sein umfangreiches Wissen über Unternehmertum und Digitalisierung. Außerdem stellen Jetstream Members sich und ihr Business vor und berichten, wie Dirk Kreuter ihren Erfolg maßgeblich gesteigert hat. Darüber hinaus gibt es weitere praktische Tipps von einem Zukunftsforscher, einem Rechtsanwalt und dem bekanntesten Spezialisten für Vermarktung und Brand Building.

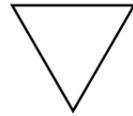
Mein Name ist Jana Dvorkina und ich bin als Geschäftsführerin verantwortlich für die Jetstream Membership. Es freut mich sehr, dass Sie dieses Magazin, das noch mehr Menschen auf uns aufmerksam machen soll und auch an Flughäfen und Bahnhöfen erhältlich ist, in Ihren Händen halten. Lesen Sie es sich bitte sehr aufmerksam durch, denn ich bin mir absolut sicher, dass es Ihren Horizont außerordentlich erweitern wird. Auf jeden Fall werden Sie interessante Hintergründe und Informationen zu unserem Business-Netzwerk erfahren sowie einen Einblick in die wichtigsten



Erlebnisse der Jetstream Members bekommen. Wenn Sie Fragen haben oder uns kennenlernen möchten, melden Sie sich gerne bei uns. Vielleicht haben auch Sie Lust, eines Tages ein Jetstream Member zu werden. Es würde mich sehr freuen, wenn ich Sie persönlich in Dubai begrüßen dürfte. Zunächst aber wünsche ich Ihnen viel Spaß beim Lesen und weiterhin Erfolg im Business.

Managing Director Jana Dvorkina

# INHALT



06	DIRK KREUTER Zahlen, Daten, Fakten über das Vertriebs-Ass	12	WAS IST DIE JETSTREAM MEMBERSHIP? Idee und Vorstellung des Netzwerks
08	WINNER MINDSET Wie Erfolgsmenschen denken	18	GLÜCKLICHE KUNDEN Kundenzufriedenheit als Mission
10	JANA DVORKINA Die Jetstream Geschäftsführerin über Gegenwart und Zukunft	21	DANIEL GAROFOLI Dubais erfolgreicher Makler



54

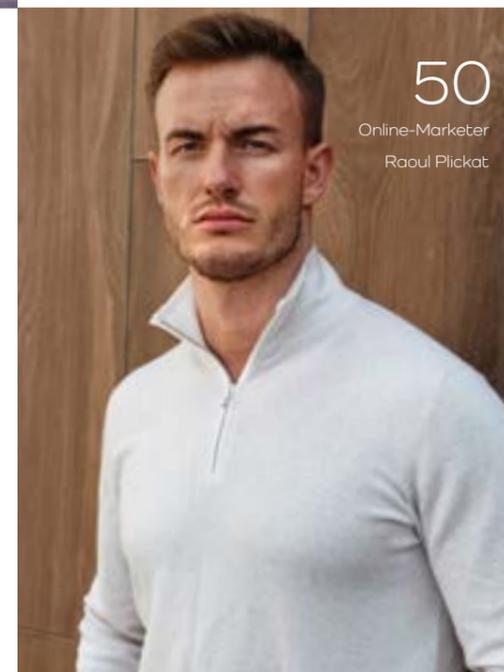
Textil-Unternehmer  
Wolfgang Grupp

## JETSTREAM MEMBERSHIP SORGT FÜR AUFTRIEB

Mehr ab Seite 12

23	KÜPPER & KOLLEGEN Burkhard Küpper senkt die Steuerlast
26	DR. MAYER CONSULTING Carmen Mayer führt Kunden zum Aktien Erfolg
29	NSB POLYMER Wie Serkan Basin nachhaltige Rohstoffe in Umlauf bringt
32	KOSATEC COMPUTER Andreas Sander, Big Player in der B2B-Branche
36	HEJIROCKIT Tanja Riemann macht Marketing für den Mittelstand

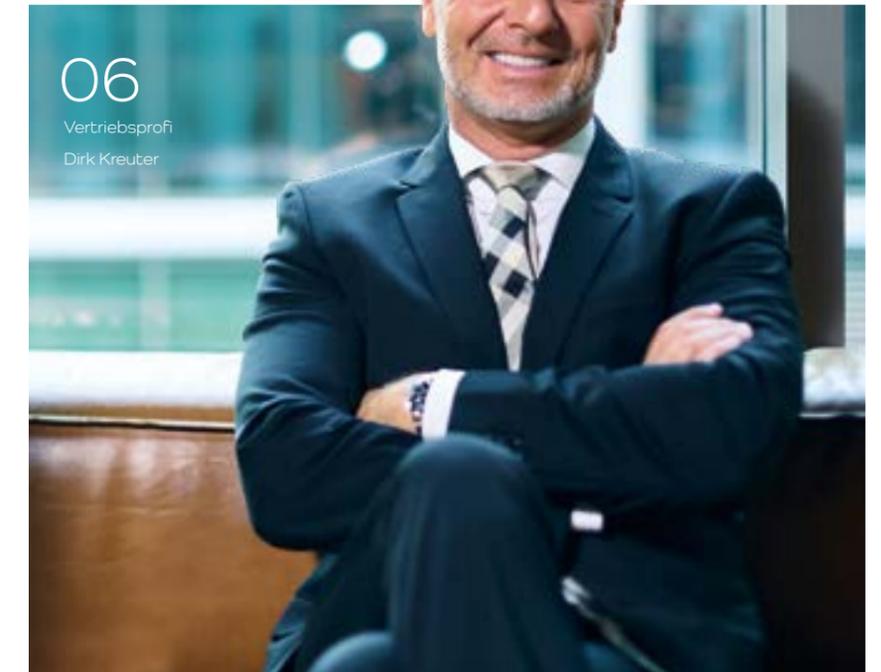
38	NEWBOXES Beratung mit neuen Boxen statt alten Schubladen
40	WIRED HEADS Milan Grujic nutzt Telesales als Vertriebsturbo
42	DR. PERO MIČIĆ: BRIGHT FUTURE BUSINESS Wie sich Unternehmen zukunftsicher aufstellen



50

Online-Marketer  
Raoul Plickat

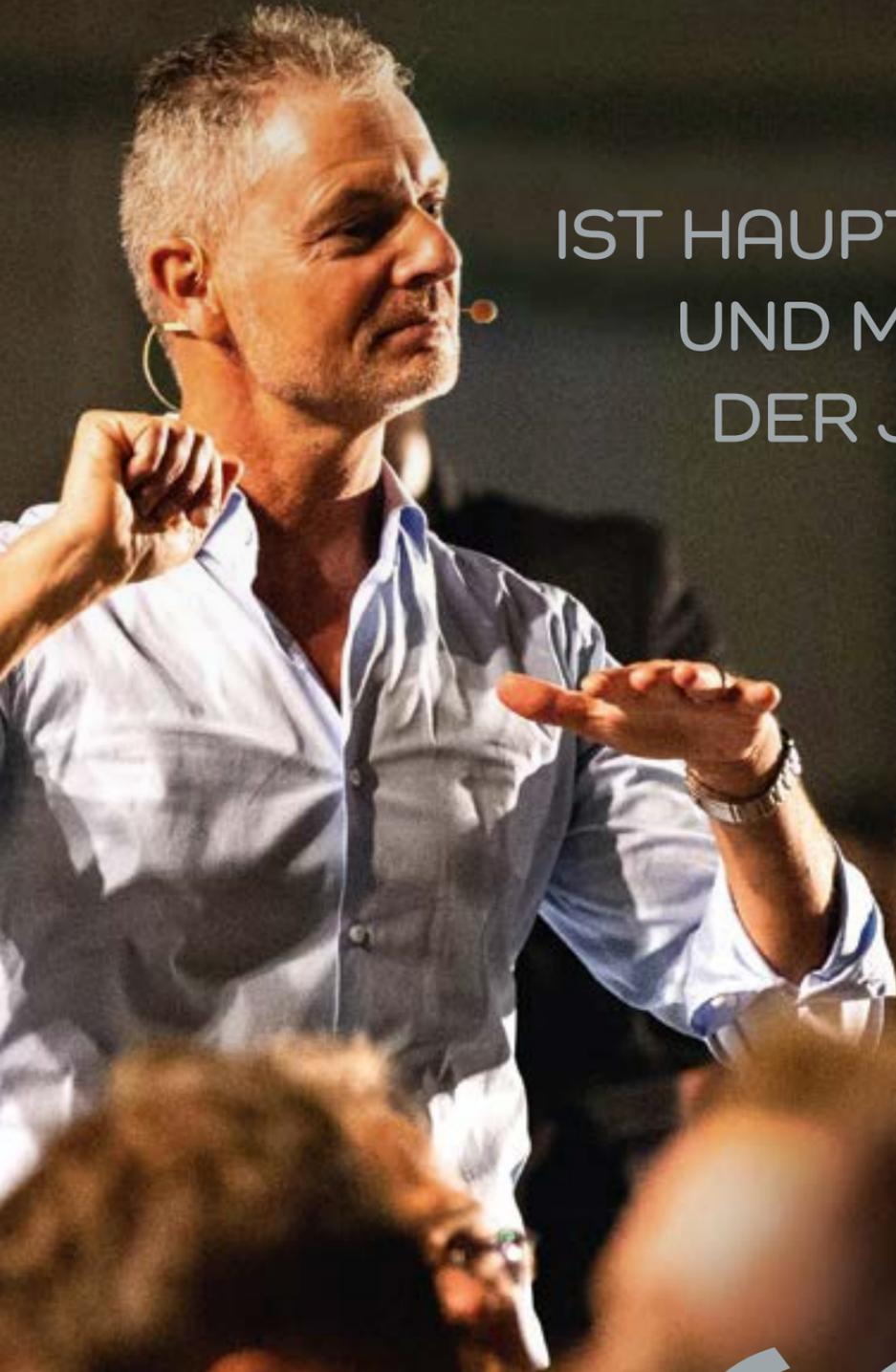
46	DR. DOMINIK HERZOG: RECHTSSICHER SKALIEREN Als Wachstumsunternehmen rechtliche Fallstricke umgehen	58	BUCHTIPPS Literatur, die den Umsatz steigert
50	ONLINE-MARKETING Raoul Plickat verrät wertvolle Tipps	60	JETSTREAM EVENT IN BILDERN Meeting in Dubai im März 2022
54	TRIGEMA-CHEF WOLFGANG GRUPP Der Unternehmer über seine Werte und Ideale	03	Editorial
		62	Impressum / Seminarkalender



06

Vertriebsprofi  
Dirk Kreuter

# DIRK KREUTER



IST HAUPTREFERENT  
UND MODERATOR  
DER JETSTREAM  
EVENTS



„EIN REDNER, DER AUCH  
WIRKLICH ETWAS ZU  
SAGEN HAT!“



Wirtschaft und Weiterbildung



„DEUTSCHLANDS ERFOLG-  
REICHSTER VERKAUF-  
TRAINER DIRK KREUTER“

Wirtschaftswoche



- Seit 1990 im Markt, selbst Unternehmer mit über 140 Mitarbeitern
- Weltrekord für das größte Verkaufstraining (Guinness-Buch 2018 in der Westfalenhalle, Dortmund mit 7.500 Teilnehmern)
- 1.100+ Videos, 39 Millionen Views in seinem YouTube-Channel
- Mit seinem Buch „Umsatz Extrem“ auf der Bestsellerliste des Manager Magazins
- Seine Events & Medien werden von 23K+ Vertriebs- und Affiliatepartnern empfohlen
- Marktführer in Europa mit über 40K+ Anmeldungen für sein Event Vertriebsoffensive
- 500K-Auflage seines Bestsellers „Entscheidung Erfolg“
- Mit „Bestseller Training“ bietet er den größten deutschen Onlinekurs zu Verkauf & Führung: 1K Videos
- Ausgezeichnet vom Zahlungsanbieter CopeCart für 10 Millionen Euro digitalen Umsatz im Jahr 2020 und 20 Millionen im Jahr 2021

„MAN MERKT DEM TRAINER AN, DASS  
ER FÜR SEINEN BERUF BRENNT UND DASS ER  
VERTRIEB VON HERZEN LIEBT.“

Magazin TRAINING





# ERFOLGS- MENSCHEN DENKEN ANDERS

Wie denken erfolgreiche Menschen?

Welchen Glaubenssätzen

räumen sie höchste Priorität ein?

Und wie gehen sie mit Herausforderungen um? Dirk Kreuter über das Mindset der Gewinner und den

Umgang mit Krisen:

## 1. NEGATIVITÄT VERBANNEN

Wir haben alle die gleichen Umstände: Russland-Ukraine-Konflikt, Inflation, Lieferengpässe, Fachkräftemangel usw. Doch Erfolgreiche reagieren anders auf diese Umstände als der Durchschnitt.

Du kannst kein positives Leben erwarten, wenn Du Dich mit Negativität umgibst. Auch wenn wir es vielleicht nicht bewusst registrieren, doch immer, wenn wir negative Nachrichten im Fernsehen, im Radio, in der Zeitung, in Social Media wahrnehmen oder mit anderen Menschen diese Themen vertiefen, sorgen wir dafür, dass wir zweifeln, ängstlich werden und depressiv. Die Lösung: Negativität aus dem Alltag verbannen. Das gilt für Menschen genauso wie für Nachrichten. „Ja, aber dann verpasse ich ja viele Informationen!“ – Nein!

Die Erfahrung sagt, dass wichtige Informationen aus dem Weltgeschehen auf jeden Fall den Weg zum Empfänger finden, wenn sie für diesen wichtig sind. Ein Freund von mir hat sich zur Regel gemacht: Wenn er nach Hause kommt und seine Frau fragt, wie sein Tag war, dass er nur von den positiven Dingen erzählt. Er sagt: Wenn ich ihr meine negativen Erlebnisse berichte, dann durchlebe ich emotional noch einmal die ganzen Dinge, die nicht schön waren, und belaste mit dieser Negativität noch zusätzlich meine Partnerin. Das muss nicht sein.

„WIE WÄRE ES, WENN WIR SELBST DAMIT ANFANGEN WÜRDEN, ERST EINMAL DIE NEGATIVITÄT NICHT MEHR ZU VERBREITEN UND AUCH SELBST NICHT MEHR DIE URSACHE FÜR NEGATIVITÄT ZU SEIN?“

## 2. DER CHANCENBLICK

Erfolgreiche Menschen schauen durch die Chancenbrille. Welche Chancen verbinden sich mit der Inflation? Oder dem Russland-Ukraine-Konflikt?

In meinem Umfeld gibt es Unternehmer, die jetzt im Westen der Ukraine Niederlassungen eröffnen, weil dort hochqualifizierte Arbeitskräfte vorhanden sind. Nicht jeder wird zum Kriegsdienst einberufen. Doch dadurch, dass sich viele internationale Unternehmen aus der Ukraine zurückgezogen haben, sind Top-Mitarbeiter für eine überschaubare Investition zu bekommen. Das ist ein Beispiel für Chancenblick. Oder: die Preiserhöhungen. Viele Anbieter erhöhen vielleicht einmal im Jahr ihre Preise. Manche über Jahre nicht. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt gekommen, selbst auch die Preise zu erhöhen. Mittlerweile wird mit der Begründung Inflation fast jede Preiserhöhung vom Kunden akzeptiert. Es war nie leichter, höhere Preise zu generieren: ein weiteres Beispiel für den Chancenblick. In der aktuellen Zeit ist es elementar, als Unternehmer und Selbstständiger, als Führungskraft, nicht in Risiken zu denken, sondern in Chancen.

„ZWEIFLER SIEGEN NICHT, SIEGER ZWEIFELN NICHT.“

## 3. GROSSE ZIELE

Wer sich vom Alltagsgeschehen immer wieder ablenken lässt, dessen Ziele sind nicht groß genug. Wer einschüchternd große Ziele hat, der wird jeden Tag damit beschäftigt sein, seinen Zielen ein Stück näher zu kommen: Dort bleibt kein Platz für Negativität und Zweifel.

## 4. ACT FAST

„Während die Intellektuellen noch die Strategie diskutieren, haben die Dummen die Burg schon gestürmt.“

Natürlich geht es darum, intelligente Entscheidungen zu treffen. Doch wenn eine Entscheidung getroffen wurde, muss sie sofort umgesetzt werden. Von einem Freund habe ich die Geschichte vom VW-Konzern gehört. Dort wird an einer neuen Software-Lösung für Autos gearbeitet. Volkswagen hat die besten Software-Ingenieure für diese Aufgabenstellung verpflichtet. Doch alleine die Betriebsratsentscheidung für diese neue Software-Lösung hat angeblich mehr als ein Jahr gedauert. Kein High Performer wird ein Jahr darauf warten, dass das Projekt weitergeht, bloß weil ein Betriebsrat mitreden will. Die Top-Leute wechseln zu Tesla oder ähnlichen Arbeitgebern, wo Entscheidungen

Spielst Du, um zu gewinnen – oder spielst Du, um nicht zu verlieren? In der Krise wollen viele Unternehmen nicht verlieren. Sie reduzieren ihre Kosten, sie investieren nicht mehr, sie entlassen Mitarbeiter. Es gibt Langzeitstudien, die sich mit diesem Thema beschäftigen. Das überraschende Ergebnis: Wer in der Krise Vollgas gibt und investiert, hat eine größere Chance, die Krise zu überleben und als Sieger daraus hervorzugehen. Ich durfte in der Finanzkrise 2008/2009 ein marktführendes Unternehmen in Deutschland als Trainer begleiten. Während dieser Krise wurde die Vertriebsmannschaft vervierfacht. Warum? Erstens, weil das Ende der Krise abzusehen war, zweitens, weil Top-Mitarbeiter am Markt verfügbar waren, drittens, weil die Gehälter in diesem Moment durchaus erschwinglich waren. Dieses Unternehmen war nach der Krise sensationell aufgestellt und ist bis heute absoluter Marktführer. Also:

„SPIELST DU, UM ZU GEWINNEN – ODER SPIELST DU, UM NICHT ZU VERLIEREN?“

Dirk Kreuter hält es als Unternehmer für elementar, nicht in Risiken zu denken, sondern in Chancen.



„ERFOLGREICHE SETZEN SCHNELL UM!“

schnell exekutiert werden. Die Erkenntnis daraus: In der Krise geht es nicht um Monate oder Wochen. Es geht in der Regel um Tage, manchmal um Stunden. Wie schnell setzen Du und Deine Mitarbeiter getroffene Entscheidungen wirklich in der Praxis um? Du musst atemlos mit Dir selbst sein.



BESSERE

ENTSCHEIDUNGEN  
TREFFEN KÖNNEN

Immer wieder müssen Unternehmer und Selbstständige Entscheidungen treffen. „Jeglicher Erfolg basiert auf Entscheidungen, im Idealfall mehr richtige als falsche“, hält Jana Dvorkina, Geschäftsführerin der Jetstream Membership, fest. Um bessere Entscheidungen zu treffen, brauche man jedoch nicht mehr Zeit oder Geduld, sondern: „Man braucht Informationen von Menschen, die diese Entscheidung schon einmal erfolgreich getroffen haben“, konkretisiert sie. „Doch normalerweise hat man solche Menschen in seinem Umfeld nicht.“ Wenn jemand etwa 50 Millionen Euro Umsatz macht, dann frage derjenige niemanden, der nur die Hälfte oder einen Bruchteil davon macht. Denn wer selbst dieses unternehmerische Niveau noch gar nicht erreicht hat, könne in der Regel auch kein guter Ratgeber sein. Natürlich sind Berater interessant, die in mehreren Projekten schon vergleichbare Situationen erlebt haben. „Doch noch besser ist es, vom Praktiker zu lernen“, weiß Dvorkina. In der Jetstream Membership können Unternehmer diese Praktiker finden. „Hier sind Unternehmer, die zwischen 1 Millionen und 600 Millionen Euro Umsatz verantworten“, sagt sie. Die allermeisten seien Selfmade-Unternehmer, die man im normalen Alltag nicht kennt. „Und wenn man sie kennt, würde man sich oft gar nicht trauen, sie zu kontaktieren und um Rat zu fragen“, merkt Dvorkina an. Und selbst wenn man sie fragen würde, warum sollten sie sich damit beschäftigen? Warum soll man einer fremden Person irgendwelche Hilfestellungen bieten? Das Problem hätten alle Unternehmer und Selbstständigen. „Die Jetstream Membership bietet hier eine Lösung: den Kontakt zu den Unternehmern, die dort sind, wo man selbst hinwill oder noch viel weiter.“ Es gebe immer die Möglichkeit, seine Fragen und Herausforderungen zu platzieren. „Jeder erhält hier Feedback, oftmals auch ungefragt. Das sorgt wiederum dafür, dass die Mitglieder bessere Entscheidungen treffen können, weil sie ganz andere Blickwinkel geboten bekommen, oft auch branchenübergreifend.“ Die Jetstream Membership sei der Zugang zu Dingen, die man nicht kaufen kann. „Es ist die Abkürzung zum unternehmerischen, finanziellen und persönlichen Erfolg, wenn man umsetzt!“, fasst sie zusammen.

#### EIN ZWEITES DAVOS

Dvorkina war selbst schon viel in der Konzernwelt unterwegs und hatte bereits ein eigenes E-Commerce Business. „Dann habe ich die Chance erhalten, die Jetstream Membership aufzubauen, zu entwickeln und zu skalieren – das mache ich seit 2021“, erzählt sie. Ihre Highlights jedoch waren und sind die informellen Gespräche beim Frühstück oder Abendessen sowie die Entwicklungssprünge, die die Teilnehmer machen. „Das ist für mich immer wieder ein Augenöffner. Es ist wie auf einem eigenen Planeten, denn hier finden Entwicklungen statt, die

Leute nie glauben würden, wenn sie es selbst nicht erlebt hätten.“ Aktuell ist es noch ein komplett deutschsprachiges Netzwerk: Mitglieder aus Österreich, Deutschland, der Schweiz und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Die gesamte Kommunikation und auch die exklusiven

Miteinander und voneinander lernen, sich über geschäftliche und wirtschaftliche Themen austauschen sowie persönliche und geschäftliche Kontakte knüpfen. Was das konkret für Unternehmer und Selbstständige bedeutet und wie es mit der Jetstream Membership weitergeht, erklärt Geschäftsführerin Jana Dvorkina.

Gäste, die eingeladen werden, kommunizieren auf Deutsch. Für 2024 ist nun die erste Gruppe in englischer Sprache geplant. „Wir gehen davon aus, dass sich das internationale Format viel schneller zu einer großen, spannenden Gruppe entwickelt als das deutsche“, sagt Dvorkina. Bereits in diesem Jahr war das Business-Netzwerk in London, aber ab 2023 wird der Standort ausschließlich Dubai sein. „Die Stadt hat eine unglaubliche Energie, Vision und Innovation.“ Die Geschäftsführerin geht ferner von einem starken Wachstum aus. „Weil der Austausch in dieser Zielgruppe und auf diesem Niveau und diesem Vertraulichkeitsgrad von vielen gesucht

wird“, begründet sie. So gab es bei ihrem Einstieg 20 Mitglieder, Ende dieses Jahres werden es 200 sein. Das Ziel für das nächste Jahr lautet 300 Mitglieder und 2024 sollen es dann 500 Jetstream Members sein. Die Blaupause für die Jetstream Members sei das Weltwirtschaftsforum in Davos. „Wer sich den Werdegang dieses Events anschaut, der wird viele Parallelen zur Jetstream Membership finden“, so Dvorkina. Das Weltwirtschaftsforum habe ebenfalls nur mit Unternehmern und Selbstständigen begonnen. Heute ist es der Treffpunkt aller wichtigen Entscheider aus der ganzen Welt. Ein weiteres Ziel von Dvorkina lautet daher: „Wir wollen Dubai zum zweiten Davos machen.“

Zur Person:  
Jana Dvorkina ist in Frankfurt aufgewachsen und hat an der Maastricht University in den Niederlanden International Business studiert. Sie spricht fließend Russisch, Deutsch und Englisch und hat neben Deutschland bereits in der Schweiz, in Zentralasien und in den Vereinigten Arabischen Emiraten in den Bereichen Marketing, Brand Management sowie Business Management gearbeitet. Seit 2019 lebt Jana Dvorkina in Dubai.



VORSTELLUNG  
DES JETSTREAM  
MEMBERSHIP  
PROGRAMMS



# DER TURBO

## FÜR MAXIMALEN ERFOLG

**B**usiness-Profis wissen: In der Geschäftswelt ist vor allem entscheidend, WEN man kennt, und nicht, WAS man weiß. Es gilt: The Network is the Network. Die Jetstream Membership ist ein geschlossenes Business-Netzwerk, in dem Führungspersonalitäten wie Unternehmer, Gesellschafter und Geschäftsführer miteinander – und voneinander – lernen, sich darüber hinaus über geschäftliche und wirtschaftliche Themen austauschen und persönliche und geschäftliche Kontakte knüpfen. Jetstream Member zu sein bedeutet, Zugang zu Dirk Kreuters Netzwerk zu bekommen, zu Kooperationspartnern und Gelegenheiten, die zuvor unerreichbar schienen. Hier sind Unternehmer mit 6- bis

Jetstreams sorgen in der Luftfahrt für positive Effekte: Diese Luftströme in großer Höhe bringen Flugzeuge erheblich schneller und auch effizienter ans Ziel. Einen ähnlich starken Schub für das Business verleiht das exklusive Jetstream Membership Programm mit Europas erfolgreichstem Verkaufstrainer Dirk Kreuter.

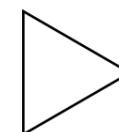
sogar 9-stelligen Jahresumsätzen vertreten. Im Austausch mit diesen hochwertigen Kontakten werden ganz neue Blickwinkel aufgezeigt, die die bisherigen Grenzen des Machbaren schier in Luft auflösen.

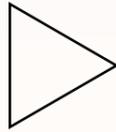
**DIE RICHTIGE STRATEGIE**  
Als Europas erfolgreichster Verkaufstrainer weiß Dirk

Kreuter genau, mit welchen Strategien ein Unternehmer die Abkürzung auf dem Weg zur Spitze nimmt und welche Wege man besser nicht beschreitet. Sein Gesamtkonzept hat in den vergangenen fünf Jahren mehrere Marktführer in unterschiedlichen Branchen hervorgebracht. Mitglieder mit verschiedensten Geschäftsmodellen und in unterschiedlichen

Ausgangssituationen schaffen es mithilfe dieses strategischen Umfeldes, ihr Unternehmen auf Autopilot zu stellen. Ziel ist es dabei stets, noch strategischer und zukunftsorientierter zu denken und gnadenlos all das abzuschneiden, was vom eigenen Erfolg abhält.

**MIT COMMITMENT ZUM ERFOLG**  
„Wir begrüßen alle, die mit ihrem bereits erfolgreichen Business bereit sind, 120 Prozent Commitment zum Erfolg zu geben und nicht nur viel Geschwindigkeit aufzunehmen, sondern den Turbo einzuschalten“, sagt Dirk Kreuter. Das Jetstream Netzwerk ist limitiert und entsprechend nicht für jeden Interessenten geeignet.





**DAS MINDSET ENTSCHIEDET**  
Das richtige Mindset ist entscheidend: Als Jetstream Member lernt man, nur noch die richtigen Fragen an die richtigen Personen zu stellen. Zugegeben: Ein bisschen unbeirrbar Sturheit und Größenwahnsinn sind unerlässlich für Ergebnisse, die noch kein anderer erzielt hat. Dabei gilt es offen zu bleiben für die Erfahrungswerte von anderen, die bereits zehnmal größer sind als man selbst. Es gilt: geben und nehmen. Daher erwartet das Netzwerk, dass Du selbst auf verschiedenen Ebenen einen Mehrwert für alle anderen Jetstream Members darstellst. Nur wenn auch Du selbst Dein neu gewonnenes Umfeld bereichern kannst, profitierst Du auch unweigerlich und um ein Vielfaches selbst davon.

**VERKAUF UND VERTRIEB – ALWAYS BE CLOSING**  
Bei jedem Treffen bietet sich die Möglichkeit, die eigenen bestehenden Verkaufs- und Vertriebsprozesse von Dirk

Kreuter persönlich auf Herz und Nieren prüfen zu lassen. Er hilft jedem Mitglied dabei, sämtliche Schwachstellen nachhaltig zu eliminieren. Oft sind es nur kleine Stellschrauben, durch die sich massive Umsatz- und Gewinnsteigerungen erreichen lassen. Kein Wunder, dass in den letzten 30 Jahren sowohl renommierte DAX-Konzerne als auch kleine und mittelständische Betriebe nach einer Zusammenarbeit mit Dirk Kreuter Umsatzsteigerungen in Millionenhöhe verbuchen konnten.

**Für wen ist die Jetstream Membership das Richtige?**  
Zielgruppe sind Unternehmer und Selbstständige, die schon erfolgreich in ihrem Business sind und das über einen Mindestumsatz nachweisen können. Potenzielle Jetstream Members sollten zwingend ihr Unternehmen bereits so aufgestellt haben, dass sie sich mehrere Tage am Stück - mehrmals im Jahr - komplett aus dem Tagesgeschäft rausnehmen und voll auf die Jetstream Treffen und die Seminare konzentrieren können. Nicht geeignet ist die Jetstream Membership für Angestellte, Manager, Trainer, Speaker und Coaches.

**Was ist die Jetstream Membership?**  
Die Jetstream Membership ist ein geschlossenes, exklusives Business-Netzwerk, in dem Führungspersönlichkeiten wie Unternehmer, Gesellschafter und Geschäftsführer miteinander und voneinander lernen, sich über geschäftliche und wirtschaftliche Themen austauschen und Kontakte knüpfen. Die Meetings finden viermal im Jahr jeweils in Dubai/UAE statt.  
Die Mitgliedschaft ist „invitation only“:  
Nur ein aktives Jetstream Member kann eine persönliche Empfehlung aussprechen für ein neues Mitglied. Die Jetstream Membership ist limitiert.



**WIE KANN ICH JETSTREAM MEMBER WERDEN? MEHRSTUFIGES AUSWAHLVERFAHREN**

**01 / Bewerbungsformular**  
Fülle das Bewerbungsformular vollständig und wahrheitsgemäß aus und gebe es bei (D)einem Sales Coach ab. So sicherst Du Dir Deinen Wunschtermin zur telefonischen Erst-Analyse.



**02 / Analyse**  
Gemeinsam in einem Telefonat mit einem Sales Coach aus dem Jetstream Team analysiert Ihr, ob eine

Jetstream Mitgliedschaft für Dich das Richtige ist. Findet gemeinsam heraus, ob Dein Mindset und Dein Business bereit sind für einen Quantensprung und für den Zugang zu diesem exklusiven Netzwerk.

**03 / Interview**  
Wenn Du im Analysegespräch Deinen Sales Coach überzeugt hast, steht im letzten Schritt ein Gespräch mit der Geschäftsführerin der Jetstream Management LLC, Jana Dvorkina, an. Bei diesem Telefonat geht es um Deine derzeitigen Herausforderungen als Unternehmer und die Frage, ob diese zu den Inhalten der Jetstream Membership passen. Darüber hinaus ist es im Sinne der Erfolgsentwicklung aller Jetstream Members wichtig, vorab zu besprechen, ob und welchen Mehrwert DU zu diesem exklusiven Netzwerk beisteuern kannst.

# 01 /

## FAQS

### Warum sollte ich Jetstream Member werden?

Das Netzwerk bietet Dir Austausch mit anderen Unternehmern, neue Ideen, spannende Formate, Positivität, Energie und Informationen, zu denen ein normaler Unternehmer keinen Zugang hat. Zudem erhältst Du ein ehrliches Feedback, was Du als Unternehmer brauchst, aber nirgendwo anders bekommst. Dein privates und berufliches Umfeld sagt Dir nie die absolute Wahrheit, weil sie entweder Angst davor haben oder weil sie Dich nicht verletzen möchten oder aber weil sie keinen Streit provozieren möchten.

### 02 / Was ist das Ziel der Gruppe?

Gemeinsames Wachstum – persönlich, wirtschaftlich und finanziell.

### 03 / Was genau beinhaltet die Jetstream Membership?

- Zugang zu einem exklusiven Netzwerk von internationalen Unternehmern und Selbstständigen aus den verschiedensten Branchen
- 4 exklusive Meetings pro Jahr in Dubai
- Kostenloses VIP-Ticket zu den zwei öffentlichen Seminaren in Dubai
- Events mit Top Speakern, die zu verschiedenen Themen aus den Bereichen Business, Finanzen, Investments, Gesundheit etc. referieren
- Personalisiertes Coaching durch Dirk Kreuter und ausgewählte Experten aus seinem Team
- Einladung zu Events, die nur für Jetstream Members zugänglich sind
- Möglichkeit, an allen Veranstaltungen und Seminaren von Dirk Kreuter teilzunehmen

### 04 / Worum geht es thematisch während der Treffen?

Du erhältst elitäres Wissen über Unternehmenswachstum, Skalierungsmöglichkeiten, Wettbewerbsvorteile, Mindset, Positionierung, Vertrieb & Marketing, Prozesse & Strukturen, Mitarbeitergewinnung und -führung, Zielerreichung, maximale Energie und Investitionen.

### 05 / Wer ist bereits Mitglied im Netzwerk?

Ausgewählte Personen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Dubai.

### 06 / Wie viel Umsatz muss ich machen, damit ich in die Gruppe passe?

Wir empfehlen einen jährlichen sechsstelligen Mindestumsatz. Nach oben gibt es keine Grenze. Unsere Mitglieder machen 6- bis 9-stellige Jahresumsätze.

### 07 / Wie lange dauert die Mitgliedschaft?

Die Mitgliedschaft ist zunächst auf ein Jahr begrenzt. Danach gibt es ein individuelles Gespräch über eine mögliche Verlängerung.

### 08 / Wo und wann finden die Treffen statt?

Dubai, 5-Sterne-Hotels, 4 x im Jahr: März und Oktober, jeweils 4,5 Tage. Juni und Dezember, jeweils 2,5 Tage.

### 09 / Was passiert während der Treffen?

Es gibt unterschiedliche Formate: Du profitierst von absolutem Insider-Wissen aus Vorträgen und Präsentationen, von Hot-Seat-Sessions, Best Practices, Erfahrungsaustausch, individuellen Themenblöcken etc. Die meiste Zeit ist die Gruppe unter sich, aber es gibt auch Vorträge von erstklassigen, sensationellen Gästen aus der Politik, von Unternehmern, Investoren, Wissenschaftlern, Tradern, Bestseller-Autoren, Sales- & Marketing-Experten, gemeinsames Abendprogramm etc.

### 10 / An wen kann ich mich wenden, wenn ich weitere Fragen habe?

Melde Dich beim Managing Director, Jana Dvorkina per E-Mail unter [business@jetstreammembers.com](mailto:business@jetstreammembers.com).

## QUOTES

NATASCHA BRÖKER, GESCHÄFTSFÜHRERIN, ALPHA MED GMBH

Für mich hat sich seit der Jetstream Membership alles komplett verändert, im positiven Sinne. Als Mensch, als Führungsperson und für die Menschen, die mit mir zu tun haben. Meine Mitarbeiter, meine Familie, alle profitieren davon, weil ich anders geworden bin. Das Team, was ich jetzt habe, ist ein starkes und total motiviertes Team. Und ich habe das Gefühl, wir können Bäume ausreißen.

Als ich gestartet bin, war ich von morgens bis abends einfach nur mit Arbeit beschäftigt und war komplett im Reaktions-Modus. Nach dem ersten Treffen habe ich als Erstes eine Assistentin eingestellt und ihr viele meiner Aufgaben übergeben. Und so ging das weiter. Mein Mann und ich haben uns beide total neu organisiert und weiterentwickelt.

Seit Beginn der Membership habe ich sehr viel mehr an Lebensqualität gewonnen. Plötzlich ist man auf einem ganz anderen Level und in einem ganz anderen Tempo unterwegs.

Die Jetstream Membership ist ein Muss für Menschen, die aus ihrem Leben etwas machen wollen, die in ihrem Leben etwas Großes vorhaben.

Ich kann mir mein Leben ohne Dirk nicht mehr vorstellen – wie auch immer sich das jetzt anhört.

FLORIAN MUSS  
DEALBUZZER.COM

Ich bin in meinem zweiten Jetstream-Jahr und ursprünglich angetreten, um meine Glaubenssätze neu zu programmieren – mit Erfolg! Seitdem hat sich mein Leben, das meiner Frau und unser Unternehmen massiv weiterentwickelt. Es ist unbeschreiblich, was möglich ist, wenn Du im richtigen Umfeld bist. Man kommt mit Erwartungen hier rein und wird vollkommen erschlagen. Meine Erwartungen wurden bei Weitem übertroffen. Das Programm ist keine Ausgabe im Sinne von Konsum, sondern ein Invest, der sich innerhalb kürzester Zeit rechnet.

RENÉ GRENDL  
RG MITARBEITER-BINDUNGS GMBH

Ich habe mich eigentlich „nur“ für die Mitgliedschaft beworben, um mein Netzwerk und berufliches Umfeld zu erweitern und für meinen Job einen neuen „Kick“ zu bekommen.

Ich bin sehr erfolgreich, dennoch hat sich Langeweile eingeschlichen. Nach dem ersten Treffen habe ich im positiven Sinne alles über den Haufen geworfen: Ideen und Umsetzung für ein völlig neues Geschäftsmodell, Gründung einer GmbH, Veröffentlichung eines Buches. Dinge, die ich mich alleine nie getraut und vor allem in dem Tempo (4 Monate) niemals umgesetzt hätte. Den direkten Zugang zu Dirk und seinem Netzwerk sowie die extrem (!) außergewöhnlichen Persönlichkeiten der Jetstream Members sind unbezahlbar!



NATASCHA BRÖKER



FLORIAN MUSS



RENÉ GRENDL



Karolina Friedrich hat über 20 Jahre Erfahrung in der Kundenbetreuung und Kundenbindung.

# „DAS IST UNSERE MISSION“

Obwohl Karolina und Alexander Friedrich bereits einen erfolgreichen Betrieb führten, trafen sie die Entscheidung, die Glückliche Kunden GmbH zu gründen.

In der Jetstream Membership gelang es ihnen dann sogar, Dirk Kreuter mit ihren Ideen zu begeistern. Doch das arrivierte Ehepaar will noch wesentlich mehr erreichen.

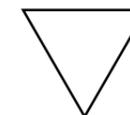
„Wir helfen Unternehmen, ihren Umsatz zu steigern, indem sie ihre Kundenzufriedenheit erhöhen und den Customer Lifetime Value optimieren“, erklären Karolina und Alexander Friedrich. Verbessert werden dabei alle Prozesse, die mit den bestehenden Kunden zusammenhängen. „Wir widmen uns nicht der Neukundengewinnung“, halten sie fest. Gemeinsam mit den Kunden werden Systeme, Strategien und Konzepte entwickelt, um das Bestandskunden-Management bestmöglich aufzustellen und dadurch mehr Ertrag sowie niedrigere Kosten im Unternehmen zu erzeugen. „Diese neuen finanziellen Ressourcen können dann natürlich in die Neukundenakquise gesteckt werden.“ Karolina Friedrich hat nach ihrem Abitur Informatik studiert und kann auf über 20 Jahre Erfahrung in der Kundenbetreuung und Kundenbindung verweisen. Sie

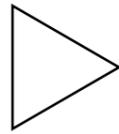
war unter anderem Projektleiterin bei einem namhaften Fotodienstleister. Alexander Friedrich hingegen blickt auf über 25 Jahre Erfahrung in der B2B-Prozessberatung zurück und war beispielsweise mehrere Jahre Leiter Business Development einer B2B-E-Commerce-Plattform bei einem deutschen Marktführer. Im September 2020 gründete das Ehepaar die Glückliche Kunden GmbH.

DIREKT IN DIE UMSETZUNG GEGANGEN Vor knapp vier Jahren war Karolina Friedrich auf einer Vertriebsoffensive von Dirk Kreuter. Sie fand es so toll, dass sie gleich zur nächsten Vertriebsoffensive fuhr –

doch dieses Mal mit ihrem Mann: „Einfach damit er das selber mal mitkriegt.“ Von den Tipps, die sie dort erhielten, seien sie direkt in die Umsetzung gegangen. „Wir hatten zu dem Zeitpunkt einen Handwerksbetrieb und stellten fest, dass die Umsetzung von Dirk Kreuters Tipps sehr gut funktioniert und uns vor allem sehr schnellen Erfolg bringt.“ Dann buchten sie weitere Seminare bei Dirk Kreuter. Auch hier hätten sie alle Inhalte und Informationen aufgenommen und umgesetzt und sind damit

noch erfolgreicher geworden. Daraufhin nutzten sie das Mentoring-Programm von Dirk Kreuter. „Da hatten wir die ganze Zeit im Kopf, wie wir unseren Handwerksbetrieb skalieren können“, erinnert sich Karolina Friedrich. Zwar hätten sie immer wieder neue Ideen gehabt und diese auch umgesetzt, aber irgendwann kam der Punkt, an dem man unternehmerisch zwar sehr erfolgreich ist, sich letztlich jedoch nur im Kreis bewegt. Sie verfolgten daher eine größere Vision: Ihr Handwerksbetrieb konnte eine sehr hohe Kundenzufriedenheit aufweisen – im Gegensatz zu vielen Mitbewerbern, die zudem oftmals Probleme mit Anwälten und Gerichtsterminen hatten. Was machten Karolina und Alexander anders? Warum lief es bei ihnen so gut, obwohl in ihrem Betrieb natürlich auch Fehler passierten? So sei die Idee der Glückliche Kunden GmbH entstanden, „um unser Wissen und unsere





Erfahrung  
anderer  
Firmen  
zugänglich

zu machen und ihnen zu zeigen, wie sie etwa mit Reklamationen und Beschwerden umgehen und mehr Umsatz mit ihren Bestandskunden generieren können“.

#### DEN FOKUS AUF EINE SACHE GELEGT

Im vergangenen März ist Karolina Friedrich dann in die Jetstream Membership gekommen. Nach einem Jahr tauschte sie ihre Rolle mit ihrem Mann. Doch bereits während ihrer Teilnahme hatten sie entschieden, den Handwerksbetrieb, den sie von Grund auf erfolgreich umgekrempelt hatten, zu verkaufen. Sie wollten sich auf eine Sache fokussieren, so wie es auch Dirk Kreuter stets empfiehlt. „100 Prozent gibt es eben nur einmal“, bestätigt Karolina Friedrich und fügt hinzu: „Was wir heute anderen vermitteln und beibringen, ist auch das, was wir selber erlebt haben.“ Mit der Glückliche Kunden GmbH gelang es ihnen sogar, Europas erfolgreichsten Verkaufstrainer Dirk Kreuter persönlich zu überzeugen, unter anderem mit Tipps für Ver-

besserungen und Möglichkeiten, noch mehr Potenzial zu heben. Inzwischen sind Karolina und Alexander Friedrich seit über einem Jahr Dienstleister und Berater von Dirk Kreuter und arbeiten mit ihm zusammen. „Wir sind auf ihn zugegangen und haben ihm erzählt, was er und sein Team verbessern könnten – davon war er total begeistert.“

**ZIELE ERREICHEN ODER ÜBERTREFFEN**  
Warum sind die Glückliche Kunden Macher den Schritt in die Jetstream Membership gegangen? „Bei uns war es in erster Linie das Umfeld“, berichten sie. „Die Menschen, die dort sind, wollen alle etwas bewegen und nach vorne kommen.“ Im privaten Umfeld werde man oft vom Familienkreis, den Freunden oder der Nachbarschaft gebremst. „Die Gedanken und die Ziele, die man hat, oder auch der Weg, den man gehen will, werden häufig nicht

**„WAS WIR HEUTE ANDEREN VERMITTELN UND BEIBRINGEN, IST AUCH DAS, WAS WIR SELBER ERLEBT HABEN.“**

Alexander Friedrich

verstanden.“ Wenn man größer denkt, stoße man an vielen Stellen auf taube

Ohren oder eben Verwundung – insbesondere, wenn schon ein erfolgreiches Unternehmen, ein schönes Haus und ein schnelles Auto vorhanden sind. Auch Neid ist ein Begleiter. Und viele Menschen seien damit auch schon zu Recht sehr zufrieden, jedoch gibt es eben auch jene, die noch weiter wollen, die etwas in der Welt bewegen wollen, die Vorbild sein wollen. „Mit diesen Menschen umgibt man sich in der Jetstream Membership“, erklärt Karolina Friedrich.



#### SERVICE-VORBILD: DIE STADT DUBAI

Das große Ziel der Glückliche Kunden GmbH sei es etwa, den Kundenservice und die Kundenzufriedenheit in der ganzen Bundesrepublik maßgeblich zu verbessern. „Wir wollen Deutschland zu einem Service-Paradies machen, so wie es beispielsweise Dubai ist – diese Stadt ist ein Vorbild dafür. Das ist unsere Mission“, machen beide deutlich. Natürlich könnte man nur fünf Firmen pro Jahr beraten und davon gut leben. „Aber dann könnten wir unsere Mission niemals wahr machen.“ Bei jedem Treffen der Jetstream Members pushen sich alle Teilnehmer gegenseitig, bei jedem Treffen muss geliefert werden: „Man setzt sich Ziele und der Sinn ist es, diese auch zu erreichen oder sogar zu übertreffen“, führen sie aus. Zu unterschätzen ist selbstverständlich letztlich auch nicht das Netzwerk von Dirk Kreuter selbst. Man erhalte Zugriff auf ihn, die Führungskräfte in seinem Team sowie auf alle Kontakte, die er in über 30 Jahren aufbauen konnte. „Das sind natürlich viele Türöffner.“

**„W**as sind meine Visionen und wo möchte ich hin?“ Als Daniel Garofoli seine DJ-Karriere aufgibt und sich ein lukratives Geschäft in Dubai aufbauen

will, weiß er noch nicht, wie dieses aussehen wird. Von einem Freund auf die Idee gebracht, startet er 2013 zunächst ohne Vorkenntnisse als einfacher Makler. Seine überdurchschnittliche Leistungsbereitschaft und Zielstrebigkeit zahlen sich schnell aus. Im Jahr 2018 hat sich Daniel Garofoli bereits bis zum Sales Director in Dubais angesehenster Luxus-Immobilienfirma

JETSTREAM  
MEMBER

Viele Deutsche sind mit dem Mittelmaß zufrieden – nicht so Daniel Garofoli. Die beispiellose Karriere des gebürtigen Karlsruhers begann 2013 auf der Couch eines Kumpels in Dubai. „Viel Leistung, wenig Ausreden“ – mit dieser Einstellung erarbeitete er sich sein heutiges Business und ist damit der erfolgreichste deutschsprachige Immobilienmakler des Wüstenstaats.



**„WIR SIND WIR – UND WIR SIND MACHER!“**

Daniel Garofoli





„Luxhabitat“ hochgearbeitet. Seither versucht er konstant den Status quo des Berufs der Makler und des Marktes infrage zu stellen und die Grenzen des Möglichen nach hinten zu versetzen. Logischer Schritt auf diesem rasanten Erfolgsweg? Der Start in die Selbstständigkeit 2020 mit eigenen, exklusiven Immobilien-Investment-Projekten.

EINE VISION WIRD REALITÄT  
„Mit der Gründung der Firma Daniel Garofoli, kurz DG, habe ich mit meinem Team ein einzigartiges Immobilien-Investment-System in Dubai geschaffen,

in dem wir die perfekte Infrastruktur für deutschsprachige Investoren entwickelt haben“, so der Unternehmer. „Unsere Kunden, die ausschließlich aus der DACH-Region stammen, bekommen mit unserem One-Stop-Shop-Konzept alles aus einer Hand, alles von uns.“ Hierzu zählen neben dem Bau exklusiver Projekte, die firmenintern gemanagt werden, ein eigenes Maklerbüro, ein zugehöriger Inhouse Property Management Service sowie ein persönlicher Bauträger, mit europäischen Partnern. Eine deutschsprachige Anwaltskanzlei, die ausschließlich für Kunden von DG arbeitet, rundet das System perfekt ab. Da diese auf Themen wie Visum, Firmengründung, Stiftung,

Holdingsstrukturen, Testamente oder Vollmachten spezialisiert ist, bietet das Angebot einer individuellen Rechtsberatung die perfekte Ergänzung für sichere Investments im Ausland. Dass das Konzept nicht nur funktioniert, sondern auch überaus erfolgreich ist, zeigen die aktuellen Zahlen: „Wir haben 2021 einen Umsatz von 220 Millionen Euro gemacht“, erzählt der 39-Jährige. „Damit wir neue Projekte realisieren können, arbeiten inzwischen rund 20 Mitarbeiter

im Unternehmen.“ Mit über 400 Investoren und mehr als 1.000 abgeschlossenen Deals ist die Bilanz nach gerade einmal zwei Jahren durchaus beeindruckend. „Wir heben uns von anderen Immobilienunternehmen bewusst und immer wieder ab. Wir brauchen keine Print-Werbung, schicke Anzüge oder gegelte Haare. Wir sind wir – und wir sind Macher. So machen wir jeden Tag aufs Neue unsere Investoren glücklich. Und darauf kommt es letztlich an.“



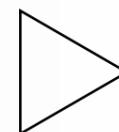
„WIR BRAUCHEN KEINE PRINT-WERBUNG, SCHICKE ANZÜGE ODER GEGELTE HAARE.“

#### MILLIARDÄRS-CLUB DER SMARTEN KÖPFE

Wer eine eigene Firma führt, steht immer wieder vor Herausforderungen. „Letztlich haben auch Unternehmer alle die gleichen Probleme, und das sind Struktur, Personal und Kommunikation“, erzählt der Erfolgsmakler. Dirk Kreuter beschäftigt sich seit über 30 Jahren mit dem Thema Unternehmertum und hat damit einen großen Schatz an Wissen und Erfolgen vorzuweisen. Zunächst profitierte Daniel Garofoli von dessen jahrelanger Erfahrung als Coach und setzte mit ihm einige Videos um. Um aus seinem kompletten Repertoire zu schöpfen und sich gleichzeitig auf Augenhöhe auszutauschen, fragte er Dirk Kreuter 2020 persönlich, ob er Jetstream Member werden kann – und er konnte. „Ich würde sagen, das ist ein Milliardärs-Club Hunderter smarter Köpfe. In diesem Rahmen werden neue Ideen geschaffen, Erfahrungen ausgetauscht und neue Wege für das eigene Business entwickelt. Hier bin ich Ideengeber und Schüler zugleich – ein Visionär, der Struktur sucht. Ich gebe mein Mindset weiter und profitiere von dem Wissen anderer Mitglieder.“ So kam es auch, dass der Firmengründer als erste Maßnahme aus den Jetstream Membership Seminaren die Anzahl seiner Mitarbeiter direkt verdoppelte und damit die nächste wichtige Stufe in der noch jungen Unternehmensgeschichte wagte. Auch wenn das eine große emotionale Hürde war, da er seinen persönlichen Komfortbereich verlassen musste, bereut der 39-Jährige diesen Schritt bis heute nicht: „Man muss seine Blockaden öffnen und neue Dinge und Denkweisen zulassen, um langfristig ein erfolgreiches Business zu führen“, so Daniel Garofoli abschließend.



# MIT VOLLER ENERGIE UMSETZEN



JETSTREAM MEMBER

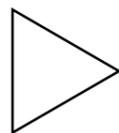
Burkhard Küpper

Jeder kann Steuern sparen. Allerdings verfügen nur die wenigsten über das nötige Wissen. Burkhard Küpper, der in der klassischen, persönlichen Beratung genauso zu Hause ist wie in der digitalen Welt und selbst bereits mehrere Unternehmen aufgebaut hat, hilft seinen Mandanten, die Steuerlast zu reduzieren.

Im Dezember 2018 fährt Steuerberater Burkhard Küpper nach Hamburg. Der Grund: erstmals an der Vertriebsoffensive von Dirk Kreuter teilzunehmen. Küpper hatte zuvor viel von ihm gelesen und sein Wirken verfolgt. „Schnell wurde mir klar, da muss ich hin“, erzählt er. Mit einem befreundeten Steuerberater

hatte er sich auch extra ein VIP-Ticket besorgt. „Schließlich wollten wir nicht lange anstehen und Zeit verlieren.“ Doch vor allem ist ihm in Erinnerung geblieben, dass alle Personen, die er dort getroffen hat, nach vorne gehen und Erfolg haben wollen. „Das ganz andere Mindset, die gute Stimmung und die positiven Vibes haben mich extrem geflasht.“ Außerdem traf er den Vertriebsexperten persönlich im





Pausenraum und unterhielt sich mit

ihm. Wie Dirk Kreuter denkt und handelt, habe ihn mächtig begeistert. Noch während der Veranstaltung habe er gewusst, dass er mehr von den Menschen, die nicht nur die Risiken sehen, sondern auf Chancen fokussiert sind, haben will.

#### STÜCK FÜR STÜCK VERGRÖßERT

Küpper selbst hat sein Unternehmen 2013 gegründet. Der Steuerberater, der sich auch zum Bilanzbuchhalter und Controller weitergebildet hat, konnte sich innerhalb weniger Jahre vom Angestellten zum Inhaber mehrerer Gesellschaften mit insgesamt 193 Mitarbeitern entwickeln. Die Kanzleigruppe Küpper & Kollegen umfasst inzwischen 38 Unternehmen und ist in ganz Deutschland mit vierzehn Standorten vertreten. Am Anfang war es ein Unternehmen mit 173 Kunden. „Dann haben wir es Stück für Stück über die Jahre vergrößert.“ Fünf Jahre später beziehungsweise zu dem Zeitpunkt, als er zu Dirk Kreuter kam, waren es schon 564 Kunden. „Dann explodierte das Unternehmen“, berichtet Küpper. „Aktuell betreuen wir fast 5.000 Kunden und es werden immer mehr“, so der deutschlandweit tätige Mehrfachunternehmer.

#### PRODUKT MIT GROSSEM NUTZEN

Wie es gelang, diesen Wachstumspfad einzuschlagen? Primär wichtig ist selbstverständlich das gute Produkt, das Menschen großen

Nutzen bringt: „Wir können Kunden dabei helfen, dass sie weniger Steuern zahlen und somit mehr Geld für sich und ihr Unternehmen behalten können“, erklärt Küpper. Doch das gekoppelt mit einer Mindset-Änderung, wie man vorgehen sollte, und der Vertriebserfahrung von Dirk Kreuter habe es erst ermöglicht, so stark zu wachsen. Vor allem die Digitalisierung und das Online-Marketing hätten seiner Unternehmensgruppe geholfen. „Damit kann man sich beliebig viele Aufträge in jeder Branche generieren, die man braucht und will“, sagt er. Generell wurde von der Digitalisierung stark profitiert, so gehört Küpper & Kollegen nicht nur zu den größten Kanzleien in Deutschland, sondern wurde vom IT-Dienstleister

Interesse an Wachstum haben. „Es gibt unheimlich viel Informationen von Dirk Kreuter. Er gibt Wissen weiter, das man am Markt nicht kaufen kann oder eben sehr lange erarbeiten muss.“ Daneben sind es die anderen Teilnehmer, die ihre Erfahrung teilen und es einem mit ihrem Wissen beispielsweise ermöglichen, neue Projekte ohne vermeidbaren Verlust zu beginnen. Die Jetstream Membership vergleicht Küpper daher mit einem Überraschungsei, bei dem man nie genau weiß, was rauskommt. „Es gibt aber auf jeden Fall immer irgendeinen Riesenerwartungswert.“ Er selbst habe vieles aufgenommen und mit voller Energie erfolgreich umgesetzt. Die Teilnahme habe ihn auch

**„WIR KÖNNEN KUNDEN DABEI HELFEN, DASS SIE WENIGER STEUERN ZAHLEN UND SOMIT MEHR GELD FÜR SICH UND IHR UNTERNEHMEN BEHALTEN KÖNNEN.“**

Datev im Jahr 2019 auch als digitale Kanzlei und als Vorzeigekanzlei ausgezeichnet. „Natürlich hat das viele auf uns aufmerksam gemacht.“

WIE EIN ÜBERRASCHUNGSEI Die Jetstream Membership sei gerade für diejenigen Unternehmer vorteilhaft, die besonders großes

dazu inspiriert, selbst Seminare durchzuführen. „Obwohl ich das eigentlich gar nicht wollte.“ Allerdings konnte der Steuerberater bereits mit der ersten eigenen Veranstaltung eine Million Euro Umsatz generieren. „Damit bist Du als No Name direkt in die Profiligena aufgestiegen“, so Dirk Kreuters Kommentar seinerzeit.



#### BUCHREIHE IN PLANUNG

Küppers erstes Seminar fand 2019 in Düsseldorf statt. Inzwischen hat er schon eine Vielzahl von Veranstaltungen gemacht „und helfe damit den Menschen, eine niedrigere Steuerbelastung zu bekommen – das ist mein Markenkern.“ Durch die Jetstream Membership ist auch die Idee entstanden, ein Buch zu schreiben. Im vergangenen November erschien „Steuern Nein Danke – Die Steuer-sparstrategie“. Das

#### FRÜHER ALS ANDERE AGIEREN

Buch mit 308 Seiten konnte hohe Verkaufszahlen verzeichnen und geht bald in die zweite Auflage. Küpper ist außerdem gerade an zwei weiteren Büchern dran. Insgesamt plant er eine Reihe zu zwölf steuerlich verschiedenen Themen, zum Beispiel Immobilien, Kinder und Vermögensaufbau sowie Unternehmensstruktur. Seine Kanzleigruppe beabsichtigt darüber hinaus, eine Steuerberatungsschule einzurichten. „Das alles hätte ich niemals getan, wenn ich nicht gesehen hätte, wie es andere machen und wie man es selbst umsetzen kann.“

#### KONTINUIERLICHES HANDELN

Beim Unternehmenswachstum musste der Steuerberater aber auch selbst erst den unangenehmen Teil kennenlernen: „Wenn es zu schnell geht, dann passieren Dinge, die man nicht unter Kontrolle hat“, weiß Küpper zu berichten. „Nun wachsen wir nur noch in der Geschwindigkeit, wie wir auch die entsprechenden Strukturen aufbauen können. Sonst wird es ungesund.“ Auch das sei Teil eines Lernprozesses gewesen. Außerdem: „Corona hatte uns am Anfang voll erwischt – trotzdem gelang es, das beste Ergebnis der Firmengeschichte einzufahren.“ Das verdanke man dem fleißigen und kontinuierlichen Handeln, wie es auch in der Jetstream Membership vermittelt wird: „Man hat einfach nicht aufgegeben.“ Durch die reinen Business-Veranstaltungen hätten Unternehmer einen Zeitvorsprung, damit können sie früher als andere agieren und ihre Wettbewerbsposition deutlich ausbauen. Zudem verfügten sie durch die Teilnahme über ein Netzwerk, das man selbst gar nicht oder nur sehr schwer aufbauen kann. Wichtig seien aber mindestens vier Kriterien, die Menschen in der Jetstream Membership erfüllen müssen, um erfolgreich zu sein: Sie müssen den Status quo hinterfragen, umsetzen wollen, fokussiert sein und Einflüssen von anderen mit Offenheit begegnen. „Sonst kann man sich nicht entwickeln“, begründet Küpper. Er selbst ist mittlerweile am längsten bei der Jetstream Membership dabei und hätte das alles niemals ohne Dirk Kreuter geschafft, so seine Überzeugung. „Ich bin ihm sehr zu Dank verpflichtet.“

## EINE ZWEIFACHE MUTTER WIRD

# MIT AKTIEN ZUR MILLIONÄRIN

Dr. Carmen Mayer baute in zwei Jahren ihr erfolgreiches Multi-Millionen-Unternehmen auf und verhilft Menschen zu finanzieller Freiheit. Aus der Jetstream Membership mit Dirk Kreuter nutzt sie das Know-how erfahrener Gründer und verdoppelte ihren Umsatz.

**B**evor die promovierte Biochemikerin ins Aktienbusiness einstieg, arbeitete sie bei einem internationalen Pharmakonzern. Sie leitete große Projekte, verdiente gut und dachte, alles erreicht zu haben. Als Dr. Carmen Mayer mit ihrer Tochter schwanger wurde, reichte ihr Vermögen nicht aus, um ein Haus in München zu kaufen. Daraufhin begab sie sich auf die Suche nach anderen Wegen, um ein Vermögen aufzubauen, das ihrer Familie ein freies Leben ermöglichen sollte. Sie stieß auf drei Optionen: Vermietung von Immobilien, Gründung eines Unternehmens oder Investitionen in Aktien. Aufgrund ihrer

analytischen Denkweise kamen zu Beginn nur Aktien infrage, sie las unzählige Fachbücher, fuhr auf Konferenzen und sog unheimlich viel Wissen in sich auf. Mit einem Startkapital von 2.000 € wagte sie den Einstieg an der Börse. Ihr Depot zeigte schnell Erfolge. Das Wissen wollte sie teilen und anderen Mut machen, damit sie mehr aus ihrem Leben machen. Deswegen launchte sie 2020 ihren Podcast „Mami goes Millionär“. Dabei erklärt sie charmant die Finanzwelt und gibt erfolgreichen Persönlichkeiten eine Stimme. Immer mehr Hörer stellten der Aktienexpertin Rückfragen zu ihrer Aktienstrategie und baten sie, ihnen zu helfen, alles umzusetzen. Deswe-

gen wagte sie den großen Schritt ins Unternehmertum und gründete die Dr. Mayer Consulting GmbH. Heute wohnt sie mit ihrer Familie in einem großen Haus in München, besitzt zwei Immobilien, die sie vermietet, und hat somit alle drei Optionen des Vermögensaufbaus vereint.

**GEMEINSAM STARK**  
Dirk Kreuter lernte Dr. Carmen Mayer über seinen Podcast kennen. Als die inzwischen zweifache Mutter noch als Biochemikerin arbeitete, hörte sie die Folgen auf ihrem Arbeitsweg. „In seinem Podcast erzählt Dirk Kreuter häufig von dem riesigen Netzwerk der Jetstream Membership und den tollen Reisen, die er mit seinen Teilnehmern unternimmt. Das beeindruckte mich sehr. Ich wollte auch ein Teil des Ganzen sein“, erinnert sich die Aktienexpertin. Sie lud Dirk Kreuter in ihren Podcast ein. In dem Interview inspirierte er sie und ihre Hörer mit seiner Erfahrung als Verkaufs-Coach. Innerhalb von drei Jahren entwickel-

ten sich sowohl ihr Podcast als auch ihr Unternehmen so gut, dass sie beschloss, der Jetstream Membership beizutreten. „Vor allem der Austausch mit anderen Unternehmern und der damit verbundene Wissenstransfer spornen mich an, stets groß zu denken und mich weiterzuentwickeln. Auch der Druck von außen hilft, die eigene Wertschöpfungskette zu erweitern. Damals hatte ich nur ein Produkt: einen Onlinekurs. Andere Teilnehmer empfahlen mir, mein Portfolio auszubauen und weitere Produkte bereitzustellen. Ich wurde inspiriert, über den Tellerrand zu schauen und meinen Kunden einen noch größeren Mehrwert zu bieten. Insbesondere die Tatsache, dass die Membership nicht in einem Seminarraum stattfindet, sondern in großartigen Städten wie Dubai und London, ist für mich ein riesiger Mindset Booster“, findet die Finanzexpertin.

JETSTREAM

MEMBER

Carmen Mayer





#### BLICK IN DIE ZUKUNFT

Doch was genau hat die Jetstream Membership innerhalb der Dr. Mayer Consulting GmbH verändert? „Insbesondere im Bereich Recruiting haben wir eine große Umstrukturierung vorgenommen. Ich sehe Bewerber nun wie Kunden und führe für jede Stellenbesetzung einen ausführlichen Auswahlprozess durch. Ich habe gelernt: Erstklassige Mitarbeiter besitzen die Macht, den eigenen Erfolg maßgeblich zu beeinflussen. Damit lassen sich Prozesse automatisieren. Ich beschäftige mich weniger mit operativen Aufgaben und kann so fokussierter an meinem Unternehmen



arbeiten. Unser Umsatz hat sich im Gegensatz zum Vorjahr verdoppelt und allgemein herrscht im gesamten System mehr Ordnung. Ich arbeite an neuen Onlinekursen und gebe bald mein erstes Live-Event in München. Am 08. Oktober teile ich dabei erstmals mein Wissen über Bitcoin und Optionen. Ich gebe den Teilnehmern eine einfache Strategie an die Hand. Jeder kann bei diesem großartigen Event dabei sein: Börsenneulinge und -experten. Ich freue mich so sehr darauf, endlich Teilnehmer live und in Farbe kennenzulernen.

Bisher habe ich auf vielen Ebenen von Dirk Kreuters Know-how profitiert und bin dankbar dafür“, erzählt die Aktienexpertin. Mit ihrem Unternehmen möchte sie Menschen die Angst vor der Börse nehmen und insbesondere Frauen ermutigen: „Setzt euch selbstständig mit euren Finanzen auseinander.“ Sie bietet heute verschiedene Coachings an. Darin präsentiert sie ihr gesamtes Wissen über Aktien und ein positives Money Mindset. „Wer einmal verstanden hat, wie die Börse funktioniert, kann Aktien für sich arbeiten lassen und so Geld verdienen. Es ist so

wunderbar einfach. Anleger können schon mit kleinem Budget in grandiose Unternehmen investieren und so an deren Erfolg teilhaben. Aktien sind weniger riskant, als viele denken, da sie nicht zwangsläufig gehalten werden müssen. Entstehen Wertverluste, können Investoren ihre Aktien flexibel verkaufen und sind nicht an sie gebunden“, erklärt die Expertin. Im täglichen Geschäft motivieren sie vor allem die positiven Rückmeldungen und Erfolge ihrer Kundinnen. Ihnen zu einem finanziell freien Leben zu verhelfen, sieht sie als ihre große Mission. Die nahe Zukunft der Dr. Mayer Consulting GmbH steht unter dem Motto „Groß denken“. Die zweifache Mutter hat vor, mindestens 1.000.000 Menschen zu erfolgreichen Aktieninvestoren auszubilden. Sie plant dieses Jahr einen Spiegel-Bestseller zu schreiben. Eine Filmproduktion, die von dem Coaching so begeistert war, will ihre Erfolgsgeschichte verfilmen. Für viele Frauen steht Dr. Carmen Mayer als Vorbild in Sachen finanzielle Bildung und weibliche Unternehmensführung. Nach all ihren bisherigen Erfolgen sind diese Ziele in greifbarer Nähe.

„WER EINMAL VERSTANDEN HAT, WIE DIE BÖRSE FUNKTIONIERT, KANN AKTIEN FÜR SICH ARBEITEN LASSEN UND SO GELD VERDIENEN. ES IST SO WUNDERBAR EINFACH ...“



# GROSSDENKEN GANZ EINFACH GEMACHT

Serkan Basin, Geschäftsführer der international tätigen NSB Polymer GmbH, nahm an Veranstaltungen von Dirk Kreuter teil und berichtet, wie diese ihm den Fokus und die Selbstsicherheit gaben, die er brauchte, um sein Unternehmen auf das nächste Level zu heben.

#### JETSTREAM MEMBER

Serkan Basin

**S**erkan Basin kam 1996 mit 16 Jahren nach Deutschland. Nach seiner schulischen Laufbahn schloss er eine Ausbildung zum Elektronik-Installateur ab, um anschließend im Jahr 2002 in das Unternehmen seines Vaters einzusteigen.



Mehr Klarheit für sein Unternehmen –  
Basin fand mithilfe von Kreuter den  
hierfür notwendigen Fokus.



„Es fühlte sich wie der logische Schritt an, bei ihm zu arbeiten“, erklärt der junge Geschäftsführer. „Ich konnte schon in jungen Jahren aus nächster Nähe beobachten, was es bedeutet, ein Unternehmen zu führen.“ Es folgte eine Zeit der harten Lektionen, denn das Geschäft des Vaters hatte mit zwei Insolvenzen zu kämpfen. Doch Basin steht der Sache positiv gegenüber: „Es handelte sich um wirklich einschneidende Ereignisse – dennoch habe ich in diesen Zeiten auch viel über mich und meine Ziele lernen dürfen.“ Das erworbene Wissen benötigte Basin ab 2009, dem Jahr, in dem er sein eigenes Unternehmen, NSB Polymer GmbH, gründete, das sich auf die weltweite Vermarktung, Aufbereitung, Verpackung und Lagerung von Off-Grade-Materialien fokussiert und sich für die Nutzung recycelter Rohstoffe einsetzt. „Unsere Philosophie ist simpel: A better today for a better tomorrow!“, sagt Basin und fasst zusammen: „Es ist uns wichtig, einen ehrlichen und bewussten Umgang mit Ressourcen zu fördern. Um unsere Ressourcen zu schützen und zu schonen, entwickeln wir kontinuierlich neue Lösungen, um Kunststoffe zurück in den Produktionskreislauf zu führen.“ Ob Materialien, Fähigkeiten, Geld oder Zeit – alles stehe nur begrenzt zur Verfügung und müsse bewusst und effektiv eingesetzt werden.

PER ZUFALL AUF DEN RICHTIGEN PFAD  
Etwa im Jahr 2016 kam Basin das erste Mal in Kontakt mit Dirk Kreuter. „Zu dieser Zeit besuchte ich eine Messe, um – zugegeben – einem anderen Redner zuzuhören. Doch auch Kreuter gab einen Talk anlässlich seiner Vertriebsoffensive und was er sagte, hinterließ einen einprägsamen Eindruck auf mich“, berichtet Basin. Dennoch brauchte es noch einige Jahre, bis er mit Kreuter enger zusammenarbeitete. Während der Pandemie traf Basin in einem anderen Format wieder auf den Erfolgscoach: „Als die Pandemie losging und die ersten Lockdowns verhängt wurden, begann Kreuter seine Webinare zu geben. Da ich mich noch an den positiven Eindruck des Talks erinnern konnte, entschloss ich mich, teilzunehmen. Kreuters Expertise überzeugte mich in kurzer Zeit davon, die vertiefenden Angebote wahrzunehmen“, berichtet Basin. Als erstes Live-Event wählte er direkt das Jetstream Treffen in der Schweiz in 2021. „Unser Unternehmen war zu diesem Zeitpunkt in einer Wachstumsphase, benötigte jedoch eine klare Vision, wohin die Reise gehen sollte“, erklärt der Geschäftsführer. „Bereits der Content des Programms reichte aus, um mich von Dirk Kreuters Visionen und Inhalten zu überzeugen. Der vielleicht wichtigste Moment ereignete sich jedoch abseits der Workshops. Ich hatte das Glück, mich beim Frühstück ungestört mit Dirk zu unterhalten. Hätte ich zu diesem Zeitpunkt noch Zweifel an seinen Fähigkeiten gehabt, wären sie im Anschluss verschwunden gewesen, denn er konnte auf alle Fragen ad hoc und nachvollziehbar antworten. So was kann nur gelingen, wenn jemand aus tiefer Erfahrung schöpfen kann.“

„DIRK ANALYSIERTE DIE  
SITUATION MEINES UNTERNEHMENS  
SCHNELL UND KONNTE  
HERAUSFORDERUNGEN UND  
BAUSTELLEN VORAUSSAGEN,  
DIE WIR BIS DAHIN NOCH  
NICHT KOMMEN SAHEN.“

FOKUS – ALLES  
ANDERE IST NEBENSÄCHLICH  
Seitdem hat Basin Blut geleckt, ließ sich bereits bei der Verbesserung der

digitalen Prozesse seines Unternehmens unterstützen und nahm an der Master of Sales teil. „Es muss schon einiges geschehen, damit ich nicht zu seinem Workshop

„AUS UNSEREM WILDEN WACHSTUM  
IST NUN EIN KONTROLLIERTES,  
EXPONENTIELLES MIT KLAREN ZIELEN  
GEWORDEN – WAS WIR NATÜRLICH  
SEHR GENIESSEN.“

in Person kommen kann“, scherzt Basin. Dem jungen Geschäftsführer fällt es leicht, die wichtigsten Lektionen aufzuzählen: „Gerade in unserer Wachstumsphase, in der wir uns damals befanden, brauchten wir Fokus. Die Zusammenarbeit mit Kreuter brachte genau diesen. Er half mir dabei, Ziele für unser Voranschreiten festzulegen, plante mit mir Schritt für Schritt, wie ich diese erreichen könnte und Wichtiges von Unwichtigem trenne. All dies erklärte er sachlich, fokussiert und mit kristallklaren Worten.“ Basin profitierte aber auch von Kreuters langjährigen Erfahrungen aus der Praxis: „Dirk analysierte die Situation meines Unternehmens schnell und konnte Herausforderungen und Baustellen voraussagen, die wir bis dahin noch nicht kommen sahen.“ In der Folge konnte sich Basin auf diese einstellen und mithilfe von Kreuters vermitteltem Wissen auch reagieren: „Er zeigte mir, wo ich Energien einsetzen muss, wo ich sie sparen sollte, kurzum: eine Anleitung, wie ich zielsicher zum Erfolg gelange.“

EXPONENTIELLES  
WACHSTUM  
GENIESSEN  
Aufgrund einer selbstsicheren Führung dank

des Kreuter-Programms befindet sich das Unternehmen in einer komfortablen Situation. „Aus unserem wilden Wachstum ist nun ein kontrolliertes, exponentielles mit klaren Zielen geworden – was wir natürlich sehr genießen.“ Auch im Kopf ist viel geschehen: „Mein Mindset ist nun ein ganz anderes als vor Kreuter. Ich war zwar bereits vorher Unternehmer, jedoch habe ich dank Dirk nun die Eigenschaften, um NSB Polymer noch weiter voranzutreiben. Ich weiß, dass es Herausforderungen geben wird, sich diese jedoch mit einfachen Schritten und klarem Fokus bewältigen lassen – das gibt Selbstvertrauen.“ Basin fasst zusammen: „Dirk kennenlernen und von seiner Expertise zu profitieren hat mein Leben und meine Denkweise nachhaltig verändert. Vielleicht wäre ich nach langem Versuchen und viel Aufopferung ebenfalls beim Erfolg angekommen. Jedoch zeigte mir Kreuter eine Abkürzung – die sich auch für andere Menschen anwenden lässt. So gesehen kann jeder lernen, größer zu denken, erfolgreich zu sein und seine eigenen Ressourcen gewinnbringend auszuspielen.“

# DER GRÖSSTE WETTBEWERBS- VORTEIL: UMSETZUNG!



JETSTREAM MEMBER

Andreas Sander

Er hat ein kleines Unternehmen sehr erfolgreich zu einem europaweit agierenden IT-Distributor ausgebaut. Zudem hat Andreas Sander mit seiner Familie in Dubai eine zweite Heimat gefunden. Dennoch hat der Gründer von KOSATEC Computer noch viel zu lernen, wie er selbst meint – auch und gerade von Dirk Kreuter und den Jetstream Members.

**I**m Jahr 1993 gründete Andreas Sander KOSATEC Computer. Der Firmensitz seinerzeit: eine kleine Garage in Rötgesbüttel bei Braunschweig. „Mit 6.000 Deutschen Mark Startkapital fing alles an“, erinnert er sich. Mittlerweile ist sein Unternehmen

ein europaweit agierender IT-Distributor, der im B2B-Geschäft als Vollsortimenter knapp 10.000 Kunden mit Computerkomponenten aller Art beliefert. Darunter Onlinehändler, Versandhäuser, Flächenmärkte, Fachhändler und Systemhäuser. „Sie kriegen ihre Ware pünktlich, fehlerfrei und in einem ver-

kaufbaren Topzustand“, hält Sander fest. Gleichfalls gehören öffentliche Auftraggeber, mittelständische Unternehmen und die Industrie zum Kundenportfolio. Außerdem betreibt die KOSATEC Computer GmbH heute, neben dem Hauptsitz in Braunschweig, weitere Standorte in Köln, Aachen, Kassel, Passau, Unna, Hamburg und Split. Das beeindruckende Ergebnis: „Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir mit 300 Mitarbeitern einen Umsatz von über 520 Millionen Euro generiert“, so der geschäftsführende Gesellschafter.

**AUSBILDUNG UND USA-AUFENTHALT** Sander selbst ist in einfachen Verhältnissen und ohne Vater aufgewachsen. Früh musste er sich um den Haushalt und um seine kleine Schwester kümmern, während seine Mutter hart

für den Lebensunterhalt arbeitete. Nach seinem Real-schulabschluss absolviert er eine Ausbildung als Funk-elektroniker beim Radiohersteller Blaupunkt. „Danach bin ich ein Jahr nach Los Angeles abgehauen – mit einem One-Way-Ticket. Das hat alle meine Sinne auch noch mal geschärft“, erzählt er. Nach seiner Wiederkehr aus den USA fing er an, bei VW am Band zu arbeiten. Hier baute er in Früh- und Nachtschichten Armaturen zusammen. „Da wusste ich schon mal, was ich nicht machen möchte in meinem Leben.“ Dann las er in einer Annonce in einer Braunschweiger Zeitung, dass ein Computergroßhandelsunternehmen junge Leute für den Vertrieb suchte. Sander bewarb sich nicht nur erfolgreich um diesen Job, innerhalb eines Jahres gehörte er dort zu den 10 besten Verkäufern. Nach

nur einem weiteren Jahr startet er dann mit seinem eigenen Unternehmen, dass im kommenden Jahr, das 30-jährige Bestehen feiert. „Somit studiere ich seit 60 Semestern Betriebswirtschaftslehre“, scherzt er.

## EIN HARTER KAMPF IM JAHR 2012

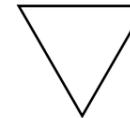
Allerdings ging es in den drei Dekaden geschäftlich nicht immer nur bergauf, besonders im Jahr 2012 nicht. So scheiterte etwa ein geplantes Joint Venture mit einer Kölner Firma, weil sie Pleite ging. Verursacher Schaden: eine halbe Million Euro. Zusätzlich sprang in dem Jahr der größte Kunde ab, da dieser

einen umfangreichen weltweiten Service benötigte, den KOSATEC Computer nicht leisten konnte. „Der Pitch ging an einen sehr großen Mitbewerber – ein Telefonat und es waren vier Millionen Umsatzvolumen weg.“ Außerdem ließ Sander gerade ein Haus bauen, sein erster Sohn wurde geboren, der eigene Vater starb. „Alles passierte auf einmal. Das war schon ein harter Kampf“, verrät der Unternehmensgründer und inzwischen zweifacher Familienvater. „Ich muss mich zusammenreißen, resilient sein“, dachte er sich. Schließlich hatte er früh gelernt, mit Krisen umzugehen, und wusste,





Seit vergangenem Jahr lebt KOSATEC-Gründer Andreas Sander mit seiner Ehefrau und seinen zwei Söhnen sehr glücklich in Dubai und steuert von dort aus sein Unternehmen.



Misserfolge gehören zum Erfolg dazu. Also machte er so gut es ging einfach weiter. Nach einem derben Verlustjahr gelang es ihm, wieder schwarze Zahlen zu schreiben. Doch auch ein anderer Faktor sei sehr entscheidend gewesen. „Ich habe immer das Geld in meine Firma investiert. Deswegen sind wir auch so weit gekommen“, zeigt sich Sander überzeugt.

#### DUBAI – EINE STADT DER IMPULSE

Im vergangenen Jahr hat er sich mit seiner Familie dazu entschlossen, nach Dubai zu ziehen. Eigentlich war Sander auf der Suche nach einer Immobilie in Florida. Von einem Video von Marc Schippke kam er zu einem von Daniel Garofoli, was dazu führte, dass er auf Dirk Kreuter aufmerksam wurde. Sander selbst hat 60 Mitarbeiter im Vertrieb und wurde schnell hellhörig: „Was ist das für eine Wahrheit, die dieser Mann von sich gibt. Das machen wir ja genauso, nur erzählt er noch viel mehr“, staunte Sander, der sich anschließend noch viele weitere Videos von Kreuter ansah. Er habe daraufhin gewusst, dass diese 30-jährige Vertriebserfahrung genau das ist, „was ich brauche, um meinen Vertrieb weiterhin zu professionalisieren“, und sich sofort darum bemüht, in die Jetstream Membership zu gelangen. Beim ersten Treffen in Dubai lernte er mit seiner Frau dann auch Garofoli kennen und ließ sich Immobilien von ihm zeigen. „Wir beide fanden das klasse. Florida war prima,

aber hier konnten wir uns auch sehr gut vorstellen zu leben.“ Es sei eine Stadt der Impulse, der Performance, die sehr viel Wert auf Bildung und Innovation legt.

Unternehmens geführt, weil Kreuter seiner Meinung nach die richtigen Wege lehrt. „Wir sind uns sehr ähnlich, wir haben alle mit null angefangen.“

**„ALLE, DIE DAS INSTRUMENT DIRK KREUTER VERSTEHEN UND ES AUCH SPIELEN KÖNNEN, SIND AUSSERORDENTLICH ERFOLGREICH.“**

#### EXPONENTIELLE WEITERENTWICKLUNG

Inzwischen hat Sander einen weiteren Geschäftsführer eingestellt und leitet seine Geschäfte von Dubai aus, einmal im Monat ist er in Deutschland. „Ich habe das Privileg, dass ich zwischen zwei Welten pendeln darf“, sagt er und ergänzt: „Alle in meiner Familie sind sehr glücklich in Dubai.“ Braunschweig sei aber nach wie vor „die geilste Stadt der Welt“, die ihm alles ermöglicht hat. Daher ist er auch wahnsinnig stolz, dass sein Unternehmen der neue Haupt- und Trikotsponsor von Eintracht Braunschweig ist. „Ich habe der Stadt so viel zu verdanken und möchte mit dem Engagement etwas zurückgeben. Darüber hinaus bietet das Trikotsponsoring für uns eine wahnsinnige Präsenz, die wichtig ist, um KOSATEC weiterzuentwickeln“, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter. Die Teilnahme an der Jetstream Membership hingegen habe schon jetzt zu einer exponentiellen Weiterentwicklung des

#### DAS INSTRUMENT DIRK KREUTER

Vor allem aber lerne er noch viel dazu: „Ich merke, dass mein Wissen lediglich ein Tropfen im Ozean ist, wenn ich mit Dirk Kreuter und den Jetstream Members zusammen bin“, so Sander. Natürlich sei es zeit- und kostenintensiv, aber für alle teilnehmenden Unternehmer ist es eine Win-win-Situation. Auch viele junge Menschen seien schon dabei. „Wenn ich damals die Möglichkeit und das Geld gehabt hätte, ich hätte die Chance sofort ergriffen.“ Er könne es jedem nur raten, denn: „Wer nicht in sich selbst investiert, bleibt auf der Straße“, weiß Sander. „Alle, die das Instrument Dirk Kreuter verstehen und es auch spielen können, sind außerordentlich erfolgreich“, fasst er zusammen. Selbstverständlich sei es auch mit viel Arbeit verbunden, schließlich muss man insbesondere eines machen: umsetzen. Nur dann habe auch alles einen guten Klang. „Umsetzung ist eben der größte Wettbewerbsvorteil und dem ist nichts hinzuzufügen.“

# EINE SPRACHE, DIE MAN VERSTEHT

JETSTREAM MEMBER

Tanja Riemann

Nach dem Studium der Internationalen Betriebswirtschaftslehre mit Doppel-diplom (Deutschland/ Spanien) und Praktika bei Roland Berger und Audi wurde Tanja Riemann vom US-amerikanischen Konsumgüterkonzern Procter & Gamble eingestellt. Hier war sie unter anderem Brandmanagerin der Marken Tempo und Pampers. Außerdem leitete sie später auch für drei Jahre in Moskau den Europa-markt für „Beauty“ mit den Marken wie etwa Head & Shoulders, Pantene Pro V und Gillette – dabei trug sie Verantwortung für ein Team von 50 Mitarbeitern mit einem jährlichen Umsatz von 500 Millionen Euro. Doch trotz großer Karriere-chancen bei Procter & Gamble stieg sie nach zwölf Jahren aus dem Konzern aus. „Es war schon immer mein Wunsch, selbstständig zu werden“, verrät Tanja Riemann, die im Jahr 2016 die Marken- und Werbe-agentur hej!ROCKIT grün-dete. „Damit habe ich mir meinen Traum erfüllt.“

Tanja Riemann hat Marketing und Markenentwicklung von der Pike auf gelernt und unterstützt nun mit hej!ROCKIT Unternehmen dabei, eine starke Marke zu werden. Beim Aufbau ihrer eigenen Agentur vertraute sie von Beginn an Dirk Kreuter.

**VIELSEITIGE VERMARKTUNGS-KAMPAGNEN**  
Heute ist Riemann als Agenturinhaberin mit hej!ROCKIT vor allem im Mit-telstand unterwegs und unterstützt Unternehmen dabei, eine starke Marke zu werden, um so einen Wett-bewerbs-

vorteil zu haben und langfristig ihren Marken-wert steigern zu können. „Wir können Industrie und Handel, das ist etwas, was nur sehr wenige Werbe-agenturen können“, hält Riemann fest. Vor allem sei man nicht nur auf Online-Marketing spezialisiert, sondern durch fun-

diertes Wissen effektiv in der Lage, in einem Omnichan-nel-Ansatz E-Commerce- und In-Store-Lösungen zu kombinieren und damit umfangreiche und vielseitige Vermarktungskampagnen zu entwickeln. Mit inzwi-schen vierzehn Mitarbeitern und sehr viel Know-how im Konsumgüterbereich sorgt die Marken- und Werbe-agentur somit dafür, dass Produkte auch wirklich vom Regal wegverkauft werden. Die drei Hauptgeschäftsfel-der dabei sind: strategische Markenentwicklung und Markenpositionierungs-arbeit, klassisches Branding sowie Branding Consulting und Coaching.

**KREUTER LÖSTE „MINDSHIFT“ AUS**  
„Das dritte Geschäftsfeld ist erst durch Dirk Kreuter ent-standen“, erzählt Riemann. Sie habe, gerade auch in der Anfangsphase ihrer Agentur, immer wieder Seminare bei ihm besucht – unter ande-rem „Vertriebsoffensive“ und „Systemvertrieb“ sowie deren Folgeseminare. Diese hätten bereits den Auf-bau ihres Unternehmens gestärkt und zu einer Um-strukturierung sowie eben zum neuen Geschäftsfeld geführt. Vor allem aber habe Dirk Kreuter bei ihr einen „Mindshift“ ausgelöst: Dass man versteht, wie gut man

eigentlich ist. Erst dadurch sei sie wirklich stolz auf ihre bisherigen Leistungen und Erfahrungen geworden, unter anderem eben die zwölf Jahre bei Procter & Gamble. Das sei häufig ein typisches Frauenproblem, räumt die hej!ROCKIT-Geschäftsführerin ein, sich unnötig hinter den eigenen Kompetenzen zu verstecken. „Das hat mir wesentlich mehr Selbstbewusstsein in meinem Auftreten und in Diskussionen gegeben.“ Nachdem Riemann 2021



„MEIN  
ABSOLUTER  
HEBEL“

im Corona-Lockdown am Onlineseminar „Entscheidung Erfolg“ teilgenom-men hatte, ging sie in die Jetstream Membership mit Dirk Kreuter. „Er hat eine Sprache, die man versteht. Bei ihm weiß man danach genau, was man zu tun hat.“ Entsprechend rät sie jedem dazu, sich ebenfalls einen Mentor zu suchen, der einen immer wieder ein Stück weiterbringt. Darüber hinaus ist ihr das Umfeld sehr wichtig: „Mein absoluter Hebel“, beschreibt Riemann. Als Frau mit zwei Kindern gerate man sehr schnell in ein Umfeld, in dem es nicht oder nur sehr wenig um Unternehmertum und Wirtschaft geht. Mit der Jetstream Membership habe

sie nun das Richtige für sich und ihre Ziele gefunden. Ihre Kinder sind acht und elf Jahre alt, ihr Ehemann Voll-zeit unterwegs. „Das alles so zu stemmen, ist schon herausfordernd, insbeson-dere wenn der Partner auch arbeitet“, hält Riemann fest.

**LEIDENSCHAFTLICH POSITIV**

Ihre Agentur befindet sich nach wie vor im Wachstum, obwohl sich viele Unterneh-men gerade in den Hochpha-sen der Coronapandemie mit Investitionen im Werbebe-reich zurückgehalten haben. Doch machte sich das ledig-lich bei Neukunden bemerk-bar, hier verzeichnete Rie-mann einen Rückgang. Aber durch ihre leidenschaftlich positive Einstellung ge-lang es der Agenturchefin, wesentlich mehr Umsatz mit ihren Bestandskunden zu generieren, „die alle richtig erfolgreich am Markt sind“. Bereits 2021 erreichte Riemann eine Umsatzsteige-rung von circa 25 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. „In diesem Jahr sind wir ebenso auf einem guten Weg, den Umsatz zweistellig zu ver-bessern.“ Außerdem konnte der Kindersitzhersteller Britax Römer im vergange-nen Jahr mit hej!ROCKIT den Ulmer Marketingpreis holen. 2022 wurde nun bereits der Süddeutsche Marketingpreis gewonnen, beim Deutschen Marketingpreis gehört Britax Römer mit hej!ROCKIT zu den fünf Finalisten. „Am 3. November gibt es die Entscheidung“, freut sich Riemann.

„IN DIESEM JAHR SIND WIR EBENSO AUF EINEM GUTEN WEG, DEN UMSATZ ZWEI-STELLIG ZU VERBESSERN.“

Entwickelt vielseitige Vermarktungskampagnen:  
Tanja Riemann



Mit sechs Jahren kam er nach Deutschland und durchlief den klassischen Schulweg bis zum Studium des Maschinenbaus. Er stieg dann als Consultant in einem

Beratungsunternehmen ein und betreute dort industrielle Großkonzerne als Kunden. Sein Weg führte ihn vom Juniorberater bis in die Geschäftsführung. Doch Suwi Murugathas wollte „mehr“. Im Interview verrät der Geschäftsführer der newboxes GmbH, was er damit meint und was Dirk Kreuter damit zu tun hat.



Suwi Murugathas weiß, wo er hinwill. Mit klarem Setting verfolgt er seine Ziele nach ganz oben.

”

# DANK DIRK DENKE ICH JETZT RADIKAL GROSS - MIT ERFOLG

“

*Herr Murugathas, was genau meinen Sie mit „Sie wollten mehr“?*

„Nun, ich bin gut in meinem Job, sehr gut, und könnte mich einfach im Tagesgeschäft zurücklehnen, aber mir gefiel das feste Raster der Beratungsprozesse nicht. Es fehlte die Flexibilität in der Beratung, eben das Quäntchen Individualität, Zielgenauigkeit, Digital, Pfliffig – nun ja eben das ‚mehr‘ als ‚nur‘ out-of-the-box.“

*Kommt daher auch der Name Ihres Unternehmens newboxes?*

„Ja, ich will immer etwas Neues schaffen, außerhalb der Schemata, aber trotzdem auf Basis meiner Kernkompetenz: Digitalisierung von Unternehmensprozessen in der Industriebranche. Das ist der Ausgang, aber wie der Weg aussieht und was ich Kunden rate, ist dann ganz individuell und folgt oft der Innovation. Ich bin ein Pirat, kein Soldat. Unbekannte Ufer und neue Herausforderungen sind mir ein Ansporn und mein Ziel ist dabei immer ein erfolgreiches Ergebnis. Dafür baue ich neue ‚Boxen‘.“

*Ist das Ihre Nische?*

„Ja, absolut. Zwischen den großen Anbietern, die in starren Prozessstrukturen gefangen sind, und den vielen kleinen, die rein solide agieren, füllt newboxes diese Lücke aus.“

*Und das ist erfolgreich?*

„Auf der Vertriebsstufe fokussieren wir aktuell Telesales mit großem Erfolg. Masse, Quote und Response sind ausschlaggebend. Es

JETSTREAM  
MEMBER

Suwi  
Murugathas



zählt die große Stärke des Switch-Effekts im Vertrieb, das heißt konkret: Es geht nicht darum, was ich anbiete, sondern WIE ich es anbiete. Wie positioniere ich mich für meinen Kunden, wie passe ich mich seinen Bedürfnissen an, um zu verkaufen – sei es bei KI, Blockchain, VR, Metaverse oder insgesamt dem Bereich Industrie 4.0. Und das läuft hervorragend: Wir haben 2022 bereits einen Umsatz von 5 Millionen Euro vorzuweisen und das Jahr ist noch nicht zu Ende. Das ist eine Verdoppelung im Vergleich zum Vorjahr. Für die kommenden Jahre visiere ich das weiter an, mit dem Ziel, in acht Jahren eine Milliarde Euro zu machen.“

*Das klingt sehr ambitioniert. Woher kommt dieser gesunde Optimismus?*

„Nun, das habe ich Dirk Kreuter zu verdanken.“

*Können Sie das näher erklären?*

„Ich bin auf vielen Veranstaltungen, Kongressen, um immer up to date zu bleiben und neueste Entwicklungen zu kennen. So habe ich auf einer Veranstaltung von Burkhard Küpper Dirk kennengelernt. Das war erst im September 2021. Dirks Expertise und die Art, wie er die Botschaft überbringt, haben mich sofort über-

zeugt. Ich entschied mich zur Jetstream Membership und habe alle Programme von Dirk durchlaufen. Im April 2022 war ich auch in Dubai mit an Bord. Die ideale Plattform, um Präsenz aufzubauen und mich als Experte zu den Themen Digitalisierung, KI, Blockchain und Data Analytics zur Prozessoptimierung in Unternehmen zu positionieren.“

*Und was war es genau, was Sie durch Herrn Kreuter für Ihr Business gewonnen haben?*

„Ganz klar der Mut, radikal groß zu denken. Dirk hat mir Impulse für mein ganz persönliches Setting gegeben. Das hat dazu geführt, dass ich super straight weiß, wo ich hinwill. Ich habe hier drei Punkte. Der Erste wurde bereits erwähnt: Ich bin Pirat, kein Soldat. Ich will Wege bereiten, statt sie nur zu beschreiten. Daraus folgt der Zweite: Ich setze Impulse in meiner Branche. Und der Dritte, der mir den Biss verleiht: Ich will das Spiel in meiner Branche gewinnen. Seitdem ich dieses Mindset lebe, bestreite ich meinen Weg noch viel disziplinierter, routinierter und klarer.

Ich kann sagen, für mich war die Begegnung mit Dirk ein Wendepunkt und die Jetstream Membership die beste Entscheidung, die ich je getroffen habe – also rein beruflich natürlich. Aus diesen Gründen habe ich meine Membership jetzt auch schon direkt um zwei Jahre verlängert.“

*Was empfehlen Sie Unternehmern und Unternehmerinnen?*

„In Bezug auf meine Expertise als Consultant: Verschließe nicht die Augen vor den Chancen, die digitale Prozessoptimierung in Deinem Unternehmen leisten kann – aus Angst, die Kontrolle zu verlieren. Mit dem passenden Experten werden sich vielmehr ungeahnte Potenziale offenbaren – glaub mir. Und in Bezug auf das Thema Sales: Lerne Dirk Kreuter kennen, egal ob Du mehr Umsatz, mehr Sichtbarkeit, mehr Planbarkeit wünschst, es irgendwie nicht so recht läuft oder du das operative Geschäft stabiler machen willst – er wird Dir hier die Augen öffnen.“

# TELESALES AUF DEM WEG ZUR SPITZE

JETSTREAM MEMBER

Milan Grujic

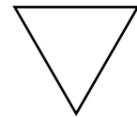
Im April 2021 hat der Unternehmer Milan Grujic die Telesales-Agentur Wired Heads gegründet. Inzwischen ist der 36-jährige verheiratete Familienvater auf dem Weg, im Bereich Telesales die Nummer 1 der Vertriebsorganisationen für Berater und Dienstleister im deutschsprachigen Raum zu werden.

**Z**unächst drehte sich bei Milan Grujic jedoch alles um das runde Leder. Nach seinem Abitur spielte er als Profifußballer bis 2010 beim FC Ingolstadt, seiner Geburtsstadt. Parallel dazu studierte er an der Universität Regensburg Medien- und Politikwissenschaften und schloss 2008 sein Studium mit dem Bachelorabschluss und einem Einser-Notenschnitt ab. Da Milan Grujic schon früh ein Faible für den Vertrieb verspürte, schloss er nach seinem Studium zusätzlich noch

eine Ausbildung zum Versicherungskaufmann ab.

## VERTRIEB ALS MISSION

Beim Thema Vertrieb sollte er – um im Bild zu bleiben – auch anschließend weiterhin am Ball bleiben. So gründete Grujic zunächst eine Eventfirma, die auf Musikveranstaltungen, Produkteinführungen und Konzerte spezialisiert war. 2014 zog er dann schließlich nach Berlin, wo er eine Markenagentur gründete, die den Fokus auf Produktinszenierungen und Markteinführungen von Luxus- und Pre-



miummarken wie Hublot, BMW, Rolls Royce oder Degussa Edelmetallhandel in Metropolen hatte, wie beispielsweise bei der Markteinführung des BMW X7. Bis Anfang 2021 war Grujic zudem externer Berater von Wladimir Klitschko in der Einführung einer Coaching-Methode für mehr Willenskraft für Jungfußballer an der DFB Fußball-Akademie. Die Einführung begleitete Grujic bis zur Erprobung in der DFB Akademie und beim Bundestrainer Hansi Flick.

## WIRED HEADS TELESALES

Im März 2021 hat Milan Grujic seine Anteile an der Markenagentur verkauft, um noch einmal neu zu starten. Im April 2022 hat er in Würzburg die 94/100 Distribution GmbH gegründet, die Firmierung für die externe Vertriebsorganisation und sein Telesales-Team von Wired Heads. „Los ging es bei null mit keinem ein-

zigen Mitarbeiter aus dem Homeoffice in Ingolstadt heraus und mit dem Fokus auf Consulting“, beschreibt Milan den harten Start während der Corona-Pandemie. Doch inzwischen zählen zu den mit Headsets ausgerüsteten und daher sinnbildlich „verkabelten Köpfen“ 34 Mitarbeiter, Wired Heads macht bereits einen Monatsumsatz von mehr als 350.000 Euro am Standort Berlin. Das Unternehmen betreibt für Kunden aus der klassischen Beratung sowie für hochpreisige Dienstleister klassische Telefonakquise. Entweder komplett kalt mit dem Kauf von Adressen oder der Definition von Wunschkunden oder auch warm im Bestand des Kunden mit alten und neuen Leads. Für einige Top-Kunden bildet Wired Heads als externe Vertriebsorganisation den kompletten Salesprozess ab bis hin zu den Closing-Gesprächen und generierte so in der noch jungen Unternehmensgeschichte mehr als 5,2 Millionen Euro Mehrumsatz für seine Kunden.

„WIR WOLLEN EINE LÖSUNG SEIN UND DEM MITTELSTAND DABEI HELFEN, GELD ZU GENERIEREN UND ZEIT ZU SPAREN.“

## KLARE ZIELE IM BLICK

Zu den Klienten von Wired Heads zählen unter anderem die Steuerkanzlei ETL Auditax mit dem Geschäftsführer Helmut Beck, die monatlich sechsstellige Mehrumsätze generiert, seitdem Wired Heads ihre Webinare nachtelefoniert. Auch der Kosmetikhersteller Deynique setzt bundesweit auf die Dienste von Wired Heads, um die Terminkalender seiner Außendienstler oder die Messekalender regelmäßig zu füllen. Das ganze schafft Wired Heads mit über 68.000 Anrufversuchen pro Monat, mit denen Marktdruck erzeugt wird. Wired Heads ist komplett eigenfinanziert und peilt für 2023 einen Jahresumsatz von über 10 Millionen Euro mit 100 festangestellten Mitarbeitern an. Darüber hinaus arbeitet Milan Grujic

mit Nachdruck daran, als strategischer Berater für Unternehmen und Projekte, „The Face of Sales“ im deutschsprachigen Raum zu werden. So wie Raoul Plickat es für den Bereich Online-Marketing ist, strebt Milan Grujic an, mit Wired Heads die Nummer 1 der Vertriebsorganisationen in Deutschland zu werden. Denn das einzige was für Grujic zählt, ist der Mehrumsatz, den er durch seine Organisation gewährleistet. Von einem klassischen Callcenter unterscheidet Wired Heads dabei einiges: „Wir machen nicht blind das, was der Kunde sagt, sondern geben selbst die Strategie klar vor, stets mit unserem Verständnis, wie wir Vertrieb sehen. Wir setzen dabei voll auf die Methoden von Dirk Kreuter. Das unterscheidet uns von Wettbewerbern

und so machen wir unseren Erfolg messbar.“ Der ganzheitliche Ansatz und die transparente Messbarkeit ist ein wichtiger Teil der Erfolgsstory von Wired Heads. „Wir wollen eine Lösung sein und dem Mittelstand dabei helfen, Geld zu verdienen und Zeit zu sparen. Vertrieb wird nur in den seltensten Fällen richtig praktiziert.“

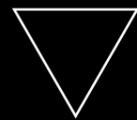


## MIT RECRUITING UND FOKUS ZUM ERFOLG

Milan Grujic ist Jetstream Member und konnte auch bereits erheblich vom Netzwerk profitieren. Einer der wichtigsten Tipps, die er bekommen hat, war, eine Recruiterin zu engagieren, die zusätzliche Mitarbeiter einstellt. „Je mehr Mitarbeiter wir haben, umso mehr Umsatz machen wir, umso schneller wachsen wir“, sagt Grujic. Einen weiteren wichtigen, wenn nicht gar den wichtigsten Tipp, gab ihm Dirk Kreuter bei einem Abendessen persönlich. Er lautet „Bleib im Fokus!“. Dieser Rat hat Grujic davor bewahrt, zu viele Sachen gleichzeitig anzugehen und so die Perspektive zu verlieren. Milan Grujic selbst empfiehlt Unternehmern, die auf die Überholspur abbiegen, sich ein Netzwerk aufzubauen, von dem sie profitieren können, mit Menschen, die bereits erfolgreicher sind als man selbst. Wenn man zugleich noch die richtige Partnerin oder den richtigen Partner an seiner Seite habe, um einem den Rücken freizuhalten und sich voll auf seine Unternehmungen konzentrieren zu können, gilt laut Milan Grujic, der stolzer Vater eines zweijährigen Sohnes ist, Folgendes: „Dann bist du als Unternehmer unschlagbar.“

# BRIGHT FUTURE BUSINESS

SO MACHEN SIE IHR UNTERNEHMEN  
JETZT ZUKUNFTSSICHER



Von Prof. Dr. Pero Mičić

Millionen von Experten und Büchern zeigen, was man tun muss, um erfolgreich zu werden.

Doch was genau ist Erfolg? Wie sieht ein erfolgreiches Unternehmen aus? Und vor allem: Woran erkennt man, dass ein Unternehmen zukunftssicher ist? Darüber schweigen die Berater und Autoren erstaunlicherweise. In meinem jüngsten Buch beschreibe ich acht Eigenschaften eines zukunftssicheren Unternehmens.

Solche Unternehmen bezeichne ich als ein „Bright Future Business“.

**W**ir leben in einer Zeit, in der nichts mehr voraussagbar und kein Unternehmen oder Job mehr sicher ist. Viele Unternehmen, gerade im Mittelstand, blicken voller Sorge in die Zukunft. Unternehmer müssen ihr Unternehmen möglichst schnell zu einem „Bright Future Business“ machen. Damit sie erstens schützen, was sie erreicht haben, und zweitens sicherstellen, dass ihr Unternehmen eine glänzende Zukunft vor sich hat. So ziehen sie die besten Mitarbeiter an, die gerne und engagiert an ihrer glänzenden Zukunft mitarbeiten. Gute Kunden werden sehr gerne und zu guten Preisen von ihnen kaufen. Und Investoren werden sich darum streiten, in die Zukunft ihres Unternehmens investieren zu dürfen. Und im Team ist jeder unendlich stolz auf das Unternehmen.

Mit meinem Team habe ich über 30 Jahre lang Unternehmer und Führungskräfte dazu inspiriert und unterstützt, ihre Unternehmen zukunftssicherer zu machen. Um die Eigenschaften zukunftssicherer Unternehmen zu ermitteln, haben wir zunächst die Ergebnisse von über 1.200 Projekten aus unserer Arbeit in den letzten Jahren ausgewertet. Zweitens haben wir analysiert, welche Unternehmen an den Börsen über eine längere Zeit besonders hoch bewertet werden, gemessen am Kurs-Gewinn-Wachstums-Verhältnis. Und die dritte Quelle waren unsere Klienten, die uns gesagt haben, welchen Unternehmen sie eine glänzende Zukunft zutrauen.

Prof. Dr. Pero Mičić ist  
Zukunftsforscher und Vor-  
standsvorsitzender der  
FutureManagementGroup AG.





Mićić ist  
Keynote-Speaker  
auf Fachtagungen  
und Festver-  
anstaltungen.

Hier ist mein Masterplan für Sie. Ich teile ihn mit Ihnen noch bevor mein Buch zu diesem Thema im Oktober erscheint. Das sind die acht Eigenschaften eines zukunftssicheren Unternehmens, eines „Bright Future Business“:

**1. SIE VERBESSERN NACHHALTIG DIE LEBENSQUALITÄT VIELER MENSCHEN.**

So wie Yunus Social Business den Ärmsten der Welt mit Mikrokrediten hilft, ein eigenes Geschäft aufzubauen. Beyond Meat löst mit pflanzlichem Fleisch gleich mehrere Menschheitsprobleme: Klimawandel, Ernährung, Gesundheit und Tierschutz. Nur ein Unternehmen, das mit seinem Wirken eine bessere Zukunft, eine Bright Future schafft, kann selbst ein Bright Future Business werden. In den jüngsten Krisen haben wir erlebt, wie wichtig es ist, dass Unternehmen der Gesellschaft erkennbar nützlich sind. Dann werden sie von Kunden, Mitarbeitern und der Öffentlichkeit unterstützt. Zudem stiftet es für die Mitarbeiter einen höheren Sinn, wenn man zur Gestaltung einer besseren Zukunft beiträgt.

**2. SIE ARBEITEN AN GROSSEN, REALISIERBAREN ZUKUNFTSCHANCEN.**

Unser Klient Marcapo baut eine vollautomatische künstlich intelligente Plattform für lokales Marketing. Synchron und Neuralink arbeiten daran, neuronale Erkrankungen mit Gehirn-Chips zu heilen. Tesla will erst noch zwanzigfach mehr Autos verkaufen, dann eine Robotaxi-Flotte mit enormen Renditen betreiben, dann die Energieinfrastruktur der Erde revolutionieren und schließlich mit humanoiden Robotern körperliche Arbeit überflüssig machen. Ihr Unternehmen braucht große Chancen am Horizont, erstens, um auch in Zukunft noch erfolgreich zu sein, und zweitens, um Mitarbeitern spannende, faszinierende Perspektiven zu bieten. Wer sind die beliebtesten Arbeitgeber, die ohne Mühe vielfach mehr Bewerbungen bekommen, als sie Mitarbeiter einstellen können? Wer sind die Unternehmen, bei denen sich die Investoren darum streiten, investieren zu dürfen? Es sind die Unternehmen, die angetreten sind, gemeinsam etwas Großartiges zu schaffen.

**3. VIELE KUNDEN KAUFEN GERNE, VIEL UND ZU RENTABLEN PREISEN.**

Je höher heute schon und auch in der Zukunft Ihre Anziehungskraft auf Kunden ist, desto zukunftssicherer ist Ihr Unternehmen. Beim letzten Superbowl in den USA haben mehrere Autohersteller wie General Motors und BMW enorme Werbespots geschaltet. Wer hat am nächsten Tag die meisten Elektroautos verkauft? Tesla. Obwohl sie noch nie auch nur einen einzigen Dollar für Werbung ausgegeben haben. Wer verdient rund 75 % aller Gewinne mit Smartphones? Ein einziges Unternehmen. Apple. Unser Klient Town & Country hat ein ausgeklügeltes System an Garantien für Häuslebauer aufgebaut und hat damit eine enorme Anziehungskraft auf finanziell schwache Kunden, die trotzdem mit gutem Gewissen ein Eigenheim bauen können.

**4. EXZELLENTEN MITARBEITER KOMMEN, BLEIBEN UND ENGAGIEREN SICH GERNE.**

Wenn bestehende und neue Mitarbeiter Ihrem Unternehmen eine glänzende Zukunft zutrauen, dann bewerben sie sich mehr, bleiben länger und arbeiten wirksamer. SpaceX und Tesla sind in den USA die beliebtesten Arbeitgeber für Ingenieure. Sie können sich die absolut besten aussuchen. Warum? Weil sie an weltverändernden Missionen arbeiten können. Unser Klient Johannes Winklhofer mit iwis hat 3.000 Mitarbeiter und bietet seinen Mitarbeitern ein Zukunftsbild für die nächsten hundert Jahre. Ganz gleich, in welchem Geschäft man tätig ist, jeder Unternehmer kann eine faszinierende, glaubwürdige und deshalb anziehende Zukunft seines Unternehmens zeichnen und zum Magnet für die besten Mitarbeiter werden.

**5. IHRE PRODUKTIVITÄT IST AN DER SPITZE DER BRANCHE.**

Produktivität ist ein entscheidender Faktor für die Kosten. Aber gerade der Mittelstand fällt in der Produktivität immer weiter hinter die großen Unternehmen zurück. Von den Disruptoren kann auch ein kleines Unternehmen lernen. Tesla braucht zehn Stunden für die Produktion eines Autos, VW braucht mehr als dreißig Stunden, obwohl VW über 80 Jahre Erfahrung hat. Produktivität kann mit neuen Technologien und neuen Methoden deutlich gesteigert werden. Agilität ist einer der Wege. Aber wirklich agiles Arbeiten braucht ein gemeinsames Zukunftsbild. Sonst führt es zu Chaos und sogar weniger als mehr Produktivität. Es braucht eine Kultur der Produktivität und eine Organisation für Produktivität. Dann erst können Zukunftstechnologien einen riesigen Schub an Produktivität schaffen. Unser Klient Washtec wird Service-Rotover gegen Personalmangel einsetzen. Unser Klient Drees & Sommer wird sein Projektmanagement-Geschäft mit künstlicher Intelligenz drastisch produktiver und auch effizienter machen.

**6. IHRE WETTBEWERBER HABEN ES SCHWER, SIE ZU KOPIEREN.**

Unser Klient FPZ aus Köln, ein Gesundheitsunternehmen, ist in seiner Nische praktisch nicht mehr kopierbar. Tomra, auch ein Klient von uns, hat einen solchen Vorsprung in Sortierlösungen für die Kreislaufwirtschaft aufgebaut, dass ihr Geschäftsmodell für Wettbewerber kaum knackbar ist. Bauen Sie Ihr Geschäftsmodell so auf, dass es aus intelligent arrangierten und sich gegenseitig unterstützenden Elementen besteht, die einfach schwer nachzumachen sind.

**7. SIE SIND GEGEN TECHNISCH-STRATEGISCHE DISRUPTIONEN ABGESICHERT.**

Disruptionen passieren, wenn jemand den Kunden die gleiche Wirkung liefert, nur eben schneller, einfacher, angenehmer oder billiger. Das kann man frühzeitig erkennen und verhindern. Rügenwalder hat sich vom rohen Fleisch-Image zum größten Anbieter für vegetarische Fleischalternativen entwickelt. Unser Klient Europa-Park hat sich durch Virtual Reality multiplizierbar gemacht und ist damit der größten Bedrohung aktiv entgegengetreten. Jeder Unternehmer wünscht sich Sicherheit. Und so kann man sie erreichen.

**8. IHR UNTERNEHMEN IST EINE FREUDE FÜR DIE ANTEILSEIGNER.**

Das ist natürlich ein hoher Ertrag und eine niedrige Verschuldung, aber auch ein gutes Gefühl von Zukunftssicherheit. Und schlicht auch Stolz auf das Unternehmen. Zu dieser Eigenschaft gehört auch ein vernünftiger Einsatz der Lebenszeit und der Gesundheit des Unternehmers. Wenn Sie Ihr Unternehmen einem Nachfolger übergeben oder verkaufen, sollte es ihm oder ihr wirklich Freude machen. Und nicht nur viel Arbeit.

Zur Person:  
Prof. Dr. Pero Mičić gründete 1991 das erste Unternehmen für Zukunftsmanagement in Europa, die FutureManagementGroup AG, deren Vorstandsvorsitzender er ist. Er spricht täglich mit den Spitzen der Wirtschaft. Als Investor, unter anderem im Feld der künstlichen Intelligenz, ist Pero Mičić hautnah am Puls der Trends, Zukunftstechnologien und Geschäftsmodelle. Mit seinem Team inspiriert und unterstützt er Unternehmer und Führungsteams dabei, ihre Unternehmen zukunftssicher zu machen.  
Dr. Mičić ist Professor für Foresight und Strategie und Präsident des Leader's Foresight Institute in Luzern.



Der Zukunfts-  
forscher berät  
Führungsteams  
und Strategen  
großer Konzerne und  
führender Mittel-  
ständler.

Nutzen Sie die acht Eigenschaften zukunftssicherer Unternehmen, um Ihr eigenes Zukunftsbild Ihres Unternehmens zu entwickeln und Ihr Team mit Erfolg, Sicherheit und Freude in eine glänzende Zukunft zu führen.

Pero Mičić

PM@FutureManagementGroup.com

Das neue Buch  
von Pero Mičić erscheint  
im Oktober 2022.  
Jetzt bei Amazon  
vorbestellen:





WORAUF WACHSTUMS-  
UNTERNEHMEN  
ACHTEN SOLLTEN

# RECHTS- SICHER SKALIEREN

Von Dr. Dominik Herzog

Dieses Zitat von Albert Einstein trifft vermutlich auf alle Unternehmer zu, die mit ihrem Unternehmen eine Delle ins Universum schlagen und ein großes Rad drehen möchten – kurz gesagt: ein skalierendes Business aufbauen möchten. Mit einer wachsenden Zahl an Kunden, Mitarbeitern und natürlich Umsatz steigen in der Regel auch die Probleme, oder nennen wir sie besser: Herausforderungen, ob nun mit Kunden, mit Mitarbeitern oder mit Wettbewerbern. Dann heißt es: einen kühlen Kopf bewahren und mithilfe der richtigen Partner das Unternehmen auf Kurs halten.

„ALLES GROSSE  
IN DER WELT  
GESCHIEHT NUR, WEIL  
EINER MEHR TUT,  
ALS ER MUSS.“



frieden sind. Kunden, die Zahlungen für geleistete Dienste verweigern. Kunden, die vorzeitig einen langfristigen Vertrag beenden wollen. Kunden, die bereits gezahlte Leistungen aus den unterschiedlichsten Gründen zurückverlangen. Kunden, die nach Vertragsabschluss völlig überraschend Kaufreue zeigen und von dem geschlossenen Vertrag Abstand nehmen wollen.

## WASSERDICHTE VERTRÄGE

Um sich in diesen Fällen bestmöglich verteidigen zu können, sollten professionelle und wasserdichte Verträge für Unternehmen in der Wachstumszone Standard sein. Hierzu gehören nicht nur vorteilhafte Vertragsregelungen, die zum Beispiel in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) geregelt sein können, sondern auch ein valider und verlässlicher Vertragsprozess, um mit der schnell wachsenden Anzahl an Neukunden Schritt halten zu können. Wer den Vertragsprozess noch zwingend an Stift und Papier knüpft, verliert wichtige Zeit und mit Sicherheit auch eine empfindliche Zahl von Kunden. In der heutigen, digitalen Zeit sollte stattdessen mit einem gleichermaßen digitalen Vertragsprozess gearbeitet werden. Auch Vertragsschlüsse per Zoom oder Telefon sind heute kein Einzelfall mehr, sondern mit der richtigen rechtlichen Absicherung ein guter und effizienter Weg, um schnell eine Vielzahl von Kunden wasserdicht abschließen zu können.

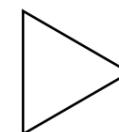


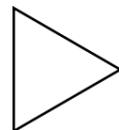
**I**n diesem Beitrag möchte ich auf die nach meiner Erfahrung größten rechtlichen Herausforderungen bei Wachstumsunternehmen eingehen, die sich im Businessalltag stellen. Mit der richtigen Vorbereitung und der richtigen personellen Aufstellung – intern wie extern – sind sie jedoch gut in den Griff zu bekommen und der Unternehmer kann sich voll und ganz auf seinen Wachstumskurs konzentrieren.

## KUNDEN AM FLIESSBAND – PROBLEME AM FLIESSBAND?

Das Herzblut eines jeden Wachstumsunternehmens ist der Vertrieb. Mit dem richtigen Produkt zur richtigen Zeit und den richtigen Maßnahmen wird es unumgänglich sein, Kunden am Fließband „zu produzieren“. Dabei wird es wohl für keinen Unternehmer eine wirkliche Überraschung sein, wenn ich sage, dass ein gewisser – wenn auch geringer – Prozentsatz an Kunden nie zufriedenzustellen sein wird. Glücklicherweise gewinnt der Unternehmer im Laufe seines Unternehmerdaseins immer mehr an Erfahrung und kann potenziell schwierige bzw. schwer zufriedenzustellende Kunden schon frühzeitig erkennen und gegebenenfalls schon im Voraus auf eine Zusammenarbeit verzichten. Dies gelingt jedoch nicht immer. Mit einer stark wachsenden Anzahl an Kunden steigen schon rein statistisch betrachtet auch die Anzahl der Problemkunden. Kunden, die schlicht unzu-

Aber Vorsicht! Gerade bei Video-Verträgen oder Vertragsabschlüssen am Telefon gilt: Die Anforderungen an einen wirksamen Vertrag müssen eingehalten und rechtssicher dokumentiert werden. Ein 90-minütiger Pitch, der spontan aufgezeichnet wird, erfüllt in aller Regel nicht die Anforderungen, die das Gesetz an ein wirksames Vertragsangebot stellt. Besser ist es, seine Hausaufgaben im Vorfeld zu erledigen und den Vertragsschluss anhand eines rechtssicheren Skriptes durchzuführen. Denn gerade beim Vertragsschluss sollte die oberste Prämisse sein: Kein Freestyle!





Die Grundlage für ein skalierendes Business sind belastbare und wasserdichte Verträge. Ohne solche Verträge hat man gegenüber Problemkunden wenig bis keine Handhabe und verschenkt definitiv Geld.

#### DIE RICHTIGEN MITARBEITER

Je stärker das Geschäft wächst, desto mehr muss ein Unternehmer Aufgaben an Mitarbeiter delegieren. Noch mehr als bei der Auswahl der richtigen Kunden heißt es hier: Handle bedacht bei der Auswahl der richtigen Mitarbeiter. Fehlgriffe wiegen hier noch schwerer – und sind vor allen Dingen unnötig teuer. Sind die richtigen Mitarbeiter gefunden, so sollte ein Arbeitsvertrag geschlossen werden, der allen Regeln der (rechtlichen) Kunst und damit der aktuellen Gesetzgebung und Rechtsprechung entspricht. Kleiner Hinweis an dieser Stelle: Kostenlos im Internet verfügbare Muster erfüllen diese Ansprüche meist nicht! Finger also weg!

#### WELCHE FALLEN LOCKEN IM ARBEITSRECHT?

Das Arbeitsrecht ist Arbeitnehmerschutzrecht. Als Arbeitgeber muss man daher ein besonderes Augenmerk darauf legen, wozu genau man seine Mitarbeiter vertraglich verpflichtet. Zusätzlich gelten im Arbeitsrecht eine ganze Reihe von Formalia (Achtung: Seit August 2022 hat sich die Zahl der Formalia für Arbeitnehmer noch weiter erhöht!) Ein häufiger Fehler: Der Arbeitsvertrag wird nur mündlich geschlossen – der schriftliche Vertrag wird entweder nie nachgeholt oder aber erst nach Arbeitsantritt abgeschlossen.

Hier gibt es häufig Streit darüber, was eigentlich genau vereinbart wurde. In der Regel gehen solche Streitigkeiten zu Lasten des Arbeitgebers. Achtung: Mündliche Verträge können nie befristet sein, sondern gelten immer unbefristet! Dabei ist es fast immer ratsam, neben der Probezeit im Arbeitsvertrag auch eine Befristung zu vereinbaren. Auf diesem Wege kann sich der Arbeitgeber leichter von einem Mitarbeiter trennen, der die Erwartungen nicht erfüllt. Auch bei Kündigungsfristen sollte man als Arbeitgeber aufpassen, um nicht unnötig Geld zu verlieren: Fristen, die über die gesetzlich vorgegebenen Fristen hinausgehen, sind vor allem dann teuer, wenn der Arbeitgeber sich von einem Mitarbeiter trennt – denn hier soll es meistens schnell gehen.

#### DER UNLAUTERE WETTBEWERB

Je größer und erfolgreicher ein Unternehmen wird, desto mehr wird auch der Wettbewerb auf das Unternehmen aufmerksam. Nicht selten beginnen konkurrierende Unternehmer dann, sich mit Abmahnungen, einstweiligen Verfügungen und Unterlassungsklagen wechselseitig zu beschäftigen. Solche Streitigkeiten sind kostspielig

und halten nicht selten die Beteiligten von wichtigeren Aufgaben ab. Hier sollte man einen langen Atem und einen gut gefüllten Geldbeutel parat halten. In manchen Fällen kann es allerdings auch sinnvoll sein, ab einem gewissen Punkt einen Waffenstillstand zu vereinbaren.

## „WER ERST ZUM ANWALT GEHT, WENN DIE KLAGE BEREITS



AUF DEM TISCH  
LIEGT, IST MEIST  
ZU SPÄT DRAN.“

#### DAS UNTERNEHMEN IN DEN MEDIEN

Bei anhaltendem Erfolg werden nicht nur konkurrierende Unternehmen, sondern oft auch die Presse aufmerksam. In manchen Fällen bedeutet dies auch einmal eine kritische Recherche von Journalisten. Hier sollte man besonders vorsichtig sein: Negative Berichterstattung kann das Vertrauen vieler potenzieller Kunden nachhaltig schädigen. Was also tun, wenn ein umfangreicher Fragenkatalog eines Fachmagazins ins Haus flattert? In diesem Fall sollte man schnell reagieren. Keine Fynn-Kliemann'schen Alleingänge, sondern stattdessen eine rechtlich abgesicherte Stellungnahme sollte selbstverständlich sein. Nicht selten kann durch ein solches Vorgehen die Berichterstattung in negativer Hinsicht komplett verhindert oder zumindest deutlich neutralisiert werden.

#### DIE RICHTIGEN BERATER

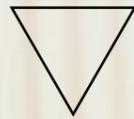
Das seltenste und damit wertvollste Gut eines Unternehmers ist seine Zeit. Jedem Unternehmer, der sein Business auf Wachstum trimmt, sei daher empfohlen, sich mit den richtigen Beratern zu umgeben. Damit spart er in aller Regel nicht nur Zeit, sondern häufig auch noch Geld. Neben einem versierten Steuerberater sollte kein Unternehmer auf einen Rechtsberater an seiner Seite verzichten, der unternehmerisch denkt und handelt und mit dem Geschäft seines Mandanten vertraut ist. Wer als Unternehmer noch keinen Konzern besitzt, der über eine eigene Rechtsabteilung verfügt – kein Problem: SYLVENSTEIN bietet genau diese Dienstleistung für kleine und mittelständische Unternehmen an (kostenloses Erstgespräch: [www.sylvenstein-law.de/erstgesprach](http://www.sylvenstein-law.de/erstgesprach)).

#### Zur Person:

Dr. Dominik Herzog ist Unternehmer und Gründungspartner von SYLVENSTEIN Rechtsanwälte, einer der am schnellsten wachsenden Wirtschaftskanzleien im digitalen Bereich. Stationen seiner juristischen Ausbildung waren u. a. Heidelberg, München, Lausanne und Los Angeles. Mit seinen Inhalten überzeugt er mehr als 17.000 Abonnenten auf YouTube. Der Rechtsanwalt hat sich auf AGB und Unternehmensrecht spezialisiert und berät seine Mandanten gemeinsam mit seinem Team als externe Rechtsabteilung bei deren alltäglichen Business-Herausforderungen.

Hier geht's zum kostenlosen Erstgespräch: [www.sylvenstein-law.de/erstgesprach](http://www.sylvenstein-law.de/erstgesprach)





Raoul Plickat

# DAS DIGITALE MARKETING EROBERN

„THE FACE OF MARKETING“ RAOUL PLICKAT ÜBER DIE BEDEUTUNG VON KREATIVITÄT UND IDEENREICHTUM IM ONLINE-MARKETING

## ZEIT INVESTIEREN, BESSER WERDEN

Bevor Raoul Plickat als Ausnahmetalent im Marketing entdeckt wurde, begann er seine unternehmerische Tätigkeit mit dem Design, Import und Verkauf von Fitnessbekleidung über einen Online-Store. Schon damals gehörte kreative Arbeit zu seinem Alltag, doch die Marketingmaßnahmen überließ er zunächst anderen. Er beauftragte eine der Top-Werbeagenturen Norddeutschlands – allerdings entwickelte sich die Zusammenarbeit aufgrund der mangelnden Erfahrung im digitalen Marketing zu einem kostspieligen Misserfolg. „Dieser Rückschlag erwies sich jedoch als Segen, denn er veranlasste mich dazu, meine gesamte Zeit dem Lernen von Marketingstrategien und -instrumenten zu widmen. Und je mehr Zeit man mit etwas verbringt, desto besser wird man – und irgendwann hat man auch Spaß daran“, sagt Plickat.

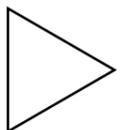
## BRANDING-KAMPAGNEN MIT DIREKTMARKETING-TAKTIKEN KOMBINIEREN

Kurz nach dem Misserfolg fand der Unternehmer seine Leidenschaft im digitalen Marketing und nutzte seine Erfahrungen in den Bereichen Conversion-Optimierung und digitale Werbung, um anderen Marken dabei zu helfen, Verkäufe und Sichtbarkeit drastisch zu erhöhen. 2013 gründete er schließlich die MBA.Group und begann, mit Facebook Ads zu werben. Facebook hatte erst zwei Monate vor-

her die mobile Ads-Plattform veröffentlicht. Plickat erkannte die Chancen der neuen Werbemöglichkeit und kombinierte als einer der Ersten in seinen bezahlten Social-Media-Kampagnen Branding-Videokampagnen mit Direktmarketing-Taktiken – ein Schritt, der die Art und Weise, wie Marketer ihre Strategien von diesem Zeitpunkt aus angingen, stark beeinflusste. Mit seiner Arbeit erzielte Plickat herausragende Resultate, sodass sich sein Name schnell in der Branche verbreitete. Innerhalb von drei Jahren hatte der Marketer mit vielen der bekannten Influencer-Marken zusammengearbeitet, wodurch er eine der am schnellsten wachsenden Online-Marketing-Agenturen in Deutschland aufbauen konnte. Er wurde zum „Face of Marketing“ – sein heutiger Branchen-Spitzname.

## INDIVIDUELLE STRATEGIEN UND INHALTE

„Nach ein paar Jahren hatte ich jedoch keine Lust mehr auf das Agenturgeschäft und wollte mich lieber langfristigen Projekten zuwenden. Außerdem



Mit Online-Marketing eine starke Positionierung schaffen, gezielt die eigene Zielgruppe erreichen und den Umsatz steigern – das ist längst kein Geheimnis mehr, sondern sollte zu den Basics gehören.

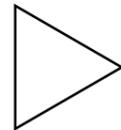
Marketer Raoul Plickat berichtet, worauf es im digitalen Marketing jedoch wirklich ankommt.

Im Marketing geht es bekanntermaßen darum, Ideen zu entwickeln und Verkaufsprozesse strategisch sowie digital zu realisieren, sodass alle Werbemaßnahmen von der eigenen Zielgruppe wahrgenommen werden und letztlich die Umsätze steigern. Marketer sollten deshalb ein grundlegendes Verständnis der menschlichen Psyche haben, Geschichten erzählen und sich ständig

neu erfinden können. Erfolgreiches Marketing steht damit vor allem mit Kreativität im Zusammenhang. Einer, den diese Eigenschaft zu einem der Top-Digital-Marketer weltweit gemacht hat, ist Raoul Plickat. Er gehört zu den best bezahltesten Online-Marketing-Beratern und begab sich bereits mit 18 Jahren auf den Weg, das digitale Marketing zu erobern.

## Von der Vertriebsoffensive zur Weltmeisteroffensive

Raoul Plickat und Dirk Kreuter können bereits auf eine mehrere Jahre andauernde Geschäftsbeziehung zurückblicken. 2017 verkaufte Plickat die Online-Marketing-Agentur „My Best Concept“ an Kreuter. 2018 machten sie Kreuters „Vertriebsoffensive“ gemeinsam zur „Weltmeisteroffensive“ und erzielten einen riesigen Erfolg. Die große Halle, in der das Vertriebsseminar stattfinden sollte, war schon lange gebucht. Doch an einem der Seminartage bestritt die deutsche Fußball-Nationalmannschaft ein WM-Vorrundenspiel – und an Spieltagen der Nationalmannschaft ist generell mit wenigen Teilnehmern zu rechnen. „Im Raum stand die Frage, die Offensive abzublenden. Doch die Halle war bereits gebucht und ich bin ein Freund davon, auch aus schlechten Situationen noch das Beste rauszuholen. Mir kam dann der Gedanke, das Seminar mit einem Entertainment-Part zu verbinden und wie beim Public-Viewing mit allen Teilnehmern anschließend gemeinsam Fußball zu schauen. Die Veranstaltung haben wir deshalb umbenannt: Aus der Vertriebsoffensive wurde die Weltmeisteroffensive“, berichtet Plickat. Das Event wurde zum Erfolg und Plickat brach gemeinsam mit Dirk Kreuter während der Veranstaltung sogar den Guinness-Weltrekord für die „Largest Sales Lesson Worldwide“. Der Weltrekord wurde mit 5.638 Teilnehmern erreicht.



bekam ich viele Anfragen von anderen Marketern und Unternehmen, die Unterstützung im digitalen Marketing suchten. 2020 gründete ich deshalb Marketing.MBA., ein ‚real world‘-Ausbildungsprogramm für Marketer und Marketing-Teams. Gleichzeitig liefern wir unseren Kunden auch individuelle Strategien und Inhalte für ihre Projekte“, berichtet Plickat. Neben Philipp Plein gehört auch Dirk Kreuter zu den mehr als 300 Kunden. „Im Jahr 2021 haben wir uns unter anderem auf die Erstellung und Verwaltung von Landingpages und Lead-Magneten zur Präsentation von Produkten mit hoher Conversionrate, Content-Marketing sowie Targeting, Retargeting und E-Mail-Marketing konzentriert. Dadurch konnten wir Dirk helfen, seinen Nettojahresumsatz des Online-Geschäfts in nur 12 Monaten von 10 Millionen auf 21,3 Millionen Euro zu steigern.“

#### OBERSTE PRIORITÄT: RESOURCEFUL SEIN

Um Schritt für Schritt einen plattformübergreifenden Erfolg zu erzielen, geht es also selbstverständlich darum, soziale Medien zu nutzen, mit SEO und SEA die Online-Sichtbarkeit zu erhöhen, plattformübergreifende Werbekampagnen zu schalten, KI für effiziente Zielgruppenansprache zu nutzen sowie den perfekten Zeitpunkt für diese Maßnahmen zu finden. „Doch vor allem geht es darum, absolut resourceful – also einflussreich – zu sein. Im digitalen Marketing zählt nur die eigene Leistung. Wer zu den besten gehören und konstant Spitzen-Ergebnisse abliefern möchte, muss kreativ sein. Kreativität kann man zwar nicht erzwingen, aber es gilt als stetig an sich zu arbeiten“, sagt der Marketer und ergänzt: „Man muss immer die neuesten Trends im Blick behalten, wissen, was geopolitisch passiert, und sich auch mit Dingen beschäftigen, die einen eigentlich nicht interessieren. Um resourceful zu sein, gilt es die ganze Zeit Input zu sammeln. Das ist viel Arbeit – mentale Arbeit.“ Obwohl Plickat in seinem Unternehmen für 30 Führungskräfte verantwortlich ist und diese auch weiterbildet, steuert er in vielen Projekten immer noch den Creativity-Part bei – das ist seine größte Stärke.

„MAN KANN EIN VERDAMMT GUTES PRODUKT HERSTELLEN – DAS BRINGT NUR NICHTS, WENN ES NICHT SICHTBAR IST. VERKAUFT EIN MITBEWERBER GLEICHZEITIG EIN DURCHSCHNITTLICHES PRODUKT, DAS JEDOCH EXTREM SICHTBAR IST, GEWINNT DER WETTBEWERBER.“

Mit diesen zwei Tipps starten Sie im Online-Marketing durch

1. Im digitalen Marketing gilt es stets die aktuellen Trends im Blick zu behalten – und möglichst vorausschauend zu agieren. Aktuell schalten beispielsweise noch wenige Unternehmen Werbung auf TikTok, wodurch die Preise vergleichsweise günstig sind. „Wer jetzt in Marketing-Kampagnen auf der Plattform investiert, erhält mehr als gute Angebote. Denn wer auf TikTok Präsenz zeigt, sichert sich auch die Aufmerksamkeit der jungen Generation. Zwar gehört die noch nicht zur kaufstärksten Zielgruppe – doch das wird sie einmal werden. Außerdem lässt sich die Plattform zur Mitarbeitergewinnung nutzen“, so Plickat. Auch wenn beispielsweise nur 30.000 User einer bestimmten Zielgruppe die Inhalte sehen, können Unternehmen bereits ihr Branding aufbauen. Sind die aktuellen TikTok-User dann in zwei, drei Jahren zum Beispiel mit ihrem Studium fertig, erinnern sie sich aufgrund der mentalen Verfügbarkeit möglicherweise an das Unternehmen und bevorzugen es bei der Jobwahl gegenüber anderen Firmen.

2. Im Marketing gewinnt immer das Unternehmen mit der höchsten mentalen Verfügbarkeit. Marken leben von schneller mentaler Verfügbarkeit durch einfache Codes, die bei Kunden ein „Brand Frame“ auslösen – wie die Marke Tempo. „Man kann ein verdammt gutes Produkt herstellen – das bringt nur nichts, wenn es nicht sichtbar ist. Verkauft ein Mitbewerber gleichzeitig ein durchschnittliches Produkt, das jedoch extrem sichtbar ist, gewinnt der Wettbewerber. Sein Produkt wird öfter verkauft, wodurch der Hersteller vermutlich auch mehr Feedback erhält und seine Ware mit der Zeit weiterentwickeln kann. So entsteht auch die Chance, dass dieses mit der Zeit immer besser wird“, erklärt Plickat.

Dort sein, wo die eigene Zielgruppe ist

Es geht also letztlich darum, die Aufmerksamkeit der eigenen Zielgruppe zu erhalten. Dafür muss man dort sein, wo sie ist – beispielsweise auf LinkedIn, TikTok oder zukünftig vielleicht auch im Metaverse. „Egal ob das Metaverse ein Erfolg wird oder nicht – eine umfassende digitale Welt mit Avataren wird es auf jeden Fall geben. Zurzeit fehlt noch die digitale Plattform, aber wenn diese entwickelt ist, wird es in der Branche wieder einen größeren Umschwung geben“, so der Marketer. „Vor 20 Jahren gab es auch noch wenig Online-Shops – weil es keine Plattform gab. Ab 2010 wurden es jedoch viel mehr, da mit der Masseneinführung der Smartphones immer mehr Menschen Zugang zum Internet hatten. Nicht jeder konnte sich damals schließlich einen Computer leisten. Heutzutage können Menschen weltweit aufs Internet zugreifen und eigentlich hat jeder Anbieter auch einen Online-Shop. Zukünftig werden wir hingegen sehen, dass immer mehr Unternehmen digitale Collectables verkaufen und sich häufiger mit Web-3-Technologien beschäftigen werden. Ich rate allerdings dazu, jetzt schon damit anzufangen. So kann man mit der Entwicklung Schritt halten, anstatt den Trends nur hinterherzulaufen.“

Zur Person:

Raoul Plickat ist Gründer des Unternehmens Marketing.MBA und einer der Top 17 digitalen Marketer weltweit. Als ehrgeiziger, analytischer und kreativer Mensch wurde er mit dem „TWO COMMA X“-Award von Russell Brunson und Clickfunnels ausgezeichnet.





Wolfgang  
Grupp



# „WIR MÜSSEN UNS DEM WANDEL STELLEN“

MORALVERFECHTER,  
GESCHÄFTSMANN, FAMILIEN-  
MENSCH: WOLFGANG GRUPP  
HAT IN SEINEN NUNMEHR  
53 JAHREN ALS UNTERNEHMER  
BEREITS VIELE ERFOLGE ERLEBT  
UND KRISEN DURCH-  
GESTANDEN.

WIE ER ENTSCHEIDUNGEN TRIFFT,  
WELCHE BEDEUTUNG SEINE  
MITARBEITER FÜR IHN HABEN UND  
WAS ER GERADE IN DIESEN ZEITEN FÜR  
BESONDERS WICHTIG HÄLT, ERZÄHLT  
DER TRIGEMA-CHEF IM INTERVIEW.

**Herr Grupp, Sie haften als eingetragener Kaufmann persönlich, unmittelbar und unbeschränkt für TRIGEMA – warum?**

Wer für Fehlentscheidungen verantwortlich ist, muss auch haften. Zu kassieren, solange es gut geht, aber hinzuschmeißen und in die Insolvenz zu gehen, sobald es schlecht läuft und damit andere zahlen zu lassen, hat zumindest mit meinem Gerechtigkeitsverständnis nichts zu tun. Von mir aus kann jeder Verantwortungsträger und Entscheider zig Millionen verdienen, aber dann muss derjenige für seine Taten auch geradestehen. Ich habe daher die Rechtsform der persönlichen Haftung gewählt. Bevor das Geld von Steuerzahlern eingesetzt wird, habe ich nicht mal mehr ein Dach über den Kopf, deswegen sind meine Entscheidungen überlegter, verantwortungsvoller und nicht der Gier und dem Größenwahn ausgesetzt.

**Diese Einstellung stellt heutzutage ja durchaus eine Seltenheit dar. Was unterscheidet Sie eventuell noch von anderen Unternehmern?**

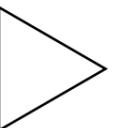
Für mich ist es unbegreiflich, wie sich manche Unternehmer in Deutschland über einen Mindestlohn beschweren. Man darf in einem Hochlohnland eben nicht Produkte fertigen, für den der Mindestlohn schon zu hoch ist. Wir müssen hierzulande und auch in Europa die innovativen oder noch besser die innovativsten Produkte herstellen, wo gute Leute benötigt werden, die top bezahlt sind. Die Massenpro-

duktion hingegen muss in Billiglohnländern stattfinden, natürlich muss es dabei korrekt zugehen. Wir kaufen deren Produkte und die unsere – dieser Kreislauf funktioniert und muss weltweit bestehen bleiben. Wir bei TRIGEMA garantieren allen Mitarbeitern und ihren Kindern einen Arbeitsplatz. Das ist keine Schöntüerei oder Sozialgesäusel, das ist Egoismus. Je besser ich meine Leute behandle, desto mehr bringen sie sich auch für das Unternehmen ein. Mir kann es also nur gut gehen, wenn meine Leute zufrieden sind und gut bezahlt werden, da bin ich Egoist. Aber ich kämpfe genauso für alle anderen Arbeitsplätze und eine gute Bezahlung in diesem Land.

**Wieso?**

Ich brauche die gut bezahlten Arbeitsplätze von meinen Kollegen, sonst fehlen mir die Kunden und ich kann entsprechend weniger verkaufen. Denn in dem Moment, wo jemand kaum oder gar kein Geld mehr übrig hat, bin ich der erste, an dem gespart wird. Somit bin ich auf eine funktionierende Wirtschaft angewiesen. Wenn andere Arbeitslose schaffen, wie etwa in der New-Economy- oder der Finanz- und Bankenkrise, dann geht bei uns sofort der Umsatz zurück. Damals hatte ich schlaflose Nächte.

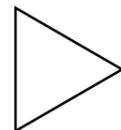
**Zwei große Krisen haben Sie bereits angesprochen, wie hat TRIGEMA die Corona-Pandemie bisher überstanden?**





TRIGEMA Inh. W. Grupp e. K.

Das Unternehmen mit Sitz im schwäbischen Burladingen wurde 1919 gegründet und realisiert alle Produktionsstufen im eigenen Haus. Deutschlands größter Hersteller von Sport- und Freizeitbekleidung bietet als Multi-Channel-Unternehmen sein Sortiment über verschiedene Vertriebswege an. In 42 sogenannten Testgeschäften werden auf jeweils 400 bis 500 Quadratmetern Fläche alle TRIGEMA-Produkte angeboten. Zusätzlich gibt es einen Flagship-Store in der Mall of Berlin in der Bundeshauptstadt. Ein Onlineshop wird bereits seit 2004 betrieben. Außerdem kooperiert TRIGEMA mit 4.500 Handelskunden und beliefert Firmen, Vereine und Schulen mit personalisierten Bekleidungsstücken. Seit 1969 gibt es im Unternehmen weder Kurzarbeit noch betriebsbedingte Entlassungen. Jährlich bildet der Textilhersteller in den Bereichen Produktion, Verwaltung und Vertrieb bis zu 50 junge Menschen aus. Den Kindern der insgesamt 1.200 Mitarbeiter wird nach ihrem Schulabschluss ein Ausbildungsplatz oder Arbeitsplatz garantiert.



Als 2020 alles geschlossen wurde, habe ich per Videokonferenz mit meinen Mitarbeitern gesprochen und ehrlich eingeräumt, dass es sich um die bisher schwierigste Krise handelt. Aber ich habe ihnen auch in dieser Zeit ihre Arbeitsplätze garantiert. Dann kam das plötzlich mit der Maske und wir nahmen innerhalb von fünf Tagen die Produktion auf. In drei Monaten lieferten wir 2,3 Millionen Masken aus, anschließend fertigten wir wieder unsere Produkte – es war eines unserer besten Jahre, die wir je hatten, weil wir nahezu alles durch die Masken ersetzen konnten. Im vergangenen Jahr, als wieder die Geschäfte geschlossen wurden, haben wir voll auf Lager produziert, denn wenn ich Lohn bezahle, dann will ich auch, dass dieser in ein Produkt geht. Den Umsatz kann ich mir später noch zurückholen. Nur wenn ich Kurzarbeit mache oder gar nichts produziere, dann kriege ich auch keinen Lohn zurück und ich habe Verluste – auch da bin, wie schon erwähnt, Egoist. Die Lager sind zwar übergequollen, das war aber kein Problem. Seit Monaten läuft das Geschäft wieder und ich bin froh, dass ich auf Lager produziert habe. Weniger erfreut bin ich jedoch über die aktuellen Entwicklungen und die kaum noch absehbaren Folgen.

#### **Sie meinen den Krieg in der Ukraine ...**

Natürlich. Zu dem Krieg, den ich auf Schärfste verurteile, hätte es niemals kommen dürfen. Es kann doch nicht sein, dass wir 20 Jahre freundschaftlich mit Putin umgehen und plötzlich ist er der Todfeind. Außerdem glaube ich nicht, dass die USA ganz unschuldig sind. Die Aussage von Präsident Obama, Amerika ist eine Weltmacht und Russland eine Regionalmacht, war nicht weitsichtig. Wenn ich jemandem sage, ich bin der tolle Unternehmer und er ist nur ein Nobody, brauche ich mich doch anschließend nicht zu wundern, wenn dieser nicht mehr in meinem Sinne handelt. Ich weiß ehrlich

gesagt nicht ganz genau, was alles passiert ist und noch geschieht, aber die Arroganz muss ein wenig raus. Man muss Verständnis für andere zeigen, wir haben Sicherheitsbedenken und die hat Russland auch. Vor allem dürfen wir dieses Land nicht an der Ehre packen. Putin wird sich nicht von der Ukraine besiegen lassen. Es ist doch irrsinnig, immer mehr aufzurüsten, damit eskalieren wir. Man muss eher besänftigen, als Waffen zu liefern, damit der eine den anderen besser töten kann – daher muss eine diplomatische Lösung angestrebt werden.

#### **Inwiefern sind Sie von der Gaspreisentwicklung betroffen?**

Noch im Jahr 2020 betrug unsere Energiekosten etwa 100.000 Euro monatlich. Bereits im letzten Jahr haben sie sich verdoppelt. Im Moment liegen wir bei 1.000.000 Euro pro Monat und zahlen damit fünfmal so viel wie letztes Jahr für Gas. Das kann ich vielleicht ein paar Jahre durchstehen, aber ich mache nicht jedes Jahr zehn Millionen Euro Gewinn. Das muss ich aus den Reserven nehmen.

#### **Halten Sie an der persönlichen Haftung fest, sollte sich die Krise verschärfen?**

Wenn das so weitergeht und man mich in eine Sackgasse treibt, wo für ich nichts kann, dann muss ich, um meine Familie zu schützen, in eine GmbH wandeln. Man könnte mir sonst zu Recht vorwerfen, dass ich meine Familie ins Elend stürze, nur weil ich an der persönlichen Haftung festhalte. Innerhalb von 24 Stunden kann ich umwandeln. Ich wurde schon öfters zu gewissen Entscheidungen gezwungen.

#### **Welche Entscheidungen meinen Sie?**

Mehrfach haben wir unsere Kunden austauschen müssen, weil sie versagt haben, konkret die großen Kauf- und Versandhäuser. Ich musste daraufhin diese Aufgabe selbst übernehmen und einen

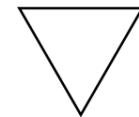
Großteil unserer Produktion direkt zum Verbraucher bringen. Damit habe ich mich als Produzent nicht in die totale Abhängigkeit meiner Kunden begeben, sondern stattdessen die Handelsfunktion selbst übernommen. Daher habe ich zunächst eigene Geschäfte aufgemacht und später dann auch den Onlineshop eingerichtet.

#### **Mit beiden Eigeninitiativen waren Sie sehr erfolgreich, nicht wahr?**

Heute gehen 40 Prozent der Produktion über Online, 40 Prozent über unsere Testgeschäfte und die restlichen 20 Prozent verkaufen wir an Kunden aller Art. Allerdings ist es keine Kunst, Erfolg zu haben. Die Kunst ist es, den Erfolg durchzustehen. Und das kann man eben nur, wenn man den Wandel erkennt und ihn mitmacht oder entsprechend reagiert. Auch wenn ich persönlich etwa mit einigen Aspekten der Digitalisierung weniger anfangen kann, war mir völlig klar: Wir müssen uns dem Wandel stellen. Man darf aber niemals vergessen, viele waren erfolgreich, sind aber als Versager beerdigt worden. Ob ich letztlich erfolgreich bin oder nicht, kann man erst beurteilen, wenn ich offiziell abgedankt habe.

#### **Sie sind in diesem April 80 Jahre alt geworden, wo haben Sie gefeiert?**

Wie schon meinen 65., 70. und 75., in Dubai. Für mich ist Dubai eine tolle Stadt – großzügig, modern, innovativ, da kann New York nicht mithalten. In Dubai habe ich auch Herrn Dirk Kreuter kennen und schätzen gelernt. Zufällig hatte er in diesem Jahr angefragt, wenige Tage vor meinem Geburtstag an seiner Veranstaltung teilzunehmen. Da bin ich gerne mit meiner Frau etwas früher geflogen, meine Kinder kamen nach.



Zur Person:

1969 übernahm Wolfgang Grupp von seinem Vater Dr. Franz Grupp die Geschäftsleitung und startete mit Erfolg in eine neue Phase des Unternehmens. Er etablierte den Geschäftsbereich T-Shirt und Tennisbekleidung unter dem Markennamen TRIGEMA. Durch seine Neustrukturierung wandelte sich die traditionelle Trikotwarenfabrik in eine Produktionsstätte modischer Freizeitentwicklung um. Zur kreativen Umsetzung neuer Ideen baute er eine neue Designabteilung auf. Als Grupp nach seinem betriebswirtschaftlichen Studium die Firmenleitung übernahm, war die Firma noch stark diversifiziert. Dem Vorbild seines erfolgreichen Großvaters folgend, kehrte er zu den Wurzeln zurück und schaffte die übergroße Diversifizierung ab. In der Folge gelang es ihm nicht nur, den Umsatz des Unternehmens deutlich zu steigern und alle Schulden zurückzuzahlen, sondern auch, TRIGEMA zu Deutschlands größtem Hersteller von Sport- und Freizeitbekleidung zu machen. Seit 2013 ist auch die nächste Generation im Unternehmen tätig. Nach ihrem Masterstudium an der London School of Economics haben Bonita Grupp und Wolfgang Grupp jun. mit ihrer Arbeit im Familienunternehmen begonnen.





# NÜTZLICHE LITERATUR

Von Mindset über Management bis zu Marketing finden Sie hier persönliche

Empfehlungen von Dirk Kreuter aus der Welt der Unternehmensliteratur.

Schlagen Sie also die Augen auf – es lohnt sich ein Blick.

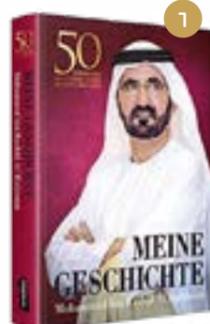


## 1. FÜR VISIONÄRERE MINDSETS:

Mohammed Bin Rashid Al Maktoum –  
MEINE GESCHICHTE

Unterhaltsam und aufschlussreich zugleich führt der legendäre Scheich Mohammed durch die Geschichte und Entwicklung der Vereinigten Arabischen Emirate, deren Erfolgsgeschichte er mit Antrieb, Entschlossenheit und Erfolgswillen maßgeblich mitgeschrieben hat. Seine außergewöhnlichen Visionen können vielen Unternehmern als Vorbild dienen.

(Explorer Group Ltd., 248 Seiten, 9,62 Euro)  
Erhältlich bei amazon.de



„DER SCHEICH, DEM DUBAI  
DAS WACHSTUM VERDANKT.  
ER FÜHRT DAS  
EMIRAT WIE EIN  
UNTERNEHMEN –  
MIT EINEM UN-  
GLAUBLICHEN  
MINDSET.“

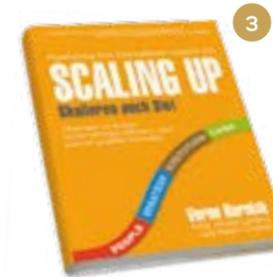
## 2. FÜR EINSTEIGER:

Russell Brunson – 30 DAYS

Online-Marketing vom ersten Klick an richtig machen – dabei hilft Brunson mit seinem Werk. Solide und Schritt für Schritt führt er ein in die Welt des Affiliate-Marketings. Statt jedoch 08/15-Anleitungen anzubieten, händigt Brunson die Skills aus. So erhalten Unternehmer Schlüssel für kreative Marketing-Strategien. Denn Online-Marketing macht jeder – es kommt jetzt vielmehr darauf an, wie gut und individuell, um auch echte Erfolge zu feiern.

(Clickfunnels, ab 21,79 Dollar)

Erhältlich bei amazon.de



## 3. FÜR ERFOLGREICHE EXPANSION:

Verne Harnish – SCALING UP  
SKALIEREN AUCH SIE!

40.000 Unternehmen haben es bereits geschafft, viele von ihnen mit einem Wachstum von 10 Mio. auf 100 Mio. Dollar. Werden Sie eines von ihnen! Seit über 30 Jahren ebnet dieses Werk den Weg dafür. Auf den Grundsäulen Menschen, Strategie, Ausführung und Einnahmen begleitet es über Arbeits-Tools sowie einen One-Page Strategic Plan und die Rockefeller Habits Checklist™ nach oben.

(ScaleUp Institut, 336 Seiten, 29,95 Euro)

Erhältlich bei amazon.de

## 4. FÜR PROFI-UNTERNEHMER:

Dirk Kreuter – UNFAIRE DIGITALE DOMINANZ

„Willst Du maximal sichtbar sein? Willst Du als Selbstständiger, Unternehmer oder als Führungskraft knallhart Kategorie-Sieger innerhalb Deiner Branche werden? Dann hol Dir mein neuestes Buch. Hier zeige ich Dir, wie Du genau das schaffst. Mit Social Media, zielgenauer Positionierung und Technologien wie Bitcoin, Blockchain und Metaverse. Ich gebe Dir den Leitfaden, den Du für Dein Success-Business brauchst. Sei nicht alle – sei der Vorteil!“

(Kreuter, 144 Seiten, 7,89 Euro)

Erhältlich bei dirkkreuter.com

## 5. FÜR ERFOLGREICHE FÜHRUNG:

Fredmund Malik – FÜHREN, LEISTEN, LEBEN

Ein Klassiker der Management-Literatur und ein Muss für alle, die erfolgreich führen wollen oder müssen. Von Grundsätzen über Aufgaben bis zu konkreten Werkzeugen im operativen Alltag gibt Malik wertvolle und strategische Tipps an die Hand. Dabei lässt er nicht unter den Tisch fallen, dass auch ein selbstkritischer Blick und ein Abweichen populärer Wege bezeichnend für eine gute Führungsqualität ist.

(Heyne, 412 Seiten, 32,00 Euro)

Erhältlich bei campus.de



# JETSTREAM MEMBERS MEETING 2022

Jedes Jahr werden insgesamt vier Jetstream Members Meetings veranstaltet.

Beim ersten Treffen 2022 kamen im Caesars Palace, das auf Dubais begerhtem Bluewaters Island liegt, vom 25. bis 30. März über 70 Teilnehmer zusammen.



Burkhard Küpper, Geschäftsführer der Küpper & Kollegen Steuerberatungsgesellschaft mbH, Sascha Driesch, Geschäftsführer der B+D Beratung-GmbH, Dirk Kreuter



Florian Muss, Geschäftsführer der romutec Steuer- und Regelsysteme GmbH



Wolfgang Grupp, alleiniger Geschäftsführer und Inhaber der TRIGEMA Inh. W. Grupp e. K., Dirk Kreuter



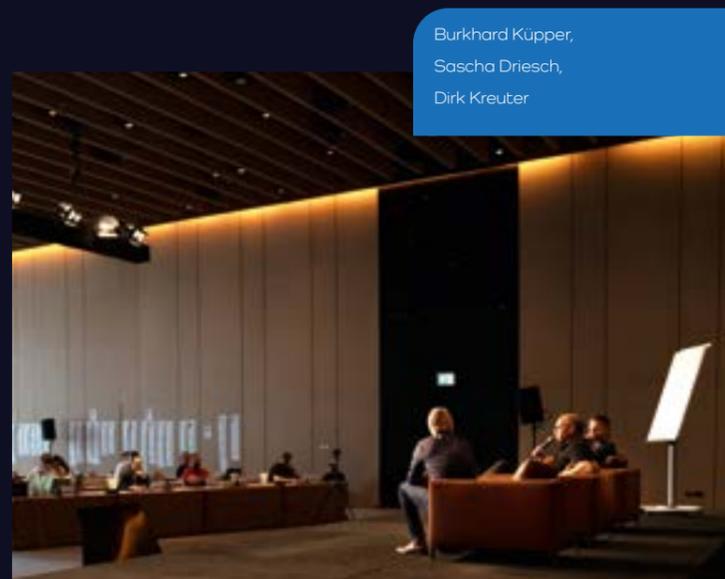
Andreas Sander, Geschäftsführender Gesellschafter der KOSATEC Computer GmbH, Lisa Göppert, Geschäftsführerin Bestseller Verlag GmbH / My Best Concept GmbH



Anna Sodki, Geschäftsstellenleiterin der Anna Sodki Immobilien GmbH



Robert Klipp, Geschäftsführer der My Best Concept GmbH, Dirk Kreuter



Burkhard Küpper, Sascha Driesch, Dirk Kreuter



Raoul Plickat, Gründer von Marketing.Mba



Benjamin Bilski - Gründer, Vorstand und Geschäftsführer der „The Naga Group AG“



# SEMINARTERMINE

## 2022

- 28.-30.09. ÜBERZEUGEND PRÄSENTIEREN  
01.-06.10. JETSTREAM MEMBERS MEETING  
07.-09.10. BIOHACKING  
11.-14.12. JETSTREAM MEMBERS MEETING  
14.12. ÜBERZEUGEND PRÄSENTIEREN BONUSTAG

## 2023

- 19.-21.03. DIGITAL ASSETS  
22.-27.03. JETSTREAM MEMBERS MEETING  
28.-30.03. DIE GELDMASCHINE  
08.-10.06. ÜBERZEUGEND PRÄSENTIEREN  
11.-14.06. JETSTREAM MEMBERS MEETING  
15./16.06. JETSTREAM VIP MEETING  
02.-04.10. SKALIEREN & EXPANDIEREN  
05.-10.10. JETSTREAM MEMBERS MEETING  
11.-13.10. BIOHACKING  
07.-09.12. SYSTEMVERTRIEB  
10.-13.12. JETSTREAM MEMBERS MEETING

## IMPRESSUM

**Herausgeber:**  
Jetstream Management LLC:  
Prime Tower, 911  
Business Bay, Dubai  
United Arab Emirates  
P.O. Box: 418695

**Managing Director:**  
Jana Dvarkina  
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  
Dimitrios Pampoukidis,  
Steffen Peschges,  
Lilian Lehr-Kück,  
Lena Koithan,  
Julia Knöpfle,  
Luisa Baxmeier,  
Ole Kasch,  
Victoria Witschel

**Layout:**  
Borgmeier Media Gruppe GmbH  
Michaela Schnöink  
(Art-Direktorin),  
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; phochi, pickup,  
creativefamily, gojalia, Jag\_cz,  
EdNurg, Artur – stock.adobe.com

# Was

BRINGT DIR ALL DER  
WIRTSCHAFTLICHE ERFOLG,  
WENN DU AM ENDE DES  
TAGES ZU WENIG ENERGIE  
HAST, IHN ZU GENIESSEN?



BIOHACKING IST DAS SEMINAR, DAS DARAUF ZUGESCHNITTEN IST,  
SEINEN ERFOLG MÖGLICHST LANGE AUSZUKOSTEN.

07.-09.10.2022 | 11.-13.10.2023

# MY BEST Strategy



MY  
BEST  
CONCEPT

**DAS INTERNET IST NEULAND FÜR DICH?! SEI MEHR ELON, WENIGER ANGIE!**

**Schnall dich an und setz den Helm auf – mit unserer My Best Strategy von My Best Concept erreichst du deinen Markt im Raketentempo!**

- Du generierst mehr Umsatz durch innovative Fahrpläne für die Online-Sichtbarkeit deines Unternehmens
- Du dominierst den Markt, weil du Kunden 24/7 genau dort erreichst, wo sie gerade sind
- Du profitierst von der Erfahrung aus über 930 erfolgreich konzipierten und umgesetzten Online-Marketing-Strategien vom Brand-Building über Lead-Generierung bis hin zum Abschluss
- Du sparst eine Menge Zeit und Geld – wir erarbeiten eine Strategie auf den für dein Unternehmen relevanten Kanälen und minimieren Streuverluste durch gezielte Zielgruppentargetierung
- Marketing braucht Vertrieb und Vertrieb braucht Marketing – erhalte ein einzigartiges und ganzheitliches Marketingkonzept inklusive des perfekten Vertriebsprozesses, um Interessenten zu Kunden zu machen und den Wettbewerb hinter dir zu lassen



**JETZT KOSTENFREIES  
ERSTGESPRÄCH VEREINBAREN!**

Komm zu uns ins Exzenterhaus nach Bochum und lass uns gemeinsam die Startrampe für dein Unternehmenswachstum bauen!

