



JETSTREAM

Members

No. 1 • 2023

MAGAZINE

JÜRGEN GOSCH

Der Herrscher über das
Fisch-Feinkost-Imperium

CARSTEN BORGMEIER

Seit 35 Jahren in
der Medienbranche
zu Hause

SEBASTIAN MIKA

Zukunft des Online-
Recruitings

CHANTALLE ALBERSTADT

Das Unternehmertum
revolutionieren

DIRK KREUTER

Mit Fokus auf das
Wesentliche



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





XR-C Academy

Wolltest Du schon mal während eines großen Events auf der Bühne stehen und wirklich hautnah erleben, wie es ist, vor Tausenden von Menschen aufzutreten?

Jetzt kannst Du es!

Pohlstr. 1
10785 Berlin
+49 30 3149555-0
office@xr-c.com

www.xr-c.com



LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

im Leben und in der Geschäftswelt braucht man Ziele! Die Absicht dieser Ausgabe ist es beispielsweise, Ihnen wieder die wertvollsten Tipps für Ihr Business an die Hand zu geben und Sie am Wirken der Jetstream Membership teilhaben zu lassen. Zunächst erfahren Sie von Europas erfolgreichstem Verkaufstrainer, Unternehmer und Investor Dirk Kreuter, worauf es beim Unternehmertum ankommt und was zur Erlangung von finanzieller Freiheit verhilft. Vor allem aber zeigt er auf, wie es gelingt, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Außerdem erhalten Sie exklusive Einblicke in das futuristische Gebäude „The Opus“ in Dubai, in dem sich nun auch der neue Firmensitz der Jetstream Management Services LLC befindet.

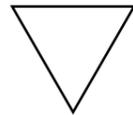
Zu den Members gehören dieses Mal unter anderen Anastasia und Andreas Eichholz, die mit ihrem Unternehmen erfolgreich in der Wärmepumpentechnologie unterwegs sind. Sie berichten, wie sie betriebliche und persönliche Stagnation auflösen konnten. Jetstream Member Ilona Schneider hingegen bietet Zahnärzten ein universelles Praxisverwaltungssystem. Die Unternehmerin schildert, warum es darum geht, sich größere Ziele zu setzen und sich nicht von Stolpersteinen unterkriegen zu lassen. Ein großes Ziel verfolgt auch Marc Suerbier: Mit CustomBars will er bis 2025 Marktführer in Europa werden. Der Calisthenics-Athlet ist durch seine Jetstream Mitgliedschaft auf einem sehr guten Weg. Kennenlernen können Sie auch Carsten Borgmeier, der seit 35 Jahren im Mediengeschäft ist und nun mit Dirk Kreuter eine Firma gegründet hat. Er spricht im Interview



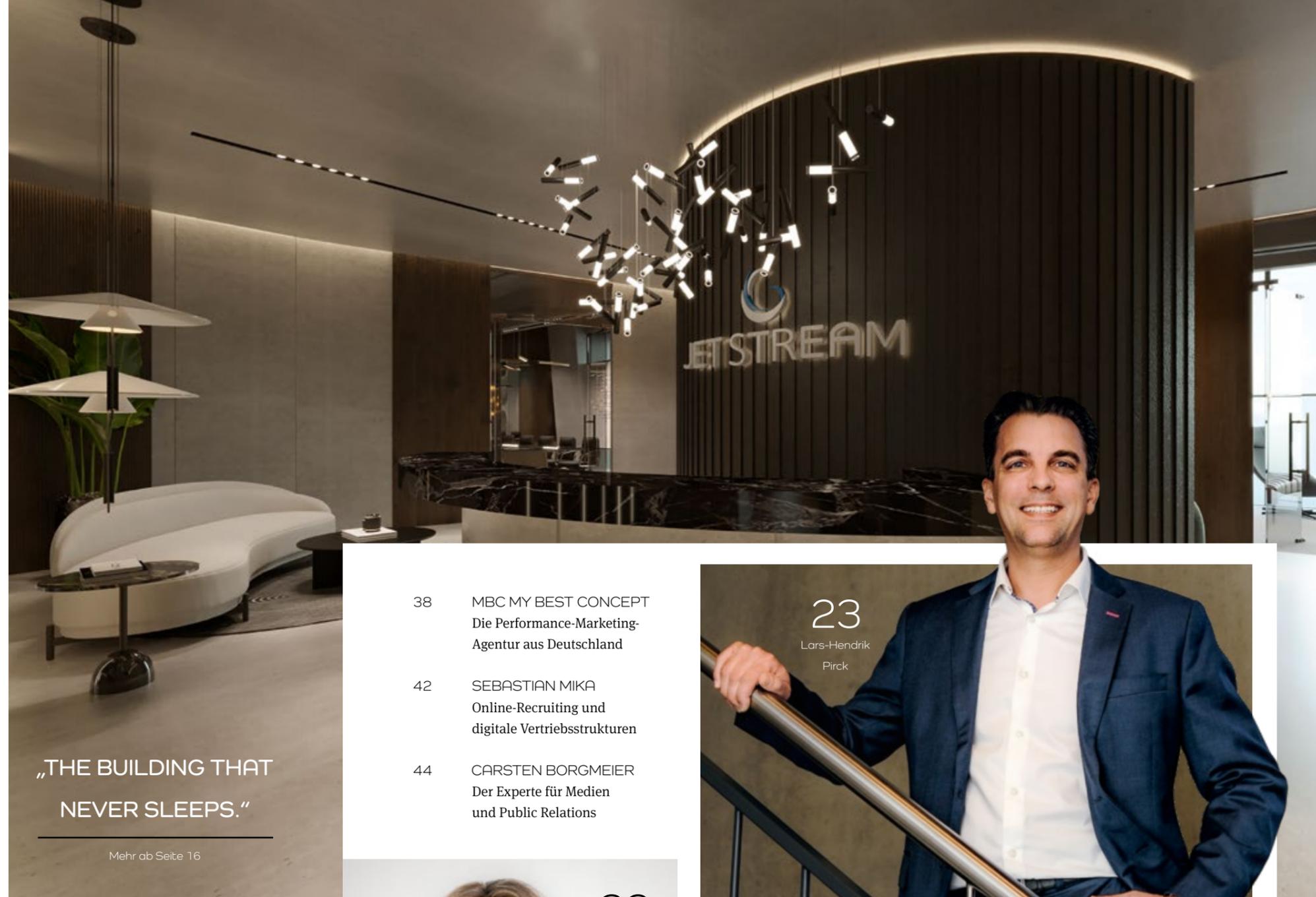
über die Wichtigkeit von PR und die Zukunft der neuen Kooperation. Darüber hinaus erfahren Sie von Chantalle Alberstadt, Co-Founder von MetaBrewSociety, alles Wissenswerte über Non-Fungible Tokens, kurz NFTs. Außerdem erklärt der Sylter Gastronom Jürgen Gosch, wie er es geschafft hat, so lange erfolgreich zu bleiben, welche Entscheidung er heute bereut und was er von Konkurrenz hält. Viel Spaß beim Lesen und weiterhin viel Erfolg im Business.

Managing Director Jana Dvorkina

INHALT



06	DIRK KREUTER Der Verkaufstrainer über die Welt des Unternehmertums	16	THE OPUS Das neue Office in Dubai
10	JANA DVORKINA Die Internationalisierung des Jetstream Konzepts	20	JETSTREAM VIP Der Inner Circle
12	JETSTREAM MEMBERSHIP Vorstellung des Netzwerks	23	LARS-HENDRIK PIRCK Maßgeschneiderte Rundumlösungen



26	ANASTASIA UND ANDREAS EICHHOLZ Einbau und Wartung von Wärmepumpen
29	MARLEEN UND ANDREAS SCHMITZ Eine Erfolgsgeschichte mit Volldampfaktor
32	İLONA SCHNEIDER Zahnärztliche Software und Praxismanagement
35	MARC SUERBIER Calisthenics Parks: Auf dem Weg zum Marktführer



38	MBC MY BEST CONCEPT Die Performance-Marketing-Agentur aus Deutschland
42	SEBASTIAN MIKA Online-Recruiting und digitale Vertriebsstrukturen
44	CARSTEN BORGMEIER Der Experte für Medien und Public Relations



48	CHANTALLE ALBERSTADT Welche Möglichkeiten bieten Non-Fungible Tokens?	58	JETSTREAM EVENT IN BILDERN Meeting in London im Dezember 2022
52	JÜRGEN GOSCH Der Fischkönig über Ehrgeiz und Konkurrenz	03	Editorial
56	BUCHTIPPS Literatur, die den Umsatz steigert	62	Impressum / Seminar kalender



DIRK KREUTER

DIE WELLE RICHTIG SURFEN!

Wellen, die das Leben auf uns zurasen lässt, können wir nicht einfach aufhalten. Sind wir ihnen deshalb ausgeliefert? Natürlich nicht. Es geht im Leben wie im Business immer darum, die Wellen, die kommen, zu surfen und sich nicht von ihnen vereinnahmen zu lassen. Zwar ist es nicht möglich, diese Wellen zu stoppen, wohl aber zu lernen, wie man sie richtig nimmt und dann letztlich auf ihnen surft.

VON AUSREDEN UND VERANTWORTUNG
Die Welt ist nicht so, wie sie ist, sondern immer nur so, wie wir sie sehen oder auch interpretieren. Durch unsere eigene Brille bewerten wir Ereignisse individuell und geben ihnen mal mehr, mal weniger Bedeutung. Was lernen wir daraus? Sich an die Gegebenheiten anzupassen und das Beste aus ihnen herauszuholen, das ist der Schlüssel zu großem Unternehmertum. Sobald Ausreden sich im eigenen Kopf einzunisten beginnen – gerade ist Krisenzeit, es gibt wenig Fachpersonal oder Ähnliches –, übernimmt man nicht mehr die volle Verantwortung für sein Handeln. Nicht die Umstände zwingen einen in die Knie oder verhindern Wachstum: Das ist man selbst, wenn man nicht klug und

„YOU CAN'T STOP THE WAVES, BUT YOU CAN LEARN TO SURF.“

John Kabat-Zinn

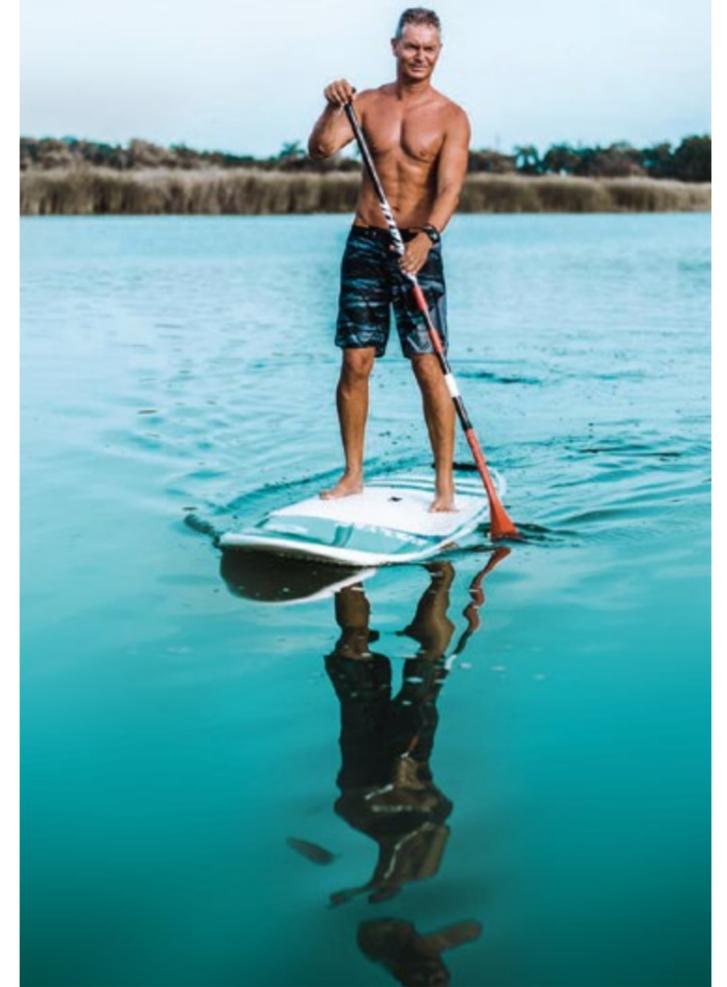
strategisch auf das Außen reagiert. Hier teilt sich die Spreu vom Weizen. Nutze ich meine Chancen oder finde ich immer neue Ausreden, die mich von echtem Commitment abhalten? Wellen müssen gesurft und genutzt werden. Was hält Dich noch auf?

MIT DEM STROM SCHWIMMEN?
Finanzielle Unabhängigkeit oder besser gesagt finanzielle Freiheit – das ist doch ehrlicherweise das, was vie-

le sich wünschen. Damit das Geld fließt wie gewünscht, führt nahezu nichts am Unternehmertum in Kombination mit einem Investorendasein vorbei. Denn grundsätzlich ist es doch so: Ein Angestellter tauscht seine Zeit, seine Arbeitskraft, gegen Geld. Kann man so wohlhabend werden? Schon, aber es braucht eine Variable. Das kann eine Prämie, ein Bonus oder eine Provision sein oder der Angestellte investiert in Aktien oder Anteile an einem Unter-

nehmen. Damit lässt sich die Zeit vom Geld entkoppeln. Ohne diese Entkoppelung rückt der Geldsegen in weite Ferne. Ein Investor lässt für sich arbeiten, er vermehrt durch Erträge, Zinsen und Co. sein Geld, ohne Zeit dafür aufzuwenden. Daher der Tipp: Hat man genügend Geld, das sich so auch nicht mehr sinnvoll in das eigene Unternehmen investieren lässt, dann lässt es sich wunderbar in andere

Weiß, wie man Wellen richtig nimmt: Verkaufstrainer Dirk Kreuter bei einem seiner Hobbys





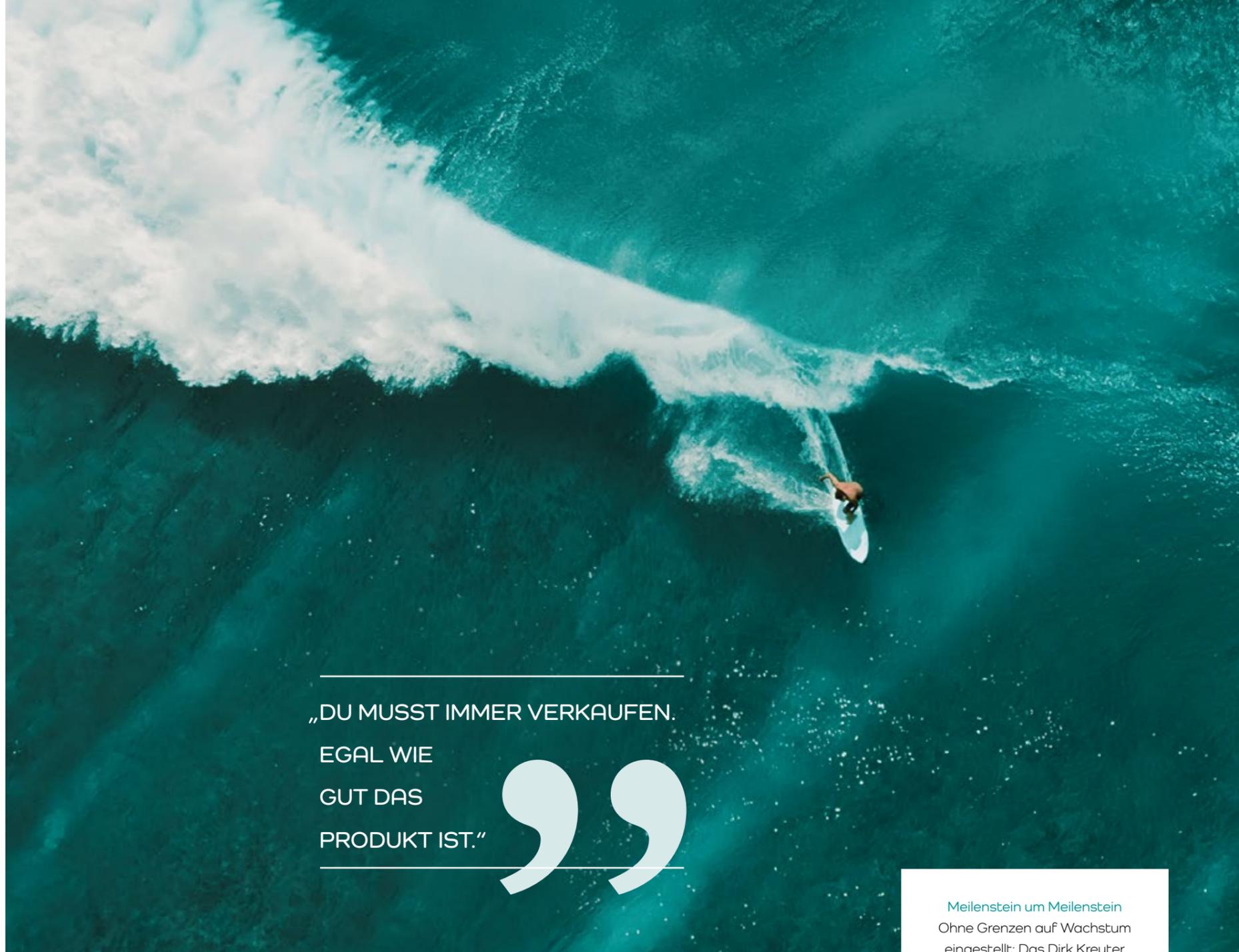
„UNTERNEHMERTUM
BRAUCHT WAHRES
COMMITMENT UND NICHT
EIN BISSCHEN HIER UND EIN
BISSCHEN DA.“



Geschäftsmodelle investieren und davon profitieren. Ob Immobilien, Krypto, Edelmetalle oder Beteiligungen an anderen Unternehmen – Investitionen sind der Turbo, um Finanzstärke aufzubauen.

KONZENTRATION AUF DAS WESENTLICHE
Du willst in vielen Unternehmen Deine Finger im Spiel haben? Keine gute Idee. Denn Unternehmertum braucht wahres Commitment und nicht ein bisschen hier und ein bisschen da. Die Energie muss sich auf ein Ziel richten, dann kann Unglaubliches geschehen.

Breit diversifizieren ist dabei nicht hilfreich – Großes erreicht nur, wer sich auf das Unternehmen, das Produkt oder Ziel konzentriert, das das größte Wachstumspotenzial bietet. Alle anderen Dinge gilt es abzuschneiden und sich von ihnen zu trennen. Wer zu viel gleichzeitig macht, verliert über kurz oder lang den Fokus. Als erfolgreicher Unternehmer konzentriert man sich auf einen Zweig und erweitert diesen nach Bedarf, so wie das etwa der Plattform-Mogul Jeff Bezos zu seinem Geschäftsmodell gemacht hat. In der Investorentätigkeit lassen sich dagegen dann viele verschiedene Branchen und Leidenschaften unterbringen. Aber operativ tätig



„DU MUSST IMMER VERKAUFEN.
EGAL WIE
GUT DAS
PRODUKT IST.“



solltest Du nur in einem Geschäftsfeld sein. Nimm nur die eine große Welle!

GLAUBENSÄTZE ÜBERPRÜFEN

„Ein gutes Produkt verkauft sich immer von allein“ – ein typisch deutscher Glaubenssatz. Er ist jedoch nicht richtig. Erst wirkungsvolles Branding und erfolgreiches Marketing kreieren die Nachfrage, die ein Produkt oder eine Dienstleistung

letztlich haben. Ist die Nachfrage erst generiert, gilt es sie in Aufträge zu konvertieren, also somit zum Verkauf zu bringen. Der Verkauf sorgt dafür, dass die Nachfrage in Aufträge verwandelt wird. Vertrieb und Verkauf sind also nicht dafür da, kalt Aufträge an Land zu ziehen, sondern um die Nachfrage, die das Marketing erschafft, in Umsatz zu verwandeln. Die Nachfrage ist daher

der Dreh- und Angelpunkt, und zwar unabhängig von der Art des Produktes. Wirklich erfolgreich ist nur der, der seinen Verkauf so voranbringt, dass er oder sie immer mehr vom Marketing konvertiert. Und genau dafür brauchen wir fähige, engagierte und erfolgshungrige Mitarbeiter, die auch durch Prämien oder Boni am Erfolg beteiligt werden. Das motiviert und stärkt

die Eigenverantwortung. Hast Du schon die richtigen Mitarbeiter an Deiner Seite? Hast Du bereits einen systematischen Verkauf aufgebaut? Wie setzt Du Deinen Vertrieb täglich ein? Befreie Dich von alten Glaubenssätzen wie „Nur wenn ein Produkt nicht gut ist, muss man es verkaufen“. Als Unternehmer musst Du immer verkaufen. Ausnahmslos. Lass die Wellen also nicht an Dir vorbeiziehen! Nutze sie!

Meilenstein um Meilenstein
Ohne Grenzen auf Wachstum eingestellt: Das Dirk Kreuter Imperium ist nicht aufzuhalten. An unseren drei Standorten Bochum, Dubai und Hannover arbeiten wir täglich an unserer Reputation. Dabei sprechen die nackten Zahlen Bände – über 80.000 Onlinekurse, 34 Millionen Views auf YouTube, 20 Millionen Downloads des Vertriebsoffensive-Podcasts und über 500.000 Bücher wurden verkauft. Insgesamt haben wir einen Umsatz von 44,6 Millionen Euro verzeichnet. Und das ist noch lange nicht das Ende der Fahnenstange – ein Limit gibt es für uns nicht.

VON ANDEREN UNTERNEHMERN LERNEN

Im DACH-Raum ist die Jetstream Membership bereits sehr erfolgreich. Nun will das geschlossene Business-Netzwerk eine englischsprachige Gruppe aufbauen und die Internationalisierung vorantreiben. Welche Möglichkeiten aktuellen und zukünftigen Mitgliedern sich dadurch bieten, erklärt Managing Director Jana Dvorkina.

Alle Unternehmer und Unternehmerinnen haben unabhängig von der Betriebsgröße im Grunde dieselben Herausforderungen, lediglich in den Dimensionen lassen sich Unterschiede finden: Sie müssen Sichtbarkeit und Reichweite erreichen, die richtigen Mitarbeiter finden und halten, das Unternehmen nachhaltig skalieren und mit der Digitalisierung Schritt halten. Schon seit einigen Jahren können Unternehmer, Gesellschafter und Geschäftsführer wesentlich ihre Chancen verbessern, diese Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen, indem sie Teil der Jetstream Membership werden. „Das Konzept hat in den letzten Jahren mehrere Marktführer in unterschiedlichen Branchen hervorgebracht“, hält Managing Director Jana Dvorkina fest. „Mitglieder mit verschiedensten Geschäftsmodellen und in unterschiedlichen Ausgangssituationen schafften es mithilfe des Jetstream Netzwerks und des strategischen Umfeldes, ihr Unternehmen auf Autopilot zu stellen“, erklärt sie.

OPTIMIERUNG DES VERTRIEBES

Ein großer Vorteil, der sich Jetstream Members bietet, seien etwa die Erfahrungswerte von den anderen Mitgliedern, die in ihrem Business bereits deutlich größer sind als man selbst. So kann man unter anderem von ihnen erfahren, mit welchen Strategien man die Abkürzung auf dem Weg zur Spitze nimmt und was man besser sein lässt. „Außerdem wird man in die Lage versetzt, strategischer zu denken und gnadenlos alles und alle abzuschneiden, die einen vom Erfolg abhalten“, zählt Dvorkina weiter auf. Besonders hilfreich ist die Jetstream Membership auch bei der Optimierung des Vertriebes – das Herz jedes Unternehmens, wie sie es nennt. „Members lernen, jegliche Schwachstellen nachhaltig zu eliminieren und ihren Umsatz massiv zu steigern.“

Von großem Nutzen sind zudem die Events mit hochkarätigen Top Speakern, wie zum Beispiel Trigema-Chef Wolfgang Grupp, von denen man ebenfalls unglaublich viel mitnehmen kann.

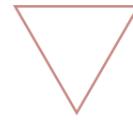
DIE ABSOLUTE MARKTDOMINANZ

Wesentliche Beweggründe für Unternehmer, in die Jetstream Membership einzusteigen, sind dementsprechend insbesondere die Tipps und das Feedback von absoluten Experten, die in ganz anderen Ligen spielen. „Sie wollen die absolute Marktdominanz und Sichtbarkeit in ihrer Branche und sind vor allem bereit, jeden Tag 120 Prozent Vollgas und Commitment zu geben“, beschreibt Dvorkina die Members darüber hinaus. „Weil für sie nur Ergebnisse zählen.“ Ansporn für eine Mitgliedschaft sei es natürlich auch, die Firma oder Organisation krisensicher zu machen und zu digitalisieren beziehungsweise noch weiter zu digitalisieren. Ferner wünschten sich Mitglieder in der Regel ein Umfeld, das ihr größenwahnsinniges Unternehmer-Mindset teilt. „Erst recht wollen sie, dass ihr Unternehmen kontinuierlich wächst“, merkt Dvorkina an.

DUBAI - DER IDEALE ORT

Nach dem Erfolg im DACH-Raum soll nun zum Ende des Jahres 2023 die erste internationale Gruppe an den Start gehen. Geplant ist, dass die Termine nach demselben Prinzip abgehalten werden wie bei der deutschsprachigen Gruppe: ein Treffen pro Quartal, also insgesamt vier Treffen im Jahr – zwei lange und zwei kurze Meetings. Konzentriert wird sich zunächst auf die Vereinigten Arabischen Emirate. „Hier gibt es eine ganze Menge an Unternehmern aus den verschiedensten Bereichen, die alle hoch hinaus wollen und die nur aus einem Grund hier sind – um ihr Business aufzubauen“, argumentiert Dvorkina. Gerade der Hauptsitz der Jetstream, Dubai, sei der ideale Ort, um geschäftlich und persönlich zu wachsen. Erst mal werde das Potenzial des Staates auf der Arabischen Halbinsel ausgeschöpft. „Welche Länder dann noch kommen, werden wir sehen.“ Die englischsprachige Gruppe wird von der deutschen Gruppe getrennt agieren. Selbstverständlich können alle aktuellen Jetstream Members, die auch in die englischsprachige Gruppe möchten, diese Mitgliedschaft noch on top dazubuchen. „Sie erhalten damit Zugang zu einem komplett internationalen Netzwerk und die Möglichkeit, von anderen Unternehmenskulturen zu lernen und mögliche internationale Partnerschaften zu schließen!“, fasst Dvorkina abschließend zusammen.

JETSTREAM
MEMBERSHIP



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.



JETSTREAM
MEMBERSHIP
PROGRAMM

MIT POWER ZUM ERFOLG

Jetstream Members kommen schneller ans Ziel. Sie haben Rückenwind dank eines exklusiven, hochprofessionellen Netzwerks, das sie unterstützt. So erreichen Jetstream Members zuvor Ungeahntes – und bringen zugleich das gesamte Network nach vorn.

Netze sind in der Geschäftswelt das A und O. Doch nicht jeder Kontakt ist fruchtbar. Wer Jetstream Member ist, bekommt Zugang zu Dirk Kreuters Netzwerk, zu Kooperationspartnern und Gelegenheiten, die zuvor unerreichbar schienen. Hier sind Führungspersönlichkeiten, Unternehmer, Gesellschafter und Geschäftsführer aus Unternehmen mit 6- bis 9-stelligen Jahresumsätzen vertreten. Das gemeinsame Ziel: miteinander und voneinander lernen, sich über geschäftliche und wirtschaftliche Themen austauschen und Kontakte knüpfen.

MITEINANDER UND FÜREINANDER
Doch Erfolg gibt es nicht umsonst: „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, Europas erfolgreichster Verkaufstrainer und der Hauptreferent des Jetstream Membership Programms. So erwartet das Netzwerk von seinen Mitgliedern, dass sie selbst

auf verschiedenen Ebenen einen Mehrwert für alle anderen Jetstream Members generieren können. Nur wer sein neu gewonnenes Umfeld bereichern kann, profitiert auch selbst unweigerlich um ein Vielfaches davon.

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

KLEINE STELLSCHRAUBEN – GROSSE WIRKUNG
Bei den Netzwerktreffen eröffnet sich die Möglichkeit, die eigenen Verkaufs- und Vertriebsprozesse von Dirk persönlich auf Herz und Nieren prüfen zu lassen. Oft sind es nur kleine Stell-

schrauben, die für massive Umsatz- und Gewinnsteigerungen verantwortlich sind. Dirk Kreuter unterstützt jedes Mitglied dabei, sämtliche Schwachstellen nachhaltig zu eliminieren.

JETSTREAM MEMBERS, WER GEHÖRT DAZU?
Jetstream Members sind erfolgreiche Unternehmer und Selbstständige, die über einen entsprechenden Mindestumsatz verfügen. Wer ebenfalls Jetstream Member werden möchte, sollte sein Unternehmen bereits so positioniert haben, dass er oder sie sich mehrmals im Jahr für mehrere Tage aus dem Tagesgeschäft herausziehen und diese Zeit voll für die Jetstream Treffen und Seminare nutzen kann. Die Meetings finden viermal jährlich jeweils in Dubai (Vereinigte Arabische Emirate) statt. Keinen Zugang zum Jetstream Membership Programm haben Angestellte, Manager, Trainer, Speaker und Coaches. Wer sich für das Netzwerk interessiert und Jetstream Member werden möchte, füllt das Bewerbungsformular (siehe rechts) aus oder nimmt per E-Mail Kontakt auf: business@jetstreammembers.com.

Jetstream
Members –
die Bewerbung
Link zum Bewerbungs-
formular und zu weiteren
Informationen:



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 vier 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, zu einem vergünstigten Preis an allen 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 bei Managing Director Jana Dvorkina per E-Mail unter business@jetstreammembers.com.

DIRK HILDEBRANDT, GO4IT! GMBH:

Das Netzwerken, die wertvollen Impulse und die unschätzbare Gruppendynamik unter den Jetstream Members ist absolut kostbar und in jeder Hinsicht beflügelnd. Es ist immer wieder ein Eintauchen in eine andere Welt. Eine Welt, in der die Menschen anders denken, fühlen und wollen. In dieser Gruppe gibt es kein Wenn und Aber. Alle streben gemeinsam in eine Richtung: vorwärts. Als Teil der Gruppe habe ich gelernt, mir zu erlauben, größer und weiter zu denken. Nach jedem Treffen habe ich mein Ziel korrigiert, weil ich zweifelsfrei wusste: Da geht noch mehr. Das ist nicht nur eine Mindset-Frage, sondern hat mit Visionen und deren strategischer Realisierung zu tun. Dirks intensive Begleitung und der Austausch mit anderen Unternehmern auf Erfolgskurs fordern mich heraus. Gemeinsam verlassen wir die Komfortzone und entwickeln mutig und zielstrebig unsere



Geschäftsmodelle. Wenn auch Du Dein Business auf diese außergewöhnliche neue Stufe heben willst, ist dieses Netzwerk genau der Ort, an dem Du sein solltest. Zünde jetzt den Turbo und überrasch Dich selbst! Ich kenne viele Business-Netzwerke. Das, was Dirk hier kreiert hat, ist einmalig und wird Dein Leben verändern.

JÜRGEN REINMUTH, CELL-O2 BREATHING ENERGY:

Der Erfolg fängt immer mit dem ersten Schritt an, wenn nicht jetzt, wann dann? Unter diesem Motto bin ich in die Jetstream Membership eingestiegen. Ich bin extrem dankbar für den Austausch mit gleichgesinnten Unternehmern, die einfach Lust nach mehr verspüren, die Lust auf Erfolg haben oder neue Ideen kreieren wollen, aber vor allem sich selbst zu finden und eine Strategie für sich zu entdecken, wie ich mein Business noch erfolgreicher machen kann. Ich habe sofort beim Frühstück viele interessante Gespräche mit anderen Members geführt, sodass für mich das Programm ab hier schon losging. Man rutscht ganz einfach so rein. Es



ist von Tag zu Tag mega-interessant und spannend. Ich habe dank dem Kreuter Universum und den damit aufgebauten Kontakten einen Fahrplan in der Hand, mit dem ich arbeiten kann. Ich kann nur sagen, ich freue mich aufs nächste Mal und bin gespannt, was mir das nächste Meeting bringt.

QUOTES

ROLAND WIENEN, IC-SYS INFORMATIONSSYSTEME GMBH, NEW EASE AG:



Ich konnte mit meinem Unternehmen im ersten halben Jahr meinen Umsatz verdreifachen, die Anzahl der Mitarbeiter ist gewachsen und ich habe auf alle meine Fragen eine Antwort bekommen. Für jede Frage gibt es mindestens fünf oder sechs verschiedene Möglichkeiten. Dank Dirk Kreuter und meiner Jetstream Membership habe ich die richtigen Rezepte bekommen. Ich wusste, was zu tun ist, und musste nur noch anfangen umzusetzen. Ich bin glücklich über den Austausch mit den Kollegen, die ich dort kennenlernen durfte. Jedem, der gerade im Aufbau seines Unternehmens ist, rate ich, auch ein Jetstream Mitglied zu werden!

NICHT NUR SCHNELLER,
HÖHER, WEITER, SONDERN AUCH
IMMER AUSGEFALLENER:

So präsentiert sich Dubai als Haupt-
stadt eines der sieben Mitglieder
der Vereinigten Arabischen Emirate
ihren zahlreichen Besuchern.

NEUES OFFICE DER JETSTREAM
MANAGEMENT LLC

ARCHITEKTIN & DESIGNERIN:
Dame Zaha Muhammad Hadid
(*31. Oktober 1950 in Bagdad;
†31. März 2016 in Miami, Florida)
Sie erhielt als erste Frau 2004
die bedeutendste Ehrung in
der Architektur, den Pritzker-
Architekturpreis. Ihre Bauwerke
überzeugten mit ihrem fließen-
den, futuristischen Design und
sie prägte die moderne Architek-
tur wie kaum eine andere.

Dabei beeindruckt vor allem das Burj Khalifa, das sich
seit 2008 als höchstes Gebäude der Welt dem Himmel
entgegenreckt. Seit 2020 glänzt jedoch wenige Gehminuten
davon entfernt ein neues architektonisches Meisterwerk an
diesem glitzernden Sternenzelt. Hier hat auch die Jetstream
Management Services LLC im Zuge ihres anhaltenden
Wachstums an Mitgliedern einen neuen Firmensitz erworben,
der bald bezugsbereit ist.

EISWÜRFEL IN DER WÜSTENSONNE?



Instagram:
@eleinterior

► **M**it rund 6.000 Quadratmetern gebogenem und getöntem Glas überzeugt das futuristische Gebäude „The Opus“ als neuestes Juwel der Wüste Touristen und Landsleute gleichermaßen. Bei Tag spiegeln sich der Himmel und die Sonne in den scheinbar unzählbaren Scheiben. Ganze 21 Stockwerke hoch ragt „The Opus“ in Dubais bekanntem „Business Bay“-Viertel. Mit seinen zwei verbundenen Türmen scheint das Konstrukt über dem Boden zu schweben. Verbunden wird das Gebäude im Untergeschoss durch ein gemeinsames Podium, während sich im oberen Bereich eine dreistöckige Brücke mit Hotelapartments befindet. Diese 38 Meter breite, asymmetrische Skybridge hält in 71 Meter Höhe die beiden Türme zusammen und schafft dabei

eine unverwechselbare, frei geformte Leere. Somit entstand ein Wechselspiel aus Kurven und Kanten, das in seiner Art einzigartig ist. Besonders auffällig ist zudem die in der Nacht extra beleuchtete Spiegelöffnung in der Mitte des scheinbaren architektonischen Würfels, mit extra dafür eingebauten LED-Lichtern in den Glaspaneelen. Jana Dvorkina, Managing Director der Jetstream Management Services LLC, erklärt: „Damit wird es auch seinem Ruf als ‚the building that never sleeps‘ eindrucksvoll gerecht.“



STRAHLENDES MEISTERWERK DER MODERNEN BAUKUNST IM WÜSTENSAND
Entwickelt vom Immobilienplatzhirsch Omniyat Properties in Zusammenarbeit mit der legendären Architektin Dame Zaha Muhammad Hadid gehört das Gebäude zu einem der letzten Werke der 2016 verstorbenen Designerin. Diese erlebte den Abschluss ihres Kunstwerks im Oktober 2017. Bei „The

Opus“ handelt es sich zudem um ein spezielles Projekt der irakisch-britischen Architektin, da der Entwurf zu Anfang kaum umsetzbar erschien und im Zuge des Baus neue Techniken zum Einsatz kommen mussten. „Hadids Vision eines Kubus spiegelt sich in der scheinbar organisch fließenden Glasfassade wider und zeigt die architektonische Meisterleistung“, verdeutlicht Dvorkina. Allein der Leerraum mit seinen circa 4.544 individuell gefertigten Fassadeneinheiten zeigt die hohe Ingenieurskunst, die im Zuge der Bauarbeiten benötigt wurde. Hier brauchte es aufgrund der hohen Temperaturen in der Wüstenregion eine spezielle Befestigungstechnik für die Fixierung. Auch das Glas selbst bedurfte unter anderem aufgrund des Drucks beziehungsweise Zugs auf die gebogenen Scheiben einer außergewöhnlichen Herstellung mit einem zuvor noch nicht industriell erprobten Verfahren, um so die Bruchfestigkeit zu erhöhen. Für die Erschaf-

fung dieses Glanzstücks beauftragten die Konstrukteure sowie die Architektin eigens Unternehmen aus der ganzen Welt und nutzten das gesamte Know-how von vielen unterschiedlichen Fachdisziplinen.

BESTE AUSSTATTUNG UND RUNDUM-SERVICE
Nach Eröffnung des Komplexes im Jahr 2020 enthält er nun neben Gewerbeimmobilien und luxuriösen Serviced Apartments auch ein 5-Sterne-Hotel. Lichtdurchflutete Atrien, geschwungene Räume und eine minimalistische Umgebung eröffnen den Blick unter anderem auf ein Wellnesscenter, mehrere Einzelhandelsflächen, eine Tiefgarage, ein Café sowie ein mit einem Michelin-Stern ausgezeichnetes Restaurant. Zudem enthält das Gebäude einen Outdoor-Swimmingpool, ein Fitnessstudio und einen 24-Stunden Concierge-Service. Dvorkina

weiß: „Dies zeigt wieder einmal: Wer in Dubai Erfolg haben möchte, der muss schon etwas Besonderes liefern.“ Außerdem stehen Wohnungen mit bis zu drei Schlafzimmern, Maisonetten und Penthouses zum Verkauf. Diese Wohnimmobilien befinden sich in den obersten Stockwerken von „The Opus“, das einen spektakulären Blick auf den Arabischen Golf und den höchsten Wolkenkratzer Burj Khalifa bietet. Die Preise beginnen in diesem Zusammenhang bei 708.000 US-Dollar. Bewohnerinnen und Bewohner des hochmodernen Komplexes haben zudem Zugang zu Annehmlichkeiten, wie dem beheizten Swimmingpool, dem hauseigenen Spa, dem Fitnessstudio auf neuestem Stand und mehreren preisgekrönten Restaurants, die sich im Gebäude selbst befinden. Mit einer umfangreichen Auswahl an verschiedenen

Wohnungstypen findet hier jeder das richtige für sich – egal ob Familien, Singles oder Unternehmen. Auch die günstige Lage in der Nähe des Burj Khalifa und innerhalb des „Business Bay“-Viertels ermöglicht einen einfachen Zugang zu allen Teilen des Emirats.

NEUESTE ADRESSE AM PLATZ
Für Geschäftsleute, die auf der Suche nach einem neuen Office sind, bietet „The Opus“ hochwertige Büroräume in bester Lage ab circa 3.140 Quadratmetern für umgerechnet 836.000 US-Dollar und steigend. Dieser glanzvolle neue Firmensitz erlaubt neben einem entsprechenden Prestige auch die Nutzung der hauseigenen Ausstattung. Eingemietet im „The Opus“ haben sich schon Unternehmen wie der Softwareentwickler AIJoodi Technologies, die Unternehmensberatung EFirst

Global Business Services, SAN Biotech General Trading oder die Mezzan Holding Group. Gleichzeitig möchte auch die Jetstream Management Service LLC dieses Gebäude in Kürze nutzen. „Für das Unternehmen stand schnell fest, dass sie in ein neues Office investieren, anstatt zu mieten. Mit dieser langfristigen Planung wollen sie dem Wachstum und den steigenden Mitarbeiterzahlen in Dubai gerecht werden, um so die zunehmende Anzahl an Mitgliedern zu betreuen. Als eines der neuesten und modernsten Gebäude in Dubai erweist sich ‚The Opus‘ als die richtige Wahl für Jetstream“, erklärt Jana Dvorkina. „Nach der Einrichtung des neuen Büros dürfen zudem Mitarbeiter aus Bochum für drei Monate in Dubai arbeiten, zu Zwecken des Employer Brandings. Im Zuge einer Betriebsangehörigkeit von über einem Jahr steht es den Angestellten außerdem frei, an den Standort in Dubai zu wechseln.“

THE OPUS:
Eröffnung: 2020
Höhe: 93 Meter
Etagen: 21
Standort: Burj Khalifa District
Nutzung: 5-Sterne-Hotel,
Gewerbeimmobilien, Serviced
Apartments, Einzelhandel,
Restaurants
Annehmlichkeiten: Wellnesscenter,
Tiefgarage, Michelin-Stern-
Restaurant, Gemeinschaftspool,
Fitnessstudio, 24 Stunden
Security
Architektin: Dame Zaha
Muhammad Hadid



„THE BUILDING THAT NEVER SLEEPS.“



JETSTREAM

VIP



WAS BIETET JETSTREAM VIP?

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

- Ein privates zweitägiges Meeting pro Jahr in der Jetstream VIP Gruppe mit Dirk Kreuter, Lisa Göppert und Robert Klipp
- Reservierte Plätze in den ersten Reihen bei allen Jetstream Meetings und gebuchten Seminaren
- Exklusive Mittagessen mit eingeladenen Speakern während der Events
- Exklusive Specials in der Jetstream VIP Gruppe und mit Dirk Kreuter vor den regulären Meetings
- VIP-Betreuung bei Seminaren und während der Jetstream Meetings

Laufzeit beträgt 24 Monate

NUR AUF EINLADUNG!

Derzeit gibt es sechs Jetstream VIPs – ausgewählte Kandidaten, die sich direkt für zwei Jahre committen.

Jetstream VIP ist die Möglichkeit, noch näher an Dirk Kreuter, Lisa Göppert und Robert Klipp zu sein.

▶ DER INNER CIRCLE



JETSTREAM VIP

Beim VIP Meeting im Hyatt Regency Düsseldorf
am 21. und 22. November 2022



Dirk Kreuter



Daniel Dunkhase von der XR-C Academy GmbH während seiner Präsentation



Burkhard Küpper



Suwi Murugathas



Robert Klipp



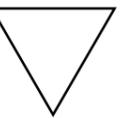
Milan Grujic



Serkan Basin

FIRMENGRÜNDUNG DURCH PFANNE MIT BRENNENDEM SPECK

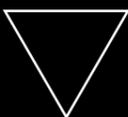
Mit der CAICON GmbH setzt Jetstream Member
Lars-Hendrik Pirck seit über 25 Jahren auf
dem Werbemittel- und Merchandise-Markt durch maß-
geschneiderte Rundumlösungen mit individualisier-
ten Produkten, kompletten Design-Kollektionen und
Image-Konzepten immer wieder neue lösungsorientierte
Meilensteine. Damit trifft der überzeugte Familien-
mensch exakt die Anforderungen seiner Auftraggeber
aus Mittelstand und Konzernebene.



JETSTREAM
MEMBER
LARS-HENDRIK
PIRCK

Zielstrebig-
pragmatischer Unter-
nehmer mit großem
Familiensinn, der sein
Mindset auch an die
Kinder weitergibt.





Hochkarätige Firmen vertrauen auf CAICON

Merchandise Studio als ganzheitlich agierenden Merchandise-Lieferanten. Geliefert wird querbeet in den Mittelstand und auch an Konzerne wie Mercedes-Benz, die BMW-Group, AIDA Cruises, den Robinson Club oder die IHK, Dirk Kreuter und über 3.200 Mittelständler in der DACH-Region. Über die Automobilkunden entwickelte sich das Geschäft. Dabei wollte er Dienstleistungen nicht out-sourcen: „Ich wollte anders als andere Firmen alles inhouse abwickeln. Das heißt, ich habe Marketing-spezialisten, Produktdesigner, Produktentwickler, ein Sourcing-Team und eine eigene Qualitätssicherung mit Büro in Fernost. Wir haben eigene Mediengestalter, die die Verpackungen sowie Anleitungen layouts, und selbst einen 3D-Drucker. Wir sorgen dafür, dass die Produkte marktkonform entwickelt und international zertifiziert werden, und verfügen über eine eigene Logistik mit Konfektionsservice in unserem Neubau.“ CAICON Merchandise Studio hilft dabei, die eigene Marke zu stärken, Neukunden zu generieren und dabei gleichzeitig eine Menge Zeit bei der internen Abwicklung zu gewinnen, weil durch ein individuell gezieltes Konzept die richtigen Merchandise-Produkte eingesetzt werden. Die Mission von Lars-Hendrik Pirck ist, die Kunden der Kunden zu Fans zu machen.



EINEN GUTEN JOB GEMACHT

Vor 25 Jahren gründete Pirck seine GmbH. Auslöser war eine brennende Pfanne mit Speck in einer Ferienwohnung im USA-Urlaub, die er mit einem Feuerlöscher gelöscht hat. Der leere Feuerlöscher musste ersetzt werden und war ein Vielfaches günstiger als in Deutschland. So

keine Produkte. Aufgeben war für ihn keine Option. „Das ist ein Leitsatz, der sich durch mein Unternehmertenleben zieht: Egal, was passiert, ich finde immer eine Lösung. Das hat mich immer motiviert, beflügelt und getragen.“ Neue Produkte mussten her. Er stieß auf ein selbstreinigendes Golfhandtuch, das er zunächst

Produkte mit Logo, später wurde die Nachfrage nach Merchandise-Produkten und -Kollektionen größer, etwa für BMW oder Mercedes. „Weil wir einen guten Job gemacht haben, wurden dann etliche weitere Projekte umgesetzt.“

STARKE VERÄNDERUNG

„Ich habe es geschafft, die Firma konsequent auszubauen, bin dann aber an ein Glasdach gestoßen“, sagt Lars-Hendrik Pirck. Nahezu zeitgleich realisierte er, nicht so operativ weitermachen zu wollen wie bisher, also mehr „am“ statt „im“ Unternehmen zu arbeiten. Bereits 2021 meinte seine Frau Kirsten, er solle doch in die Jetstream Membership eintreten. Er bräuchte ein anderes Umfeld, um sich weiterentwickeln zu können, zumal er auf diesem Umsatzplateau festhing und kaum in der Sichtbarkeit war. Sein Jetstream-Startschuss fiel im Oktober 2022.

REFERENZERLEBNIS VATER-/TOCHTER-PITCH MIT FREUDENTRÄNEN

Lars-Hendrik ist froh und glücklich, dass er eine stabile Partnerschaft mit seiner Ehefrau Kirsten und mit Tochter

„Das ist ein Leitsatz, der sich durch mein Unternehmertenleben zieht:
EGAL, WAS PASSIERT, ICH FINDE IMMER EINE LÖSUNG.
Das hat mich immer motiviert, beflügelt und getragen!“

entstand die Idee, Produkte aus den USA nach Deutschland zu importieren. Nach der Gründung am 08.01.1998 wurden Umweltsicherheitskits importiert. Drei Monate später war der Lieferant vom Markt verschwunden. Pirck hatte eine GmbH, hatte Geld ausgegeben, hatte aber

auf Golfplätzen, später den Firmen, die Golfturniere veranstalteten, anbot. Das waren die Automobilkunden: So baute er den zweiten Geschäftsbereich – den Merchandise-Bereich – auf, der heutzutage das starke Standbein seines Unternehmens ist. Anfangs nur Golf-

Kaitlyn (14) und Sohn Conner (11) auch zwei tolle Kinder hat. „Familie ist mir sehr wichtig; auch die Weiterbildung meiner Kinder.“ Bei Dirk Kreuter habe die Familie viele Referenzerlebnisse gehabt, die er sich in seinen kühnsten Träumen nicht hätte vorstellen können. „Ein besonderes hatten wir, als ich mit meiner Tochter gemeinsam gepitcht habe; und das eigentlich ungeplant.“ Nachdem eine Kollegin aus der Jetstream Membership zu seiner Tochter Kaitlyn meinte, sie solle gemeinsam mit ihrem Vater pitchen, übten er und seine Tochter den Pitch bis nachts um halb zwei und bauten ihn so um, dass Lars-Hendrik den ersten Teil machte und dann an seine Tochter übergab. „Als wir dann vortragen haben, waren so viele Leute sprachlos.“ Seither wurde er

„FAMILIE IST MIR SEHR WICHTIG; AUCH DIE WEITERBILDUNG MEINER KINDER.“

von über 170 Leuten angesprochen, wie einzigartig es doch ist, was er macht, und wie er das hinbekommen habe, dass Frau und Kinder mitgekommen sind. „Ich werde auf einmal auf Dinge angesprochen, die für mich selbstverständlich sind.“

EHRENAMTLICH IN DER HANDELSKAMMER

Lars Hendrik Pirck: „Ich habe in der Selbstständigkeit sehr viel Hilfe von Freunden, Bekannten und Geschäftspartnern erhalten

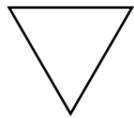
und mir nicht nur deutschlandweit, sondern weltweit ein großes Netzwerk aufgebaut. Dafür bin ich extrem dankbar.“ Nur folgerichtig engagiert er sich ehrenamtlich in der Vollversammlung sowie dem Präsidium der Handelskammer Lübeck und tritt dort für Unternehmertum und Mindset ein. „Im Unternehmertum liegen so viele Chancen und die große Möglichkeit, etwas Eigenes zu schaffen!“ Für ihn sei dies ein Teil des „Giving Back“.

FAMILIENMENSCH AUS ÜBERZEUGUNG

Als Familie haben die Pircks sehr viel aus den Seminaren mitgenommen. „Wir haben Rituale eingeführt. Jeden Abend sprechen wir darüber, warum heute ein guter Tag war und weshalb morgen ein toller Tag wird?“ Und dann gibt Lars-Hendrik Pirck noch ein plakatives Beispiel für die Wertschätzung innerhalb des Kreuter-Kosmos: Sohn Conner, gerade mal 11 Jahre alt und technisch sehr affin, war mit auf der Vertriebsoffensive und durfte mit einer 30.000-Euro-Kamera filmen, wurde als 11-Jähriger wie ein Erwachsener integriert und auf Augenhöhe wahrgenommen. „Das ist halt einzigartig.“ Es ist nicht zu übersehen: Die Pircks gehen wie eine Wand nach vorne; nichts kann sie umhauen.



Energie ist das bestimmende Stichwort für das Ehepaar Anastasia und Andreas Eichholz. Mit ihrem spezialisierten Unternehmen bauen sie Wärmepumpen ein und sind damit maßgeblich an der energetischen Modernisierung und dem ökologischen Wandel beteiligt. Die Energie für die Skalierung ihres Betriebes ziehen sie aus der Jetstream Community – und das mit erstaunlichem Erfolg.



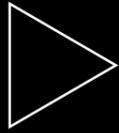
ZÜGIGE UMSETZUNG
Anastasia und Andreas Eichholz haben sich mit ihrem Meisterbetrieb, der Eichholz GmbH, seit 2019 nahezu vollständig auf den Einbau und die Wartung von Wärmepumpen konzentriert. Im Zuge der aktuellen Energiepolitik sind die Auftragsbücher gut gefüllt, was allerdings auch am speziellen Geschäftskonzept des Unternehmens liegt: Von diversen Mitbewerbern heben sie sich dadurch ab, dass sie imstande sind, die Wärmepumpen vergleichsweise schnell und termingerecht ohne lange Wartezeiten zu installieren. Während die meisten Fachbetriebe die Anlagen nur nach Auftragszusage mit entsprechend langen Lieferzeiten von 12 Monaten und mehr bestellen, kaufen Anastasia und Andreas Eichholz die Anlagen bereits im Vorfeld und haben jederzeit einbaufähige Wärmepumpen am Lager. Dadurch verkürzen sie die Liefer- und Einbauzeiten und sichern sich einen maßgeblichen Wettbewerbsvorteil.

JETSTREAM
MEMBERS
Anastasia und
Andreas Eichholz

„ES IST JETZT ALLES EINFACH NUR NOCH UN- GLAUBLICH“

MEISTERLICHE EXPERTISE IM FOKUS
Andreas Eichholz blickt als Meister auf 18 Jahre Berufserfahrung; ein entscheidendes Argument für die Kunden, die sich bei der Umsetzung absolute Expertise wünschen. Das hoch motivierte Team vom Meister bis zu den Gesellen, von Azubis bis zu Quereinsteigern wird ständig weitergebildet. In der Thematik der Wärmepumpentechnologie gibt es, so Anastasia Eichholz, tagtäglich Neuerungen. In der Branche sei es jedoch zwingend wichtig, lückenlos auf dem aktuellsten Wissensstand zu sein. Dabei erhalten die Kunden auf Wunsch ein All-in-one-Paket von der Montage und vorherigen Demontage bis zur Erstellung der Förderanträge und mehr. Jährlich werden rund 250 Wärmepumpen eingebaut. Dennoch gab es betriebliche und persönliche Stagnation, die sich durch die Tipps und das Coaching von Dirk Kreuter plötzlich auflöste.

UMSÄTZE IN EINEM JAHR VERSIEBENFACHT
Anastasia Eichholz sagt: „Wir haben ein paar Jahre gearbeitet und hatten immer das gleiche Level. Dann lernten wir Dirk Kreuter und seine Visionen kennen: Innerhalb lediglich eines Jahres haben wir unsere Umsätze versiebenfacht! Das darfst Du ja keinem erzählen, das wird Dir keiner glauben.“ Doch wie war es dazu gekommen? Mehr aus Spaß hatten die beiden 2021 an einem Online-Seminar teilgenommen und eigentlich gedacht: „Okay, das war’s.“ Dann rief Dominic Kaub von Dirk Kreuter an und sagte: „Hey, das Mentoring-Programm wäre gut für Euch.“ Schon am ersten Tag war ihnen klar: Das ist einfach nur unglaublich, was es da für Ideen gibt. Und dabei sollte es nicht bleiben: „Wir müssen in den Jetstream, wenn schon das Mentoring so stark ist.“ Anastasia Eichholz: „Wir sind seit Oktober 2022 dabei.“



Das war zwar eine Investition, aber die haben wir längst wieder rausgeholt.“

ALS FAMILIE STÄRKER GEWORDEN

Das Mindset sei definitiv anders geworden, berichten die beiden. So denken sie viele Dinge anders. Und auch mit den Kindern werden der Alltag, die Wünsche und Ziele intensiver besprochen. Anastasia Eichholz: „Die Kinder nehmen wir fast immer mit zu unseren Seminaren.“ So bekommen sie vorgelebt, dass Business Spaß macht. „Wirklich glücklich macht uns, dass sich nicht nur

unsere Umsätze verändert haben, sondern auch unser Familienleben. Als Familie sind wir viel, viel stärker geworden.“ Andreas Eichholz betont zudem, er habe durch den Jetstream seine Stärken entdeckt, insbesondere auch die verkäuferischen Fähigkeiten. Er habe die Energie und die Ideen aus dem Mentoring von Dirk Kreuter mitgenommen, einfach beim Kunden angewandt und verstanden: Das funktioniert megagut. Anastasia fügt hinzu: „Wir danken Dirk herzlich dafür, dass er das überhaupt alles ins Leben gerufen hat und die Jetstream Idee hatte.“

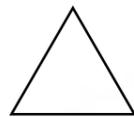
MITARBEITER KOSTEN KEIN GELD

„Bei Dirk Kreuter haben wir gelernt: Mitarbeiter kosten kein Geld, die bringen Geld. Somit haben wir im letzten Jahr begonnen zu skalieren und den Personalstamm von ehemals 5 auf aktuell 17 Mitarbeiter erhöht. In diesem Zuge haben wir unsere Prozesse optimiert. Das heißt, wir sortieren aus und stellen die Guten ein; jene, die Lust haben. Wir nehmen nicht irgendwen, wir suchen uns Mitarbeiter raus, die unser Ziel, unsere Vision verfolgen. Zielsetzung ist es, dieses Jahr auf einen Stamm von 30 Monteuren zu kommen.“

GEMEINSAM SIND WIR STARK

Ein Schlüsselerlebnis bei der Entscheidung für den Jetstream war ein Urlaub: Wie üblich hatte die Familie sich ein Boot genommen und paddelte mit den Kindern in der Mitte zunächst entspannt über das Wasser. Plötzlich gerieten sie in eine Strömung mit wirklich hohen Wellen. In der riskanten Situation wusste auf einmal jeder sekunden-schnell, was seine Aufgabe ist. Nachdem sie ungefähr 20 Minuten in der reißenden Strömung gepaddelt hatten, kamen sie irgendwann mit vereinten Kräften und schmerzenden Schultern aus dem brenzlichen Szenario heraus. Anastasia fragte Andreas: „Weißt Du, was gerade passiert ist? – „Ja, zusammen sind wir doppelt so stark und doppelt so schnell.“ Es war ihr persönlicher Jetstream. Die Entscheidung für die gemeinsame Jetstream Membership war in diesem Moment gefallen.

„BEI DIRK KREUTER HABEN WIR GELERNT: MITARBEITER KOSTEN KEIN GELD, DIE BRINGEN GELD.“



Als Team auf der energieeffizienten Überholspur in der mehr als aktuellen Branche der Wärmepumpentechnik



JETSTREAM MEMBERS

Marleen und Andreas Schmitz

Branchenübergreifend gilt das Recruiting als eines der bestimmenden Themen der Zeit schlechthin. Zeitgemäße Lösungsansätze sind gefragt wie nie zuvor.

Exakt die liefern die Vollblutunternehmer Marleen und Andreas Schmitz mit ihrer Unternehmensagentur Gendler & Schmitz / ichwillpersonal.de im Sinne der Kunden. Eine Erfolgsgeschichte mit Volldampffaktor.

„WIR SIND EXTREM IM UMSETZEN“



Seit 2006 Unternehmer, verkaufte Andreas Schmitz 2012 eine Firma in der Medizintechnik, mit der er als unangefochtener Marktführer größter Händler in Deutschland für Erste-Hilfe-Defibrillatoren war. Insbesondere seinen guten, seinerzeit onlinelastigen Marketingmix sowie das ideale Vertriebsmanagement identifiziert er als seine damaligen Erfolgsfaktoren. Nach dem Bachelor in Wirtschaftspsychologie und dem Master in Marketing und Vertrieb beriet er Firmen im Bereich der Digitalisierung, woraus sich die Agentur Gendler & Schmitz / ichwillpersonal.de





psychologisch fundierten und individuell optimierten Inhalten. Gleichzeitig wird unter anderem für ein effizientes Bewerbungsmanagement sowie vor allem für eine hochwertige Karriereseite gesorgt. „Wir arbeiten so, wie ich es mir als Unternehmer früher von den Agenturen gewünscht hätte.“ Ein wesentlicher Ansatz der Firmenphilosophie

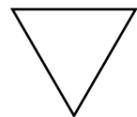
rieren und kompromisslos nur die besten Kandidaten einstellen, zumal die Prozesse für das Auswahlverfahren optimiert sind. Gleichwohl werden die Kunden durch ein exzellentes Onboarding mit hohem Faktor in der Mitarbeiterbindung unterstützt, wobei zugleich aufgrund der eingesetzten Psychologie das Risiko von Fehleinstellungen maßgeblich reduziert wird.

„UNSER ERKLÄRTES ZIEL IST ES, ALS RECRUITING-AGENTUR IN DEUTSCHLAND DIE KLARE NUMMER 1 ZU WERDEN.“

ist es, die Kunden bei der Mitarbeitergewinnung auf höchstem Niveau zu unterstützen und auf Dauer unabhängig zu machen.

ERKLÄRTES ZIEL: NUMMER 1

„Unser erklärtes Ziel ist es, als Recruiting-Agentur in Deutschland die klare Nummer 1 zu werden. Nicht in Sachen Umsatz oder bezogen auf die Mitarbeiterzahl, sondern weil wir die beste Leistung und die besten Ergebnisse bringen – Top-Ergebnisse“, erklären Marleen und Andreas Schmitz. Es gehe darum, als Agentur dafür zu sorgen, dass die Auftraggeber durch ein durchdachtes Recruiting-System einen kontinuierlichen Prozess erhalten, über den sie dauerhaft drastisch mehr qualifizierte Bewerbungen gene-



mit besonderem Fokus auf Mitarbeitergewinnung herauskristallisierte. Eine Agentur, die mit ausgereiften Konzepten neue Wege geht und sich von ausgetretenen Recruiting-Pfaden verabschiedet.

UNABHÄNGIGKEIT IM FOKUS

Social Recruiting, so Andreas Schmitz, sei immer nur eine Insellösung. Dabei werde die Zielgruppe mit viel Werbebudget durch einen Funnel

gepusht. Mache man ausschließlich Social Recruiting, sei das ein Projekt. Entscheidend in der Mitarbeitergewinnung sei jedoch der stimmige Marketingmix, den die Agentur durch eine Komplettlösung bietet. Recruiting im heutigen Alltag sollte ein kontinuierlicher Prozess sein. „Was wir machen, ist eine crossmediale Synergie aus dezentem Pushen und der Erzeugung eines Sogs; etwa durch die Präsenz auf Jobportalen mit Stellenanzeigen, die aus der Vergleichbarkeit ausbrechen; weg vom Einheitsbrei, hin zu etwas ganz Besonderem mit

UND DAS IST NUR ANFANG
Sales Coach Dominic Kaub und Dirk Kreuter gehören laut Andreas Schmitz zu den wichtigsten Faktoren für den heutigen Erfolg des Unternehmens. „Wir haben uns am 10. September für den Kreuter-Kosmos entschieden, weil Dominic Kaub bereits mit den ersten Impulsen unser Vertrauen gewonnen hat. Dabei sind wir extrem im Umsetzen und geben reichlich Vollgas.“ Zwei Tage nach Eintritt von Andreas Schmitz in die Jetstream Membership sei man nach Dubai geflogen, habe dafür sogar die geplante Hochzeitsreise abgesagt. „Weil wir uns dermaßen committet haben, gibt es nur einen Weg – und der geht steil nach oben und nach vorn.“ Und das sei nur der Anfang von dem, was noch folgt.

RASANTE EXPANSION

„Nach Buchen des Monitorings haben wir gesagt: Nächstes Jahr wollen wir so 2 Millionen Umsatz machen. Nach Dubai haben wir das Ziel auf 4 – 5 Millionen korrigiert.“ Nun habe man für dieses Jahr ein Planungsziel von 7,8 Millionen und wolle bis Ende des Jahres bei 45 Mitarbeitern sein. „Allein in den letzten drei Monaten haben wir 18 Mitarbeiter eingestellt und innerhalb des 4. Quartals 2022 satte 292 Prozent mehr Umsatz gemacht als in der Summe der ersten drei Quartale.“

Brüssel erreichte man trotz durchgetretenem Gaspedal nicht rechtzeitig; die Reise per Fähre war aufgrund einer Schneewarnung zu riskant. Gesundheitlich angeschlagen und durch eine 15 cm lange Spritze wieder schmerzfrei erreichte Andreas Schmitz übermüdet doch noch einen Flug ab Düsseldorf, allerdings umstandshalber nun allein.

Er schaffte es pünktlich zum Dinner in London und konnte am Jetstream Meeting teilnehmen. „Die Einstellung war: Niemand erinnert sich an den, der es nur versucht hat.“ Diesen kompletten Willen hätte man schon aus Dubai mitgenommen, zumal die Members einfach im positiven Sinne krank sind: krank erfolgreich!



„DIE EINSTELLUNG WAR: NIEMAND ERINNERT SICH AN DEN, DER ES NUR VERSUCHT HAT.“

LONDON IS CALLING

„Bereits auf der Vertriebs-offensive Ende Oktober bekamen wir den Sales Champions Award, zumal das Team Kreuter überzeugt war, dass wir hervorragend performt hatten.“ Am Tag danach entschied sich auch Marleen Schmitz für die Jetstream Membership mit Start im März. Allerdings wollten sie zunächst beide – angestachelt durch den eigenen Erfolg – nicht so lange warten, stattdessen bereits in London gemeinsam mit dabei sein. Gesagt, getan; es begann eine Odyssee der außergewöhnlichen Art. Flüge nach London waren nicht mehr buchbar, weil gecancel. Einen Schnellzug ab



WAS IST WICHTIG IN 2023
Motiviert durch Dirk Kreuter und Dominic Kaub hat das Ehepaar Marleen und Andreas Schmitz aktuell ein Buch mit dem Titel „Maximaler Recruiting-Erfolg jetzt“ herausgebracht. In der aktualisierten Neuauflage gibt es auch Tipps zum Thema „Was ist wichtig in 2023“.

„WENN ICH HINFALLE, STEHE ICH WIEDER AUF“

In der Dentalbranche ist ein digitales Verwaltungssystem die zeitgemäße Basis funktionierender Arbeitsprozesse und Abrechnungen. Die solutio GmbH & Co. KG ist unter der Leitung von Ilona Schneider zu einem der Big Player im Segment von zahnärztlicher Software und Praxismanagement gereift: mit Durchhaltevermögen, Teamspirit und positivem Mindset.

Jetstream Member Ilona Schneider lernte Dirk Kreuter bereits 2008 kennen. Bei den Stuttgarter Nachrichten wurden einmal monatlich Vorträge von Referenten und Coaches gehalten. Auch Dirk war dort unterwegs, damals noch ein richtiger Einzelkämpfer. „Da hab ich ihn mir rausgezogen.“ Sie engagierte Dirk, woraufhin er den gesamten Vertrieb ihres Unternehmens coachte. Anfang 2022 buchte sie die Jetstream Membership.

Ihre Intention war es, dort Menschen zu treffen, die vielleicht ihr Mindset haben könnten. Und das war und

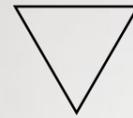
ist so: „Ich kann mich mit den Menschen austauschen und meinen Input ins Handeln bringen.“

MAN BRAUCHT GROSSE VISIONEN „Ich kann nur jedem empfehlen, in die Jetstream Community einzutreten. Der Austausch mit anderen Unternehmern ist Gold wert. Unternehmer denken anders als Mitarbeiter. Menschen, die noch keine Unternehmer sind, können besonders partizipieren. Es ist dieses spezielle Selbstverständnis: Wenn ich hin falle, stehe ich wieder auf. Und ich stehe immer einmal mehr auf, als ich hin falle.“ Es gehe darum, immer wieder auszuprobieren und sich größere Ziele zu setzen. Man brauche große Visionen. Das Wichtigste allerdings seien Gesund-

heit, Sport, gute Ernährung und mit sich im Reinen zu sein. „Ohne dies fehlen uns die Power und der Spirit.“

UNTERNEHMERIN DURCH UND DURCH Unmittelbar nach der Schule und dem Fachschulstudium zur Radiologie-Assistentin führte sie bereits ab dem 21. Lebensjahr diverse Unternehmen unterschiedlichster Ausrichtung. Politisch verfolgt, floh sie gemeinsam mit ihrem Bruder aus dem Osten, um dann feststellen zu müssen, dass ihre Ausbildung in Westdeutschland nicht anerkannt wurde. Ilona Schneider ist per se kein Mensch, der sich durch Stolpersteine unterkriegen lassen würde. So machte sie in Windeseile eine Ausbildung zur Industriekauffrau, wobei ihr immer wieder bestätigt wurde, sie sei „total fürs Management geeignet“. Nach weiteren Stationen, etwa als Co-Inhaberin eines Bioladens mit höchst umfangreichem Sortiment, hatte sich eine Eigenschaft unmissverständlich herauskristallisiert: Ilona Schneider war und ist unbesehen der jeweiligen Branche in erster Linie Unternehmerin.

„DAS WICHTIGSTE ALLERDINGS SIND GESUNDHEIT, SPORT, GUTE ERNÄHRUNG UND MIT SICH IM REINEN ZU SEIN.“



JETSTREAM

MEMBER

Ilona Schneider

Ilona Schneider ist Unternehmerin mit ganz klar definierten Vorstellungen und Zielsetzungen.



ERSTAUNLICH ERFOLGREICH
Ihr zweiter Mann, eine Koryphäe als Zahnarzt, gründete 1992 solutio. Die Software-Produkte, die es für Zahnarztpraxen gab, waren für ihn weder zielführend noch wirtschaftlich sicher, zumal nirgends garantiert war, dass die Abrechnungskräfte wirklich sämtliche Leistungen lückenlos aufnahmen. Also schrieb er eine eigene Software und akquirierte Zahnarztpraxen als Anwender. Erstaunlich erfolgreich war die Software deshalb, weil sie anders war und den Zahnarzt als Unternehmer ansprach. Als ihr zweiter Mann ernsthaft erkrankte, war das Unternehmen angeschlagen. Dennoch hatte Ilona Schneider sich „breitschlagen lassen“, die Unternehmensführung von solutio komplett zu übernehmen. Das waren die Anfänge des mittelständischen Unternehmens, das heutzutage zu den Marktführern

„MENSCHEN VERÄNDERN SICH; MAN MUSS VIEL DAFÜR TUN, DAMIT DER SPIRIT ERHALTEN BLEIBT“

im Premiumsegment zählt. 2022 wurde das Jubiläum des 30-jährigen Bestehens gefeiert. Aktuell beschäftigt solutio 150 Mitarbeiter und generiert einen Jahresumsatz von rund 20 Millionen Euro: „Wir von solutio machen seit 30 Jahren Zahnärzte glücklich.“

FREIRAUM FÜR ESSENZIELLES SCHAFFEN
Das Kernprodukt von solutio – die Verwaltungssoftware „charly“ – ist das Herz der digitalen Zahnarztpraxis. Als universelles Praxisverwaltungssystem ist charly an der Seite der Zahnärzte und organisiert die Arbeitsprozesse vom

Terminmanagement, von der lückenlosen Befunderhebung über die rechtskonforme Abrechnung bis hin zu einem effizienten Controlling. Nicht minder bedeutend ist es, dass charly den Anwendern Freiraum im Alltag und mehr Zeit für die wichtigen Dinge verschafft: die Patienten. Resultat ist, dass das Praxismanagement auf ein vollkommen neues Level gehoben wird. Bereits über 3.700 Zahnarztpraxen gehen mit solutio digital in die Zukunft.

SPEZIELLER SOLUTIANER-SPIRIT
Solutianer sind getrieben von Neugier und professio-

nellem Know-how. Unter dem Motto „no limits“ greifen sie diesen Spirit auf, was bedeutet, für neue Wege offen zu sein und den Mut zu haben, etwas zu bewegen. Dabei ist die Software längst nicht alles. solutio betreut die Kunden intensiv mit einem Mix aus Seminaren, Webinaren und E-Learning. Den Fachkräftemangel in der Dentalbranche reflektierend, wird zudem ein flexibler Abrechnungssupport angeboten. Dabei hat solutio innerhalb der Branche eine spezielle Klientel: die unternehmerischen Zahnärzte. Mit dem Portfolio ist das Unternehmen von Ilona Scheider aus Überzeugung klar im Premiummarkt angesiedelt. Immer wieder werden die Stellschrauben auch mit den Leitmotiven von Dirk Kreuter neu justiert. „Menschen verändern sich; man muss viel dafür tun, damit der Spirit erhalten bleibt“, sagt Ilona Schneider.

Auch die beiden Söhne von Ilona Schneider profitieren bereits von der Jetstream Membership.



EIN GANZ NEUES LEVEL

Marc Suerbier ist begeisterter Calisthenics-Athlet. Mit der Gründung von CustomBars hat er seine Leidenschaft und Erfahrung mit seiner Kompetenz als Maschinenbauingenieur verbunden. Welchen Vorteil Unternehmen davon haben? Gesundere und produktivere Mitarbeiter! Suerbiers eigenes Unternehmen hingegen profitiert enorm von seiner Jetstream Mitgliedschaft.

Als Marc Suerbier im Jahr 2010 mit seinem Maschinenbaustudium begann, stand ihm kein Geld für ein Fitnessstudio zur Verfügung. Dennoch wollte er sich fit halten. „Da ich nur 50 Kilogramm wog und starke Rückenschmerzen hatte“, begründet er. Daher machte Suerbier einfach Sport im Freien. Auf dem Schulhof einer Grundschule fand er drei Klimmzugstangen und fing dort an, unter anderem Klimmzüge, Liegestütze und Kniebeugen zu trainieren – zunächst alleine. Außerdem war ihm zu diesem Zeitpunkt noch gar nicht bewusst, was er dort betrieb: Calisthenics. Dabei handelt es sich um ein niedrigrschwelliges Training

mit dem eigenen Körpergewicht. Das Wort stammt aus dem Griechischen und kann mit „schöne Kraft“ übersetzt werden. Doch seine Unkenntnis änderte sich schnell und es kamen nach und nach immer mehr Leute dazu. „Bis wir irgendwann über 50 Leute beim Training waren“, erinnert sich der gelernte Industriemechaniker mit Führungserfahrung, der durch sein Studium seinerzeit beruflich weiterkommen und ein höheres Einkommen erzielen wollte.



JETSTREAM MEMBER

Marc Suerbier



Marc Suerbier
hat mit der
CustomBars GmbH
europaweit schon über
150 Calisthenics-
Anlagen errichtet.

teilhaft und auch einzigartig: Suerbier selbst betreibt den Sport seit mehr als 10 Jahren und war mehr als 5 Jahre Übungsleiter im Calisthenics an Schulen und für Städte. „Somit verfüge ich mit CustomBars über einen riesigen Erfahrungsschatz, den wir in jede Calisthenics-Anlage einbringen, damit das Konzept auch wirklich funktioniert.“ Man unterscheide sich stark von den Unternehmen, die nur einfache Spiel- und Turngeräte unter anderem für zu Hause oder für Spielplätze errichten,

eine Perspektive im Leben zu geben, „indem sie auch ohne die finanziellen Mittel den Zugang zum Sport bekommen und statt Drogen und Gewalt Sport und Disziplin lernen“.

BIS 2025 MARKT-FÜHRER IN EUROPA
Suerbiers Vision ist es nun, bis 2025 der Marktführer für Calisthenics Parks in Europa zu sein und jedem die Möglichkeit zum Sport zu geben – unabhängig von Herkunft, Bildung und Kontostand. 2018 ist er auf den Podcast von Dirk Kreuter aufmerksam geworden und hört seitdem alle seine

Folgen und war auf fast allen seinen Seminaren. Was das bewirkt hat? „Der größte Hebel war es, richtig verkaufen

da bei einem Unternehmen oder bei einer Stadt die Nutzung und die Anforderungen und völlig andere sind. Hier sei die Erfahrung essenziell, damit eine Calisthenics-Anlage auch wirklich genutzt wird und nicht nur auf dem Betriebsgelände oder in dem Stadtpark rumsteht. „Wir helfen dabei, sich als Top-Arbeitgeber auf dem Markt zu präsentieren, neue Fachkräfte zu finden und aktuelle Mitarbeiter zu binden“, erklärt der Gründer und Geschäftsführer. Darüber hinaus sorgten Unternehmer mit einem hochwertigen Calisthenics Park auf dem Firmengelände dafür, dass Mitarbeiter besser miteinander kommunizieren sowie fitter und produktiver werden. Städten und Gemeinden hingegen werde dabei geholfen, jungen Erwachsenen wieder

zu können und die Produkte so zu vermarkten, wie meine Zielgruppe es benötigt, und alle Prozesse zu systematisieren und zu automatisieren, damit meine Leistungen und Ergebnisse durch Mitarbeiter einfach reproduzierbar sind“, berichtet Suerbier. Bereits seit Kreuters Seminar „Umsatz extrem“ in 2019 wollte er Jetstream Member werden, um CustomBars auf die nächste Stufe zu bekommen. „Ich wollte von

Unternehmern lernen, die da sind, wo ich hinwill.“

DIE RICHTIGEN ANTWORTEN FÜR DAS ZIEL
Die Jetstream Mitgliedschaft bisher brachte die Strukturen hinsichtlich Recruiting, Einarbeitung und Mitarbeiterführung auf ein ganz neues Level. „Dank dieser neuen Prozesse können wir uns vor lauter Bewerbungen kaum noch retten und stellen laufend neue Mitarbeiter ein und können diese in unserem System einfach erfolgreich sein lassen“, so Suerbier. Außerdem stieg etwa der Jahresumsatz von etwa 600.000 Euro in 2021 auf über 1.800.000 Euro in 2022 an. Wenn man als Unternehmer Themen habe, die im jetzigen Umfeld nicht gelöst werden können, da keiner die richtigen Antworten geben kann, dann sollte man den Schritt in die Jetstream Membership gehen. Hier würde man die Unternehmer finden, die manchmal einfach andere Fragen stellen und einem damit den richtigen Weg zum Ziel weisen. „Mir hat die Reise mit Dirk ermöglicht, meine Ziele deutlich schneller und zielgerichteter zu erreichen und das Netzwerk zu erhalten, um noch schneller erfolgreich zu sein“, betont er. „Darüber hinaus haben sich einige Freundschaften ergeben, die das Unternehmertum auf ein ganz anderes Level bringen!“

„**„ICH WOLLTE VON UNTERNEHMERN LERNEN, DIE DA SIND, WO ICH HINWILL.“**“



GRÜNDUNG VON CUSTOMBARS

Sechs Jahre später und inzwischen Maschinenbauingenieur gründet Suerbier die CustomBars GmbH, die professionelle Calisthenics-Anlagen aus Edelstahl in ganz Europa errichtet. Wie es dazu kam? Nachdem er selbst ein großer Fan der

Eigengewichtsübungen wurde, begab er sich auf die Suche nach Herstellern von entsprechenden Gerätschaften. Allerdings fand er kein passendes Unternehmen. „Somit war klar, dass eine andere Lösung hermusste.“ Suerbier suchte nach Sponsoren und Partnern, die so etwas bauen konnten. Die

Hochschule in Emden schlug ihm daraufhin vor, dass sie das Edelstahl-Material kauft und den Park baut und er die Planung, Entwicklung und Konstruktion sowie die Projektleitung übernehmen solle. Der Maschinenbauingenieur nahm die passende und herausfordernde Aufgabe an. „So plante und entwickelte

ich den ersten Calisthenics Park und die Hochschule setzte die Anlage nach meinen Wünschen um.“ Anschließend gründete Suerbier sein eigenes Unternehmen. Um die ersten Planungen aufzunehmen, Kunden zu gewinnen und um Werbung zu schalten, nahm er einen kleinen Kredit auf.

CALISTHENICS: ERFAHRUNG ESSENZIELL
CustomBars ist inzwischen europaweit einer der führenden Calisthenics-Parks-Hersteller mit über 150 errichteten Anlagen und arbeitet mit Städten, Vereinen, Schulen, Hochschulen und Unternehmen zusammen. Besonders vor-



MBC

△
DIE PERFORMANCE-
MARKETING-AGENTUR
AUS DEUTSCHLAND

Gerade einmal vor fünf Jahren, genauer gesagt am 4. August 2017, in Bochum gegründet, ist die MBC My Best Concept GmbH mittlerweile auf dem Gebiet der Entwicklung von Online-Marketing-Strategien die Nummer 1 unter den Agenturen.

Ziel des erfolgsorientierten Teams von MBC ist es, kleinen und mittelständischen Unternehmen mit Vertriebs- und Marketing-Know-how zum Online-Erfolg zu verhelfen. Dafür vereint My Best Concept seine Online-Marketing-Expertise wirkungsvoll mit dem fundierten Verkaufswissen von Dirk Kreuter – Europas Verkaufstrainer #1.

Alle von und mit der Performance-Marketing-Agentur im Bereich Online-Marketing umgesetzten strategischen Maßnahmen werden messbar. So ermöglicht ein perfekt ausgearbeitetes Tracking, welches jederzeit von Agentur und Kunde gleichermaßen eingesehen, überprüft und optimiert werden kann, den Erfolg der Zusammenarbeit sichtbar zu machen.

MAXIMALER ERFOLG MIT EINER KOMBINIERTEN STRATEGIE AUS MARKETING UND VERTRIEB
Da Online-Marketing ein essenzieller Baustein für unternehmerischen Erfolg ist, die Mehrzahl der relevanten Kaufentscheidungen heute online getroffen wird,

sind Unternehmer gezwungen umzudenken. Fakt ist: Um erfolgreicher zu werden und Kunden zu generieren, müssen neue, digitale Wege eingeschlagen werden. Daher bietet My Best Concept seinen exklusiven Kunden Lösungen rund um die Themen Online-Marketing und automatisierter Vertrieb. Um durch Online-Marketing-Maßnahmen maximale Effizienz zu erzielen, ist eine gut durchdachte Strategie dringend erforderlich. Deshalb zeigt My Best Concept seinen Kunden mit passgenauem Fahrplan und maßgeschneiderten Kampagnen, wie sie für ihre Zielgruppe

SO FUNKTIONIERT EINE STRATEGIEERSTELLUNG MIT MY BEST CONCEPT:

1. Eine individuelle Business-Analyse

Im ersten Schritt wird der Status quo des Kunden ermittelt. MBC arbeitet aus, wo sich das Unternehmen, im Vergleich zu seinen Mitbewerbern, am Markt befindet. Sollte das Unternehmen bereits im Online-Marketing tätig gewesen sein, wird auch dieser Aspekt unter die Lupe genommen. Mithilfe eines Fragebogens werden zunächst alle Informationen zum Unternehmen und zu den gesteckten Zielen eingeholt.

Sobald der Fragebogen ausgefüllt ist, folgt ein persönlicher Onboarding-Call mit einem MBC Strategie-Experten. In diesem Call werden aufkommende Fragen geklärt und der ausgefüllte Fragebogen besprochen.

2. Die Strategie-Session im Exzenterhaus

Anhand der Antworten und Ergebnisse des Onboarding-Calls wird eine entsprechende Strategie erstellt. Nach abgeschlossener Ausarbeitung kommt der Kunde zu einem persönlichen Kennenlernen ins Exzenterhaus nach Bochum, wo er mit seinem Consultant die Ergebnisse der IST-Zustandsanalyse bespricht und ihm die darauf basierende Roadmap für die Marketingaktivitäten der kommenden 12 Monate präsentiert wird. Von Empfehlungen zur optimalen Erreichung der Zielgruppe auf den digitalen Plattformen bis hin zur Automatisierung mithilfe von wichtigen Tools, die bei der Planung und Skalierung unterstützen – die umfangreiche Strategie enthält alles.

3. Die Strategiedokumentation

Damit jeder besprochene Schritt nachvollziehbar ist, schickt MBC dem Kunden im Anschluss an die Strategie-Session alle wichtigen Inhalte schriftlich zu. Bei aufkommenden Fragen gibt es immer die Option eines Aftermatch-Calls oder eines erklärenden Videos zur Strategie.

4. Anpassung der Vertriebsstrategie

In Zusammenhang mit den neuen Online-Marketing-Maßnahmen wird auch der Vertriebsprozess durchleuchtet. Beide Abteilungen gehen ineinander über und sollten deshalb Hand in Hand agieren. Auf Basis der Kennzahlen beider Abteilungen kann der Vertrieb skalierbar werden. Damit das funktioniert, erhält der Unternehmer einen Vertriebsfahrplan und Skripte mit Vertriebstechniken.

5. Umsetzung der Strategie

Nach der Erstellung der Online-Marketing-Strategie ist es dem Kunden überlassen, ob er die Optimierung intern selbst vornehmen will oder an eine geeignete Agentur auslagern möchte. Wenn Bedarf besteht, werden dazu gerne erfahrene Partneragenturen vermittelt. In ausgewählten Fällen kommt auch eine Umsetzung durch das operative Team von My Best Concept infrage.

sichtbarer werden, proaktiv neue Wege gehen und Unternehmensstrukturen optimieren können. Durch die fortlaufende Unterstützung, auch nach der Strategieerstellung und der Implementierung besagter Strukturen, werden die Unternehmen mithilfe von MBCs Vertriebs-Know-how dabei unterstützt, die online gewonnenen Kontakte – in der Fachsprache Leads genannt – zu zahlenden Kunden zu konvertieren.

EIN EINFACHES PRINZIP

Mit einer durchdachten Strategie, die für die Zielgruppe ansprechende Inhalte bereitstellt, werden Klicks auf das beworbene Angebot generiert. Aus diesen Klicks werden Leads. Je mehr Leads generiert werden, desto größere Umsätze können erzielt werden. Allerdings kann das Aus-



FAQs

01 WAS IST EINE ONLINE-MARKETING-STRATEGIE?

Die Marketingstrategie beschreibt jene Maßnahmen, die ergriffen werden, um bestimmte Marketingziele eines Unternehmens zu erreichen. Das heißt: Die Grundlage der Marketingstrategie sind Marketingziele.

02 WELCHE ONLINE-MARKETING-KANÄLE GIBT ES?

1. E-Mail-Marketing:

E-Mail-Newsletter, Drip-Kampagnen und automatisierte E-Mail-Sequenzen lassen sich auf alle Zielgruppen anwenden und sind ein Garant für hohe CTR- und ROI-Raten.

2. Paid Advertising / Banner- & Display-Werbung:

Bannerwerbung, Text- und Grafik-Einblendungen oder Videoanzeigen, die vorzugsweise auf Websites mit sehr großem Besucheraufkommen geschaltet werden.

3. Pay-per-Click-Werbung (PPC) / Google Ads & Co.:

Typische PPC-Werbung sind u. a. Google Ads und Microsoft Advertising (Bing), hierunter fällt aber auch Social-Media-Advertising (Facebook, Instagram, LinkedIn etc.)

4. Search Engine Optimization (SEO):

Suchmaschinenoptimierung oder Search Engine Optimization (SEO), ein unverzichtbares Online-Marketing-Tool

5. Social Media Marketing (SMM):

Nutzung des Werbepotenzials auf Social-Media-Plattformen wie Facebook, YouTube, Twitter, Instagram oder LinkedIn

6. Content Marketing:

Durch das Veröffentlichen von informativen, lehrreichen oder manchmal auch einfach nur amüsanten Artikeln und Beiträgen werden qualifizierte Website-Besucher und potenzielle Leads generiert.

03 FUNKTIONIERT ONLINE-MARKETING AUCH IN MEINER BRANCHE?

Es gibt immer einen Weg, die größte Werbepattform für sich zu nutzen. Es lohnt sich in jeder Branche – wer ist denn heute nicht online?

04 WANN KANN ICH MIT ONLINE-MARKETING STARTEN?

Jederzeit. Aber Achtung: Es sollten immer die benötigten Ressourcen vorhanden sein. Zudem sollte man immer einen Experten gegenchecken lassen, bevor es ans Umsetzen geht.

05 FÜR WEN MACHT EINE ONLINE-MARKETING-STRATEGIE VON MY BEST CONCEPT SINN?

Für Unternehmen, die bereits ein am Markt etabliertes Produkt haben und ihre Umsätze strategisch steigern wollen.

06 WELCHE AUFGABEN KOMMEN BEI DER STRATEGIEERSTELLUNG UND -UMSETZUNG AUF DEN KUNDEN ZU?

Damit eine optimale Zusammenarbeit gewährleistet ist, sollte der Kunde alle wichtigen Informationen liefern, die gestellten Fragen nach bestem Gewissen beantworten und für beides genügend Arbeitsstunden einplanen.

07 GIBT ES NACH DER STRATEGIE AUCH EINE NACHBETREUUNG?

Nach der Strategie gibt es fortlaufende Unterstützung bei der Umsetzung, wodurch neue Strukturen im Unternehmen möglich werden, die Leads zu zahlenden Kunden machen und die Wertschöpfungskette erweitern, sodass maximale Ergebnisse erzielt werden können.



setzen einer solchen Online-Marketing-

Strategie, ohne über die dafür benötigte Expertise zu verfügen, einen Berg von Herausforderungen mit sich bringen. Nicht selten werden auf diese Weise unnötig viele Ressourcen verbraucht, ohne aber am Ende die erhofften Ergebnisse erreichen zu können. Kurz gesagt: Es wird Zeit und Geld verbrannt.

STRATEGIE ALS FUNDAMENT DES ERFOLGES

Mit My Best Concept steht Unternehmen eine starke Agentur zur Seite, die weiß, wie eine exakt abgestimmte Strategie aussehen muss, welche Maßnahmen und Taktiken sie enthalten sollte, damit sie zum individu-

MIT MY BEST CONCEPT STEHT UNTERNEHMEN EINE STARKE AGENTUR ZUR SEITE, DIE WEISS, WIE EINE EXAKT ABGESTIMMTE STRATEGIE AUSSEHEN MUSS.

ellen Unternehmen und zu dessen Zielen passt. Dafür bietet Online-Marketing eine Vielzahl von Möglichkeiten. Bei der Erstellung einer Strategie geht es somit stets darum herauszufinden, wie jedes Unternehmen sein persönliches Potenzial voll ausschöpfen kann, dabei das Marketingbudget optimal eingesetzt wird. Durch einen objektiven Blick auf das Unternehmen

des Kunden setzt My Best Concept neue Umsatzchancen auf, die so intern nicht wahrgenommen werden. Ob für B2B oder B2C, Produkte oder Dienstleistungen – mit den gesammelten Erfahrungen und Erkenntnissen aus über 1.200 Projekten sowie der Fähigkeit, sich strategisch am Puls der Zeit auszurichten, entstehen bei My Best Concept Strategien, die wirklich funktionieren

und Kunden jeder Branche zum Erfolg verhelfen. Dass das wirklich funktioniert, zeigt ein Kunden-Beispiel aus der Metallbranche. Innerhalb von nur sechs Monaten konnten dort über 300 qualifizierte Leads durch LinkedIn-Ads generiert und konnte mit diesen anschließend eine Umsatzsteigerung in Millionenhöhe erzielt werden. Aber nicht nur die Leadgenerierung ist durch eine passgenaue Strategie möglich. Während das Recruiting von qualifizierten Mitarbeitern viele Unternehmen vor große Herausforderungen stellt, konnten Kunden von My Best Concept ihre Mitarbeiterzahlen teilweise sogar verdoppeln und ihren Onboarding-Prozess verkürzen, wodurch die neuen Mitarbeiter wesentlich schneller auf Flughöhe sind.

EIN STARKER PARTNER FÜR UNTERNEHMEN

Welche die richtigen Online-Kanäle bei der Neukundengewinnung und der Personalsuche für ein Unternehmen sind und wie sie genau bespielt werden müssen, weiß Sebastian Mika. Seit März ist er Vertriebsleiter bei der Performance-Marketing-Agentur My Best Concept.

B

ereits seit einigen Jahren ist Online-Recruiting der Haupttreiber für so ziemlich alle Bewerbungen. „Dabei stehen insbesondere die Unternehmen in Deutschland vor der großen Aufgabe, der sogenannten Arbeiterlosigkeit Herr zu werden und die Lücke zwischen immer mehr offenen Stellen und immer weniger Arbeitskräften zu schließen“, erklärt Sebastian Mika. Zwar stünde den Betrieben nach wie vor das normale Recruiting zur Verfügung, jedoch sind die Online-Kanäle die stärksten und sie werden weiterhin größer. Klassische und traditionelle Kanäle wie zum Beispiel die Arbeitsagentur könnten aktuell mit der Geschwindigkeit und den Ressourcen nicht mehr ganz so mithalten. „Wir befinden uns alle im ‚War

of talents‘ und das Thema Online wird immer, immer wichtiger“, hält er fest.

STEUERUNG VON RECRUITING-KAMPAGNEN
Sebastian Mika ist 33 Jahre alt und kommt aus dem Herzen des Ruhrgebiets. Der gelernte Vertriebsingenieur mit klassischem Maschinenbaustudium war in den vergangenen zehn Jahren in verschiedenen Branchen unterwegs, vornehmlich in der Automobilindustrie, und hat immer im Zweiklang zwischen operativem Vertrieb und Vertriebsstrategie gependelt. So trug er etwa global die Verantwortung für die Lieferketten und den dreistufigen Vertrieb bei einem großen Automobilzulieferer, sowohl im Direktgeschäft als auch im indirekten Geschäft. Auch war Mika einige

Zeit in der Medizintechnik unterwegs, hier ebenfalls in der Vertriebsleitung. Zuletzt war er bei der Jobplattform Stepstone zuständig für die Neueinführung von einer Recruiting-Technologie mit einem programmatischen Ansatz, die aus den USA nach Deutschland gebracht wurde. Mika verantwortete beim internationalen Stellenbörsenbetreiber mit Hauptsitz der Dachgesellschaft in Berlin dabei nicht nur die Akquise und die Implementierung, sondern auch die gesamte Steuerung der entsprechenden Recruiting-Kampagnen. Seit dem 1. März 2023 zeichnet er nun bei der Performance-Marketing-Agentur My Best Concept als Vertriebsleiter verantwortlich. Der Ursprungskontakt entstand unter anderem über Dirk Kreuter und Robert Klipp in der Gruppe der Jetstream Members.

FUNDAMENTALE HERAUSFORDERUNGEN
Jedoch gestaltet sich für Unternehmen nicht nur das Auffinden geeigneter Kandidaten als knifflig, gleichfalls anspruchsvoll sei es, die Aufmerksamkeit potenzieller Abnehmer zu erlangen. Insgesamt bestehen für die deutsche Wirtschaft laut Mika damit derzeit zwei fundamentale Herausforderungen: Neukunden und Personal. Das sind die beiden großen Elemente, mit denen sich er als Führungskraft und My Best Concept als Agentur maßgeblich beschäftigen. Auch wenn die Herausforderungen im ersten Schritt sehr unterschiedlich aussehen und natürlich die Ansprache eine andere ist: Am Ende des Tages sei das Werkzeug, wie diese Lücken geschlossen werden können, Online-Marketing – eine Kernkompetenz

„WIR BEFINDEN UNS ALLE IM ‚WAR OF TALENTS‘ UND DAS THEMA ONLINE WIRD IMMER, IMMER WICHTIGER“

von My Best Concept. „Wir können damit Unternehmen sowohl bei der Neukundengewinnung als auch bei der Personalsuche sehr gut helfen.“ Als neutrale und unabhängige Agentur mit Branchen- und Kundenfokus könne My Best Concept unter anderem sinnvolle Referenzwerte liefern und es ermöglichen, entscheidende Fragen zu klären: Was ist eine gesunde Bewerbungsquote für ein Unternehmen? Was eine akzeptable Conversion-Rate? Wie viele Leads benötigt man, um wirklich einen Abschluss zu tätigen? Ist TikTok tatsächlich das Beste für ein Unternehmen, nur weil es gerade alle anderen machen? Welche Chancen genau bieten Facebook, LinkedIn oder Google? „Diese Expertise gehört zu unserem Geschäft dazu. Im Rahmen einer Strategieerarbeitung können wir Kunden somit einen Fahrplan geben und einen Maßanzug anfertigen“, erläutert Mika.

SECHS JOBS AUF EINMAL
Ein oftmals unterschätzter Aspekt sei auch, dass heutzutage eine Recruiting-Abteilung bzw. ein Recruiter oder eine Recruiterin gleich mehrere Jobs erledigen muss: IT-Profi, Plattform-Experte, Stellenanzeigen schreiben, Bewerbungsgespräche führen, wie ein Projektmanager alles koordinieren und juristische Fragen bekommt man auch noch auf den Tisch. „Wie soll ein Mensch oder auch eine Abteilung diese sechs Jobs händeln, während alle schreien: ‚Wir haben zu wenig Personal‘?, gibt Mika zu bedenken. „Da braucht man einen starken Partner an der Hand.“ Ver-

gessen sollte man dabei auch nicht, dass jeder Tag, an dem eine Arbeitskraft fehlt, es schwieriger macht, Ziele zu erreichen. „Eine Stelle nicht zu besetzen ist in der Regel immer teurer als die Investition in ein Werkzeug, um diese Herausforderung zu lösen.“ Man müsse für die Werbung eines Produktes oder einer Dienstleistung nun einmal Geld ausgeben, um Neukunden zu erreichen. „Wer weiß das besser als ein Unternehmer?“ Bei der Personalgewinnung sei es natürlich genauso. „Weil eben Angebot und Nachfrage auseinandergegangen sind“, begründet Mika abschließend.

Sebastian Mika ist Experte für Online-Recruiting und digitale Vertriebsstrukturen.



UNTERNEHMER
KICKOFF by Dirk Kreuter

CARSTEN BORGMEIER

„BEKANNTHEIT
BRINGT UMSATZ“

PUBLIC RELATIONS:

Expertenstatus in den Medien schafft Vertrauen, bringt qualifizierte Leads und eignet sich auch als Zeugenumlastungsquelle für alle anderen Marketingaktivitäten. Carsten Borgmeier hat Dirk Kreuter als Kunden kennengelernt. Seine Borgmeier Media Gruppe GmbH erledigt die Pressearbeit von Dirk Kreuter und produziert übrigens auch dieses Magazin.

dass PR und Werbung getrennt gedacht werden müssen – eine gute Außendarstellung verstärkt auch immer den Effekt von nachgeschalteter Werbung und Veröffentlichungen in der Presse fungieren als perfektes Marketingtool.

Welche Vorteile bringt PR für Unternehmen?

Zum einen erhöht man damit natürlich seinen eigenen Bekanntheitsgrad innerhalb der Zielgruppe. Taucht der Name eines Unternehmens in relevanten Magazinen immer und immer wieder auf, bleibt er im Kopf der Leser – und damit potenzieller Neukunden. Zudem fördert es den eigenen Expertenstatus. Werbung schalten kann jeder, deshalb bleibt diese auch selten langfristig im Kopf. An einen fundierten Fachartikel, ein interessantes Interview oder ein buntes Porträt hingegen erinnert sich die Zielgruppe. Das führt auch zwangsläufig zu Leads, die schon von Beginn an deutlich qualifizierter sind als durchschnittliche Interessenten, was einen enormen Wettbewerbsvorteil mit sich bringt. Dirk spricht in diesem Zusammenhang ja immer von der Zeugenumlastung. Lass jemand anderen von Deinen Qualitäten sprechen und wenn dieser „Andere“ dann noch ein

Seit 01.01.2023 ist Borgmeier gemeinsam mit Dirk Kreuter Gesellschafter der Kreuter Borgmeier Public Relations GmbH. Als alter Hase in der Medienbranche bringt er Erfahrung und Unternehmertum zusammen. Im Interview mit dem Jetstream Members Magazine spricht der Medien- und Public-Relations-Experte über die Wichtigkeit von PR und die Zukunft der neuen Kooperation:

Herr Borgmeier, was macht die Arbeit der Borgmeier Media Gruppe GmbH aus?

Die gestaltet sich sehr vielfältig. Hauptstandbein ist natürlich die PR-Arbeit, die an den drei Standorten Delmenhorst, Lilienthal und Hamburg stattfindet. Unser Hauptsitz Delmenhorst besteht allerdings auch noch aus vielen anderen Komponenten: Redaktion, Lektorat, Grafik, Online-Marketing ... Alles, was ein Kunde für eine positive Außendarstellung und die Steigerung seines Bekanntheitsgrades benötigt. Wir arbeiten jeden Tag an den verschiedensten Eigenpublikationen oder treten aktiv in den Kontakt mit renommierten, etablierten und reichweitenstarken Medien.

Wie funktioniert Public Relations?

PR arbeitet nicht nach den Regeln des Marketings. Hier müssen Journalisten noch überzeugt und Vertrauen zur Zielgruppe muss aufgebaut werden. Während Werbung immer mit Mehrkosten verbunden ist, sind Redaktionen daran interessiert, Beiträge mit echtem Mehrwert für den Leser zu veröffentlichen und sich damit bei der Arbeit unterstützen zu lassen. In diese Lücke stoßen wir und bieten hochwertiges Material aktiv an. Dazu benötigt es gute Kontakte zu Medienschaffenden, die wir als Agentur durch jahrzehntelange Zusammenarbeit mitbringen. Dies heißt aber nicht,



Carsten Borgmeier ist seit 35 Jahren im Medien-geschäft tätig. Mit 16 Jahren gründete er neben der Schule ein Redaktionsbüro in Delmenhorst und war u. a. als freier Journalist für Spiegel, Focus, WDR und das ZDF tätig. Seit 1994 ist er geschäftsführender Alleingesellschafter der Borgmeier Media Gruppe GmbH, die sich als Full-Service-Agentur mit Standorten in Delmenhorst, Lilienthal und Hamburg vollends auf die Bedürfnisse ihrer Kunden spezialisiert hat. Er ist Herausgeber von über 30 Printmedien – unter anderem Penthouse, Mallorca Revue und MotorMag. Mit NonstopNews baute er eine der größten Fernsehnachrichtenagenturen Europas auf. Im Januar dieses Jahres gründete er gemeinsam mit Dirk Kreuter die Kreuter Borgmeier Public Relations GmbH. Er gilt als einer der gefragtesten PR-Experten Deutschlands.



renommiertes Blatt ist, verstärkt das die Wirkung natürlich immens. Kurz gesagt: Bekanntheit bringt Umsatz!

Wie kam es zur Zusammenarbeit mit Dirk Kreuter?

Ich bin durch die Dienstleister der Glückliche Kunden GmbH, die wir als Agentur betreuen, auf Dirk Kreuter gestoßen. Sie haben mich im vergangenen Mai auf das Systemvertrieb-Seminar mitgenommen. Der ganze Event hat mich sofort begeistert und ich konnte gute Kontakte knüpfen sowie auch schon vereinzelt akquirieren. Bei meinem nächsten Seminarbesuch in Dubai kam ich dann mit Dirk ins Gespräch und wir tauschten uns über eine mögliche Kooperation aus. Er ist Kunde bei der Borgmeier Media Gruppe GmbH und meine Mitarbeiter konnten schon so einiges für ihn erreichen – unter anderem ein Porträt im Tagesspiegel und im Handelsblatt. Es dauerte auch nicht lange, bis wir beide von der Idee einer engeren Zusammenarbeit überzeugt waren und die Gründung der Kreuter Borgmeier Public Relations GmbH mit Sitz in Hamburg und Berlin beschlossen.

Was hat die Kreuter Borgmeier Public Relations GmbH zu bieten?

Wir bieten verschiedene Modelle an. Der Klassiker ist wohl die Pressearbeit, die von zwei PR-Beratern betreut wird.

„GENERELL KÖNNEN INTERESSIERTE HIER DIE GLEICHE HOHE QUALITÄT ERWARTEN, DIE AUCH DIRK KREUTER VON BORGMEIER ÜBERZEUGT HAT.“

Diese kümmern sich dann um alles, was es für eine erfolgreiche Kampagne braucht: Strategische Ausarbeitung, Verteileraufbau, Vertextung von Pressemitteilungen und stetiger Kontakt zu den gewünschten Zielmedien. Hinzu kommt die Möglichkeit einer eigenen Publikation: Ob ein viermal jährlich erscheinendes Magazin, eine Prospektzeitung oder

gar das Verlegen eines Buches – hier sollte für jeden das Richtige dabei sein. Zudem arbeiten wir zurzeit an einem Mentoring-Programm, in dem ich wertvolle Tipps gebe, wie Unternehmen effektiv selbst mit der Presse arbeiten. Generell können Interessierte hier die gleiche hohe Qualität erwarten, die auch Dirk Kreuter von Borgmeier überzeugt hat.

Wo können sich Interessenten melden, um mehr Informationen zu erhalten?

Wer mehr wissen möchte, spricht einfach seinen Sales-Coach an. Er wird alle Infos zu Kreuter Borgmeier Public Relations GmbH und unseren Angeboten geben können.

Dirk Kreuter und Carsten Borgmeier (v. l.) gründeten die Kreuter Borgmeier Public Relations GmbH.

Dirk

KREUTER | BORGMEIER
PUBLIC RELATIONS GMBH

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

SICHERE DIR JETZT EINEN TERMIN



WIE NFTS DAS UNTERNEHMERTUM REVOLUTIONIEREN

DU GLAUBST,
DU WEISST, WAS NFTS SIND,
UND BIST DIR SICHER, SIE SIND FÜR
DEIN BUSINESS IRRELEVANT?
HOLD MY METABREWSOCIETY
BEER! IST DAS WIRKLICH
SO?

Ich werde Vorteile und Herausforderungen von NFTs im Business-Kontext offenlegen und die unbegründete Angst vor der neuen Technologie nehmen. Es ist keine Magie, NFTs für seinen Business-Case zu nutzen, wenn man verstanden hat, was ein NFT ist und welche Möglichkeiten es bietet.

NFTs sind nicht nur bunte Affenbildchen, hochspekulative Assets oder kostspielige Eintrittskarten zu Insider-Partys. Sie sind auch kein neuer Trend, der bald wieder verschwindet. Schau genauer hin. Die großen Player, Marken wie Nike, Adidas und erst kürzlich Porsche, treiben ihre Anstrengungen im sogenannten NFT-Space, kurz „Space“, mit voller Kraft voran und starten eigene Projekte. Was sehen diese Unternehmen in NFTs und warum schätzen sie die Technik so ein, dass Investments und Entwicklungsarbeit getätigt werden, die fernab von reinem „Das Management meinte, macht mal was mit NFTs“ sind, sondern eher im Raum „Innovation-Lab“? Am Beispiel unseres eigenen Projekts, der „MetaBrewSociety“, einer international operierenden Biermarke, stelle ich Use-Cases und Strategien vor und zeige, welche immensen Möglichkeiten die Implementierung von NFTs in das eigene Business bringen kann.

Was ist eine Blockchain?

Eine Datenbank, bei der jeder Eintrag durch einen einzigartigen Code auf den nächsten Eintrag aufbaut. Diese Blöcke sind miteinander untrennbar vernetzt und bilden so eine digitale Kette, die Blockchain. Vorteil: Man kann alles nachverfolgen, es ist hypertransparent und zudem bei den meisten Blockchains fälschungssicher.

Was ist ein NFT?

NFT. Non Fungible Token. Ein einzigartiger, nicht veränderbarer digitaler Vermögenswert, der von einer Blockchain abgesichert wird. Kurz: Eigentumsverifikation auf einer Blockchain.



VON
CHANTALLE
ALBERSTADT

EIN NFT ALS GRUNDSTEIN FÜR DEN AUFBAU EINER INTERNATIONAL ERFOLGREICHEN BIERMARKE

MetaBrewSociety ist ein dezentral agierendes NFT-Projekt, eine Community, eine Brauerei und ein Vertriebsunternehmen in einem – quasi Web2.5. Wir haben bereits NFT-Besitzer in über 35 Ländern, die uns dabei unterstützen, das klassische Biergeschäft in die Welt zu tragen. Wir haben eine Web3-Strategie, um die Reichweite durch B2B-Verkäufe weltweit zu befeuern. Privatkunden, Bars, Festivals oder Unternehmen brauchen alle kein NFT, um bei uns Bier zu bestellen – wenn sie möchten, auch mit ihrem eigenen Design. Wir nutzen NFTs als Start für unser internationales Bier-Business und sind führend in der innovationsgetriebenen Revolution der Brauindustrie.

Alles begann bei einem Bier und dem Sinnieren über ein NFT-Projekt mit einer „JRL Utility“ (einem Benefit im echten Leben – eben mehr als ein JPG). Die Nische war noch nicht stark besetzt und

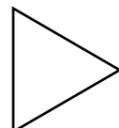
wir sind in die Vollen gegangen, um eine internationale Beer Brand mithilfe einer NFT-Community aufzubauen, wohl wissend, dass alles mit der Community steht und fällt. Die Community ist zugleich Schlüssel zum Erfolg und Risikofaktor zum Misserfolg. Wenn das Projekt nicht liefert, liefert die Community auch nicht. Es ist ein Geben und Nehmen. Was sind also die Hebel, wie ein NFT ein Unternehmen nach vorne bringen kann? Let's go!

NFT – direkt international

Der Clou: Web3 ist nicht beschränkt auf Städte, Länder und Regionen, sondern ist vom Fleck weg international. Durch den Aufbau einer NFT-Community hat man die Chance, nicht nur in Deutschland zu starten, sondern gleichzeitig in den USA, Australien oder Japan.



Chantalle Alberstadt,
Co-Founder von MetaBrewSociety
Chantalle ist schon seit 2017 im Web3 aka „Space“ unterwegs. Sie hat in den letzten Jahren ihre Spuren hinterlassen und sich ihre Sporen als Web3-Founderin und -Speakerin in Tokyo, London oder Frankfurt verdient. Mit ihrem NFT-Projekt „MetaBrewSociety“ ist sie an vorderster Front dabei und hat die erste internationale Web2.5-Biermarke mitgegründet. Neben MetaBrewSociety ist Chantalle Gründerin eines Brand-Design-Studios und steht mit ihrem Namen für Branding, Design & Growth. Sie unterstützt nationale und internationale Unternehmen dabei, ihre Marke einzigartig aufzubauen und ihr Charakter zu verleihen – im Web3 sowie für klassische Unternehmen und Personal Brands. Sie steht für Branding, das verkauft.



NFT IST ÜBER-CROWDFUNDING

Im Gegensatz zu herkömmlichem Crowdfunding, bei dem Unternehmen lediglich eine finanzielle Unterstützung erhalten und die Unterstützer ein Produkt, bauen Unternehmen mit NFTs direkt eine Community auf. Die NFT-Abnehmer kaufen einen Anteil am Projekt, den man wiederverkaufen kann, und profitieren unter Umständen von einem gestiegenen Preis. Dadurch, dass der Kunde durch den NFT ein Asset der Marke besitzt, fühlt sich dieser enger mit der Brand verbunden und ist von sich aus motiviert, für diese nach außen laut zu werden. Eine Marketingmaschinerie, die nie schläft. Stell Dir vor, Du bist Mitglied in einem exklusiven Golfclub. Als zahlendes Mitglied nutzt Du das Angebot, bist vielleicht hier und da mal etwas verschwenderischer mit Produkten, die inkludiert sind, und achtest unter Umständen auch nicht besonders darauf, dass Du alles so sauber wie möglich hinterlässt. Wieso auch? Man bezahlt ja schließlich gutes Geld in solchen Clubs. Jetzt stell Dir vor, Du bist Mitglied eines Golfclubs, von dem Du einen Teil „besitzt“. Sprich, je besser der Club dasteht, desto mehr Leute wollen beitreten und der Preis für die exklusive Mitgliedschaft (es gibt nur Anzahl x) steigt – und somit auch der Preis Deiner Mitgliedschaft, die Du als

NFT besitzt und ggf. mal teurer weiterverkaufen kannst. Vielleicht kümmert man sich dann eher darum, dass alles sauber aussieht, geht bedachter mit Konsumgütern um. Und vielleicht publizierst Du öfter, warum dieser Club so toll ist, erzählst Freunden davon und machst eigenständig Werbung. Win-win. Die Möglichkeiten sind unbegrenzt.

**NFTS ARE HERE
TO STAY.
MACHT WAS DRAUS!
#BULLISH**

Unsere MetaBrewSociety-NFT-Holder haben beim Mint nicht nur unsere ersten Einnahmen zum Projektstart generiert (eines unserer NFTs kostet umgerechnet \$ 1.000 – wir haben über 1.000 NFTs in den ersten Tagen verkauft und damit über \$ 1 Mio. bei Mint eingenommen), sondern sind auch an den Erfolg des Unternehmens gebunden. Performt das Unternehmen, steigt der Preis des NFT. Und andersherum. Was macht das mit Personen, wenn sie investiert haben und Teil einer Gemeinschaft sind, Mitspracherecht über die nächsten Schritte haben und ihren Freunden stolz das Produkt, bei uns das Bier, auf den Tisch stellen können? Sie werden zu „Superfans“. Zu Brand-Ambassadors sondergleichen. Sie werden zum mächtigsten und most valued Asset, das man im Business-Aufbau haben kann. Die Community ist unser internationales Vertriebsteam, das das Projekt trägt und bekannter macht. Das NFT-Minting wird so zum Über-Crowdfunding.

EIN GLOBALES VERTRIEBSTEAM

Wie klingt ein kostenloses, internationales Vertriebsteam? Wie eben erwähnt, bieten NFTs für Unternehmen die Möglichkeit, eine starke Community aufzubauen und diese als engagiertes Vertriebsteam einzusetzen. Durch ein Affiliate-Programm können Mitglieder der Community für jeden erfolgreich vermittelten Verkauf belohnt werden. Bei uns werden sie mit 20 % bei jedem durch sie generierten Umsatz beteiligt – nicht nur bei der Erstbestellung. Das führt zu hoher Motivation und Engagement der Mitglieder, die sich aktiv für das Unternehmen einsetzen und das Produkt an potenzielle Käufer weitervermitteln. Das Unternehmen kann seinen Bekanntheitsgrad und Umsatz schnell und kosteneffizient erhöhen.

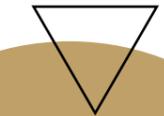
DIREKTES FOKUSGRUPPEN-FEEDBACK VOR PRODUKTEINFÜHRUNG

Marktfeedback vor Produkteinführung kostet normalerweise die Welt und drei Monde. Der Wert einer großen Fokusgruppe ist unschätzbar. Unsere NFT-Holder sind in einer DAO (Dezentrale Autonome Organisation) zusammengeschlossen, die sich anhand der von uns als Projekt vorgegebenen Parameter selbst verwaltet und auch über das Projekt abstimmt. Vom Prinzip her eine gigantische, permanente und bierliebende Fokusgruppe. Die DAO ist an wichtigen Produkt- und Geschäftsentscheidungen beteiligt und ist damit ein unschätzbarer Gewinn für die Innovationsstrategie von MetaBrewSociety. Wir bringen dank ihr demnächst das „Gamer-Brew“ heraus. Ein innovatives, alkoholfreies Bier, das gleichzeitig Energydrink ist. Zusätzlich brauen wir gerade ein „Bavarian Session Pale Ale“ – eine „Lightvariante“

eines Indian Pale Ale, nur eben auf bayrisch. Denn dort steht unsere Brauerei, die wir bereits vor dem Mint gekauft haben. Wir freuen uns schon gewaltig auf die Einführung unserer bayrischen Klassik- und Innovationsbiere. Und die DAO freut sich noch mehr, denn sie war in die Entscheidungen involviert.

WACHSTUM DURCH COLLABORATIONS STATT DURCH BEZAHLTE INFLUENCER

Während man im Influencer-Marketing für die Reichweite von Personen zahlt, die neue Kunden und somit Verkäufe erschließt, kann man im NFT-Space noch recht leicht kostenlose Reichweite generieren – durch Zusammenarbeit mit bestehenden Web3-Unternehmen und deren Communitys. Nutzt man die Synergien richtig, kann man viel erreichen. So sind wir mit MetaBrewSociety schon auf den verschiedensten NFT-Events als Bier-Lieferant aufgetreten und haben White-Label-Dosen für Unternehmen und Communitys erstellt – Promotion, die sich sehen lassen kann und neue Käufer mit sich bringt.



Chantalle im Web:

- www.cllai.de
- www.linkedin.com/in/chantalle-alberstadt/
- metabrewsociety.com



TIPPS FÜR EINE NACHHALTIGE INTEGRATION EINER NFT-STRATEGIE IN DAS UNTERNEHMEN

Natürlich gibt es auch im Space viel Licht und Schatten. Nach den ganzen positiven Aspekten ein paar Tipps, was man besser nicht tun sollte.

- Man sollte kein NFT-Projekt starten, wenn man keinen Business-Case aufbauen will, der wirklich Sinn hat. Die Community merkt das sehr schnell.
- Man kann die Community so schnell verlieren, wie sie gekommen ist. Der Space ist unfassbar schnelllebig und verzeiht Fehler schwer.
- Ohne Ziel und roten Faden geht es nicht.
- Ohne Netzwerken und Collaborations geht es nicht.
- Man sollte haarklein schauen, mit wem man zusammenarbeitet.
- Ohne fähiges Team ist man aufgeschmissen und verbrennt Geld. Niemals ein NFT-Projekt aufbauen ohne Menschen, die diesen Space „atmen“. Eine Web2-Marketingagentur kann unterstützen, sollte aber niemals eine NFT-Strategie aufsetzen. Das wird nicht funktionieren.

Meine Top-drei-Tipps und ein paar abschließende Worte

- Baue ein NFT mit einem Use-Case, der begeistert.
- Baue ein NFT, das die Brand-Story verfolgt.
- Baue ein NFT mit Beratern, die den Space verstehen.

Mein Fazit aus der Geschichte meines eigenen Projektes, aber auch der Geschichten all der Projekte, die ich von kleinen bis großen Brands mittlerweile erleben durfte? Ich kann unterstreichen, dass man mit einem NFT-Projekt auf viele Wege eine Fan-Basis erschaffen kann, die ihresgleichen sucht. Wir sprechen hier von Superfans. Mit ihnen zusammen kann man zu einer Community wachsen, die dann auch weitere Kreise ziehen kann und schließlich in einer echten Lovebrand endet. Slow und steady, oder eben super fast paced. Bei MetaBrewSociety arbeiten wir schon jetzt an der Revolution des Biermarkts. Mit unserer Community. Mit unseren Fans. Mit unseren Superfans. In Votings, Events und allem, was dazugehört.

Herr Gosch, Sie sind seit über 56 Jahren im Geschäft – was hat Sie so erfolgreich gemacht und was können andere Unternehmer von Ihnen lernen?

Ich glaube, es sind die Gene, die man als junger Mensch von seinen Eltern, bei mir speziell von der Mutter, mitkriegt. In meinem Fall führte das zu Sparsamkeit, dem Vermögen, mit Geld umgehen zu können, und Fleiß. Sehr wichtig ist es für einen Unternehmer, beim Aufschwung einen klaren Kopf zu bewahren – das bedeutet: aufmerksam sein, nicht abdrehen und dranbleiben. Vor allem aber muss man hungrig bleiben. Das hat nicht nur was mit dem Geld zu tun. Hungrig bedeutet auch: Wo bekomme ich die beste Ware her, wie kann ich die besten Geschäfte bauen? Man muss immer versuchen, besser zu sein oder zu werden.

Was ist darüber hinaus noch wichtig, um so lange auf dem Markt bleiben zu können?

Bei mir spielt inzwischen Routine eine große Rolle. Ich weiß, was Gäste gerne mögen und wo der Trend hingeht. Viele, die sich selbstständig machen, haben zwar viel Energie, aber erkennen noch nicht den richtigen Trend. Hier profitiere ich davon, was ich früher alles gemacht und gelernt habe. Statt der Kraft, die ich nicht mehr habe, lasse ich jetzt meine Routine spielen. Außerdem habe ich heute das große Glück, dass meine Firma gesund ist. Ich kann schnell mal ein

Mit einem Ein-Mann-Bauchladen auf Sylt fing alles an. Heute gehört Jürgen Gosch ein Fisch-Imperium mit rund 900 Mitarbeitern. Der knapp 82-jährige Gastwirt und Unternehmer erläutert im Interview, worauf es im Geschäftsleben ankommt, wie bei Gosch Sylt die Mitarbeiterbindung funktioniert und was er von Konkurrenz hält.

gut durchdachtes Risiko eingehen, mit dem ich dann auch Erfolg habe – das konnte ich früher nicht.

Gosch Sylt ist deutschlandweit bekannt. Wie haben Sie es geschafft, eine so starke Marke aufzubauen?

Wir haben einen guten Standort, das ist nicht nur mein Verdienst, sondern der von Sylt. Die Insel ist von Haus aus schon sehr bekannt. Außerdem ist der Name Gosch marketingtechnisch sehr wertvoll und wir konnten damit sehr gute Slogans kreieren, wie etwa ‚Heute schon gegoscht?‘ oder ‚Gönn Dir was Gutes, gönn

Dir Gosch‘. Viele nutzen auch die Redewendung ‚Wir gehen mal goschen‘. Und wir haben mit Fisch ein gutes Produkt, das von der Küste kommt. Da hat man schon ein ordentliches Fundament, um darauf zu wachsen. Diese Chance habe ich genutzt.

Viele verlieren die Kontrolle mit mehreren Filialen. Wie ist das bei Ihnen und wie funktioniert das Gosch-Franchise-System?

Auch hier kommt natürlich meine Routine ins Spiel. Ich habe Lizenz-Ehen, aktuell 88 an der Zahl. Bevor ich damit anfang, habe ich beispielsweise circa 60 Kilometer von Sylt entfernt eine Eisfabrik gekauft und zu einer Produktionsstätte ausgebaut. Ich habe immer gesagt, wenn wir in die Breite gehen, dann muss die Be- und Entsorgung gewährleistet sein. Wer einen Laden mit dem Namen Gosch eröffnen will, muss folgende Voraussetzungen erfüllen: Selbst investieren, ich



Jürgen Gosch

„ICH BIN KEIN
VERLIERERTYP,
DAS IST DAS
PROBLEM“



Jürgen Gosch ist inzwischen 81 Jahre alt, dennoch hält er weiterhin die Fäden seines Unternehmens fest in der Hand.



Das Fisch-Bistro
 Anna Gosch im
 Zentrum von Wester-
 land auf Sylt ist das
 Flaggschiff im Gosch-
 Universum.

„LASS DEINE MITARBEITER
 MITVERDIENEN, LASS SIE GUT
 VERDIENEN, SAG ICH IMMER.“

erhalte die Lizenzgebühren und man muss bei mir kaufen. Das habe ich durchgezogen, mit Erfolg. In keinen Laden von anderen habe ich selbst investiert. Außer am Hamburger Bahnhof, dort bin ich Eigentümer. Bei allen anderen erhalte ich nur Lizenzgebühren, aber wenn die pleitegehen, warum auch immer, bin ich nicht mitverantwortlich. Das ist auch das Beruhigende daran. Mit fremden Leuten Geld investieren, um in die Breite oder ins Ausland zu gehen, da muss man über ein Management verfügen, das sehr stabil und sehr aufmerksam ist – das geht zu 50 Prozent gut, zu 50 geht's schlecht. Das sieht man überall.

Eine große Herausforderung in Ihrer Branche ist es, gute Mitarbeiter zu finden und zu halten. Wie gelingt Ihnen das?

Lass Deine Mitarbeiter mitverdienen, lass sie gut verdienen, sag ich immer. Das Schlimmste in meiner Branche wäre, wenn Mitarbeiter neidisch werden oder bei ihnen Frust aufkommt. Meine ganzen Geschäftsführer arbeiten mit Umsatzbeteiligung – alle –, die sollen mit mir glücklich sein und lächeln, wenn wir Umsatz machen, die sollen traurig sein und weinen, wenn wir keinen Umsatz machen. Nur so kann man das mit den Leuten machen, anders geht das heutzutage überhaupt nicht mehr.

Sie geben offen zu, dass Sie Konkurrenz nicht mögen.

Woran liegt das?

Ich bin kein Verlierertyp, das ist das Problem. Unabhängig davon, ob ich sie tatsächlich mag oder nicht, aber ich gönne mir eben das meiste. Ich bin niemand, der sagt: Ach, Konkurrenz belebt das Geschäft – das bin ich nicht. Wenn ich sehe, da kommt Konkurrenz, da bin ich immer erst mal misstrauisch. Ich denke dann immer, ich muss dagegen angehen. Bei großen Autokonzerne sieht man es doch auch, der eine spioniert beim anderen, es wird sich belauert. Das sind doch keine Freunde, auch wenn sie Kooperationen eingehen oder beim gleichen Zulieferer einkaufen. Kampf gibt es immer und überall. Und das ist auch richtig so. Ich wäre ein schlechter Geschäftsmann, wenn ich sagen würde, es ist egal, was die Konkurrenz macht. Das ist nicht egal, da bin ich ehrlich. Ich akzeptiere aber durchaus die Leistungen von anderen. Ich kann auch zugeben, dass jemand toll ist, stark ist und das auch verdient hat. Jedoch gönnt man sich letztlich selber am meisten. Das ist auch eine gesunde Basis, alles andere ist nur bla, bla, bla.



Was raten Sie Unternehmensgründern?

Dass man das Unternehmen, das man gegründet hat, auch gerne macht und mit einem guten Bauchgefühl. Dass man locker ist und es sich zutraut. Vor allem sollte man alles links und rechts liegen lassen und sehen, wie das Unternehmen aufgebaut werden kann. Und es gehört viel Ehrgeiz dazu. Zu denken, aber um 17 Uhr will ich das und jenes machen, geht dann nicht mehr. Die Arbeit hat immer Vorrang. Wo andere



vielleicht baden gehen, musst man halt arbeiten, das muss in Kauf genommen werden. Sonst ist man kein Unternehmer. Wenn man nicht auf Luxus verzichten kann die ersten Jahre, dann ist man nicht der Richtige dafür. Dann sollte man gleich wieder seiner normalen Arbeit nachgehen. Als Unternehmer muss man auf vieles verzichten. Was einem später allerdings dann auch wieder zugutekommt.

Was war bisher Ihr größter unternehmerischer Fehler?

Ich habe zusätzlich noch ein wenig mit Immobilien gearbeitet und muss einräumen, dass ich nicht genug Grundstücke auf Sylt gekauft habe. Zwar war ich schlau genug, ein paar Grundstücke zu erwerben. Aber heute denke ich: Hätte ich bloß, hätte ich bloß, hätte ich bloß ... Damals kostete der Quadratmeter 20 bis 30 Deutsche Mark, dieselben werden heute für 1.500 bis 2.000 Euro pro Quadratmeter veräußert. Da hätte man zugreifen müssen. Und ich habe das gehnt. Das kann man wohl als Fehler bezeichnen. Kein gravierender, aber man hätte wesentlich mehr Kapital daraus schlagen können. Bei meinem eigentlichen Geschäft kann ich nicht sagen, dass ich gravierende Fehler gemacht habe.



Im Mai werden Sie 82 Jahre alt – wann haben Sie mal genug?

Diese Frage wird mir sehr häufig gestellt. Da sag ich immer, meine Enkelkinder sind zu arm (*lacht*). Bei mir kommt es sicherlich nicht mehr auf das Geld an. Es geht mir um den Erhalt und die Stabilität der Firma und auch meinen Stolz. Ich möchte sie weiterbringen. Selbstverständlich bin ich mir bewusst, dass man nichts mitnehmen kann ins Grab. Ich habe aber zu lange daran gearbeitet, das möchte ich nicht einfach so hinwerfen.

Und wenn ein Investor kommt?

Dem würde ich sagen: Ist gut – aber erst nach meinem Tode. Nicht jetzt!

Woher kommt der Ehrgeiz?

Mit sechs Jahren war ich schon immer bei den Fischern, habe Krabben geholt und gepult. Als Lohn erhielt ich eine Dose voll Krabben. Später habe ich Kupfer und Eisen gesammelt, früh morgens bin ich dafür durch die Straßen gefahren. Nach meiner Ausbildung zum Maurer habe ich auf Helgoland neben dem Beruf weiterhin Kupfer und Eisen gesammelt. Beim Murmeln habe ich nur um Geld gespielt. Bei jeder Sache musste ich immer als Erster dabei sein, das war schon so angeboren. Dieses Hibbelige, immer weiter, immer nach vorne gehen, immer was machen, es geht nicht anders bei mir. Ich kann einfach nicht still sitzen.

Jürgen Gosch
 Im Jahr 1967 kündigt Jürgen Gosch seine Anstellung als Maurer und beginnt, sich als Aalverkäufer am Sylter Strand einen Namen zu machen – mit einem Ein-Mann-Fisch-Bauchladen. Fünf Jahre später eröffnet Gosch einen eigenen Verkaufsstand am Lister Hafen. Weil er zunächst keinen Alkohol ausschenken darf, erfindet er die „Wahre Fischsuppe“, ein hochprozentiger Korn mit Zitronenbräuse, serviert in kleinen Plastikschälchen. Ab den 1980er-Jahren expandiert Gosch zunächst auf der Insel und gründet Niederlassungen in Westerland, List und Wenningstedt. Wenig später kommen erste Niederlassungen in Hamburg, Berlin und Düsseldorf hinzu. Heute verfügt Gosch über zahlreiche Betriebe auf Sylt und Lizenz-Nehmer in ganz Deutschland sowie einen Onlineversand für Fisch und Meeresfrüchte. Auch die Kreuzfahrtschiffe Mein Schiff 3 – 6 sowie Mein Schiff Herz bieten jeweils ein Restaurant Gosch Sylt.



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.



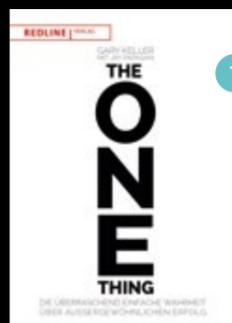
1. FÜR EIN DISZIPLINIERTES LEBEN:

Gary Keller mit Jay Papasan
THE ONE THING

Wie gelingt es, Struktur ins tägliche Chaos zu bekommen und sich aufs Wesentliche zu konzentrieren? Die Autoren Gary Keller und Jay Papasan verraten, wie es gelingt, den Stress abzubauen und die Dinge geregelt zu bekommen – mit einem klaren Fokus auf das Entscheidende: The One Thing. Außerdem wird mit sechs Erfolgsmythen aufgeräumt.

(Redline Verlag, 16,99 Euro, 256 Seiten)
Erhältlich bei www.m-vg.de

„DIESER WERTVOLLE RAT-
GEBER HILFT, BESSERE
ERGEBNISSE ZU ERZIELEN UND
LEICHTER DAS
ZU ERREICHEN,
WAS MAN
WIRKLICH
WILL.“



2. FÜR DIE RICHTIGEN MOMENTE:

Malcom Gladwell
TIPPING POINT

So wie eine einzelne kranke Person eine Grippewelle auslösen kann, genügt ein winziger, gezielter Schubs, um einen Modetrend zu setzen, ein neues Produkt als Massenware durchzusetzen oder die Kriminalitätsrate in einer Großstadt zu senken. „Tipping Point“ von Malcom Gladwell zeigt, wie wenig Aufwand zu einem Mega-Erfolg führen kann.

(Goldmann Verlag, 12,99 Euro, 320 Seiten)
Erhältlich bei www.penguinrandomhouse.de



3. FÜR DEN AUFSTIEG ZUR SPITZE:

Jim Collins
DER WEG ZU DEN BESTEN

Management-Vordenker Jim Collins analysierte Unternehmen, die plötzlich Spitzenresultate erzielten und diese mindestens 15 Jahre halten konnten. Basierend auf den erstaunlichen Ergebnissen dieser Studie arbeitete Collins sieben Schlüsselfaktoren heraus, die für den Aufstieg jedes Unternehmens, aber auch jedes Einzelnen entscheidend sind.

(Campus Verlag, 32 Euro, 323 Seiten)
Erhältlich bei www.campus.de

4. FÜR HÖCHSTLEISTUNGEN ALLER ART:

James Clear
DIE 1%-METHODE

James Clear, erfolgreicher Coach und einer der führenden Experten für Gewohnheitsbildung, zeigt praktische Strategien, mit denen Menschen jeden Tag etwas besser werden bei dem, was sie sich vornehmen. Seine Methode greift auf Erkenntnisse aus Biologie, Psychologie und Neurowissenschaften zurück und funktioniert in allen Lebensbereichen.

(Goldmann Verlag, 13 Euro, 368 Seiten)
Erhältlich bei www.penguinrandomhouse.de

5. FÜR EINE INNOVATIVE ZUKUNFT:

Peter Thiel
ZERO TO ONE

Wir leben in einer technologischen Sackgasse, meint PayPal-Gründer Peter Thiel. Zwar suggeriere die Globalisierung technischen Fortschritt, doch die vermeintlichen Neuerungen seien vor allem Kopien des Bestehenden – und damit alles andere als Innovationen. In „Zero to One“ zeigt Thiel daher, wie echter Fortschritt wirklich funktioniert.

(Campus Verlag, 27,95 Euro, 200 Seiten)
Erhältlich bei www.campus.de



JETSTREAM MEMBERS MEETING

Jedes Jahr werden insgesamt vier Jetstream Members Meetings veranstaltet.

Rund 150 Teilnehmer kamen bei dem Treffen in London vom 11. bis 14. Dezember 2022 zusammen.

Es war gleichzeitig das letzte Meeting überhaupt in Europa.



Daniel Arts -
Bewegtbild & Ton



Anastasia Eichholz -
Eichholz GmbH



V.l.: Milan Grujic - Wired Heads - telesales done for you,
Dr. Michael Kloep - CopeCart, Sven Gabor Janszky -
2b AHEAD, Suwi Murugathas - newboxes GmbH



Dr. Michael Kloep -
CopeCart



Svenja Scheinhütte -
Human Resources



V.l.: Dirk Kreuter, Fabien Rossetti -
Rossetti Coaching & Consulting GmbH
und Burkhard Küpper -
Küpper & Kollegen Gruppe



Alexander Friedrich
(Business Development,
Glückliche Kunden GmbH)
und Banu Torun
(Persönliche Assistenz
Dirk Kreuter)



Carsten Borgmeier -
Borgmeier Media
Gruppe GmbH



V. I.: Andreas und Anastasia Eichholz – Eichholz GmbH, Anna Skybenko und Burkhard Küpper – Küpper & Kollegen Gruppe, Natascha Bröker – Gründerin, Geschäftsführerin & Selfmade Millionärin, Silke Bobbert – Silke Bobbert Unternehmensberatung, Beate Bender – Poolspecial GmbH, Roland Wien – NewEase AG & IC-SYS Informationssysteme GmbH,

Sebastian Krenz – VITORI GmbH, Benny Schilling – Brandscaler GmbH, Alexander Bröker – Flatfixx GmbH, Serkan Basin – NSB Polymers GmbH, Dr. Stephan Herlitzius – HERLITZIUS Rechtsanwälte PartG mbB, Cem Demir – Poolspecial GmbH, Norbert Werle – Air2 GmbH





SEMINARTERMINE

2023

- | | |
|------------|--|
| 19.-21.03. | DIGITAL ASSETS |
| 22.-27.03. | JETSTREAM MEMBERS MEETING |
| 28.-30.03. | DIE GELDMASCHINE |
| 08.-10.06. | IMMOBILIEN, STEUERN & BETEILIGUNGEN
FÜR UNTERNEHMER |
| 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 Dvorkina
www.jetstreammembers.com
E-mail: business@
jetstreammembers.com
Office: +971 (0) 42383167

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

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

Redaktion:
Borgmeier Media Gruppe GmbH
Dimitrios Pampoukidis,
Steffen Peschges,
Jörn Petersen,
Hannah Bädjer,
Lisa-Marie Richard,
Philip Rummeler,
Pia Plagens

Layout:
Borgmeier Media Gruppe GmbH
Michaela Schnöck
(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; Inka Englisch;
Lukas Gajda, IRStone,
EdNurg, anastasiapelikh,
Sacha Specker, dusanpetkovic1,
artfirsov - stock.adobe.com

DIE 645 EFFEKTIVSTEN HEBEL FÜR MEHR ERFOLG IM UNTERNEHMEN!



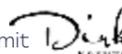
DER

UNTERNEHMERBAUKASTEN

*„Ich kenne keine effektivere digitale Unternehmensberatung
auf dem deutschsprachigen Markt!“*



Unternehmer
Baukasten

in Zusammenarbeit mit 

Anmeldung:



MY BEST Strategy



MY
BEST
CONCEPT

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

Schnell 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 1.200 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!

