



JETSTREAM

Members

No. 2 • 2023

MAGAZINE

**SEBASTIAN
THEISEN**

Nicht ausruhen –
vorangehen!

**SVEN
GABOR
JÁNSZKY**

Europas innovativster
Zukunftsforscher

**DIRK
KREUTER**

Preise erhöhen?
So geht's!

**DR. REINHARD
K. SPRENGER**

Erfolgreiche Führung in der Krise

ALEXANDER UHLIG

Leidenschaft für Elektrotechnik

**MATTHIAS
SHEIKH MENDE**

Experte für Krypto, Blockchain
und das Web3

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



4



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,

wir leben in bewegten Zeiten, in denen sich vieles wandelt, auch die Preise. Daher ist es wichtig, seinen Marktwert zu kennen und vor allem auch den der eigenen Produkte. Doch was tun, wenn der Wert nicht (mehr) mit den aufgerufenen Verkaufspreisen übereinstimmt? Wenn das Produkt inzwischen zu günstig angeboten wird und der Preis erhöht werden müsste? Man sollte eben genau dies tun – die Preise nach oben anpassen. Wie genau man als Unternehmer am besten seine Preise anpasst, wie man es kommuniziert, warum krumme Prozentzahlen geeigneter sind und welche Möglichkeiten es gibt, für gute Kunden die Erhöhung abzumildern, das alles hat uns Dirk Kreuter im Interview verraten.

Anndy Lian ist ein in Asien vielseitig aktiver Geschäftsstrategie. Er hat uns erklärt, welche Vorteile sich aus dem Web 4.0 ergeben und warum das Netz der Zukunft eine größere Datensicherheit und Robustheit gegen Ausfälle bietet. Auch Krypto und die Blockchain gewinnen immer stärker an Bedeutung. Matthias Sheikh Mende, Experte auf diesem Gebiet, der auch bei unserem überaus erfolgreichen Jetstream Meeting in Dubai einen Vortrag gehalten hat, gibt einen Ausblick, womit in diesem Bereich künftig zu rechnen ist. Last, but not least hat uns der Management- und Führungsexperte Dr. Reinhard K. Sprenger veranschaulicht, wie sich Führungskräfte für die aktuellen Krisen rüsten können. Übrigens konnten wir beim Members Meeting in Dubai auch Dieter Bohlen und Boris Becker bei uns auf der Bühne begrüßen. Selbstverständlich stellen wir in dieser Ausgabe auch wieder einige unserer Jetstream Members vor. Freuen Sie sich unter



anderem auf Einblicke in die Unternehmen Smart Engineers GmbH von Alexander Uhlig, Agenda Software von Sebastian Theisen oder auch den 2b AHEAD ThinkTank von Sven Gabor Jánzsky. Auch interessant: In unserem Artikel über den neuen Geschäftsbereich CTA Call To Action stellen wir vor, wie Daniel Arts mit seinem Team helfen kann, das eigene Online-Marketing noch effektiver zu betreiben.

Viel Spaß beim Lesen und weiterhin viel Erfolg im Business

Managing Director Jana Dvorkina

INHALT



06	DIRK KREUTER Expertentipps zur Anpassung der eigenen Preise	16	JETSTREAM VIP Einblicke in den Inner Circle
10	JANA DVORKINA Rückblick und Ausblick auf die Jetstream Members Meetings	20	ALEXANDER UHLIG Smarte Lösungen im Bereich Elektrotechnik
12	JETSTREAM MEMBERSHIP Vorstellung des Netzwerks	23	SEBASTIAN THEISEN Software für den Erfolg von Steuerberatern und KMUs

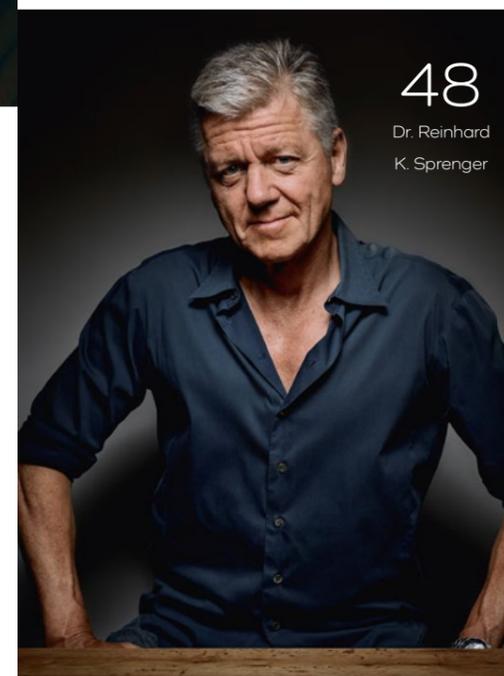


26	DIRK HILDEBRANDT Digitale Studioteknik für den idealen Auftritt
29	MARK MATTHIAS BOROWICZ Ein starker Partner der Finanzbranche
32	SVEN GABOR JÁNSZKY Fokussierter Blick auf die Zukunft
35	CTA - CALL TO ACTION Mehr Power für das eigene Online-Marketing



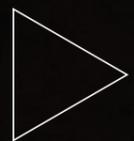
DAS ERSTE JETSTREAM MEMBERS MEETING IM JAHR 2023

38	SEBASTIAN KRENZ Alternative Medizinprodukte verbessern das Wohlbefinden
40	ANNDY LIAN Expertenmeinung zum Web 4.0
44	MATTHIAS SHEIKH MENDE Einschätzungen zu Bitcoin, Krypto und Blockchain

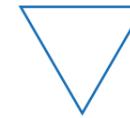


48	DR. REINHARD K. SPRENGER Wie können Führungskräfte die aktuellen Krisen meistern?	58	JETSTREAM EVENT IN BILDERN Meeting in Dubai im März 2023
52	MY BEST CONCEPT Vorstellung der führenden Online-Marketing-Agentur	03	Editorial
56	BUCHTIPPS Literatur, die den Umsatz steigert	62	Impressum / Seminarkalender

PREIS- ANPASSUNG JETZT! HADERN KOSTET



DIRK KREUTER



Wieso sollten Unternehmer gerade jetzt ihre Preise erhöhen? Und wieso spricht man besser von Preis-anpassung und nicht von Erhöhung?

Zunächst einmal war es nie leichter, die Preise anzupassen – das ist einerseits eine gute Gelegenheit und andererseits eine Notwendigkeit. Denn alle erhöhen momentan ihre Preise, Energiekonzerne teilweise sogar um 45 Prozent. Alle, wirklich alle Anbieter weltweit schrauben an ihren Preisen – in der Folge ist der Kunde nicht mehr so kritisch und akzeptiert eine Anpassung eher. Deshalb funktioniert dieses Vorhaben momentan besonders gut. Und ja, es ist in der Kommunikation mit Kunden

verdienen. Auch die Kunden waren häufig bereit, mehr dafür zu zahlen, einfach weil ich es forderte. Heute aber ist es ein klares MUSS. Und in allen Bereichen und Branchen absolut überlebensnotwendig. Warum ist das so? Es gibt viele Gründe: die Inflation, Deglobalisierung, Deindus-

weg. Dazu kommt noch, dass Anbieter auch bei den eigenen Dienstleistern und Lieferanten höhere Preise realisieren müssen. Die Frage ist also nicht mehr, ob ich die Preise erhöhe, sondern nur noch: Wie schnell? Und um wie viel?

Wie lassen sich die Preise möglichst geschickt anpassen? Welche Taktiken gibt es?

Grundsätzlich gibt es zwei Herangehensweisen. Bei der ersten Taktik passen Anbieter ihre Preise erst einmal für Neukunden an, bei den Bestandskunden bleiben die Preise zunächst stabil. Dafür zahlt jeder Neukunde drastisch mehr. Warum die Anpassung über die Neukunden? Ganz einfach: Selbst, wenn der Neukunde nicht kauft, dann hast Du unterm Strich nichts verloren, der Neukunde hat vorher schon nicht gekauft. Die Preise für Bestandskunden würde ich dann später erst nachziehen. Bei der zweiten Taktik passen Verantwortliche die Preise bei allen gleichermaßen an – ein Vorteil hier ist die Einheitlichkeit.

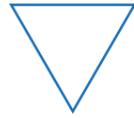
„DIE FRAGE IST ALSO NICHT MEHR, OB ICH DIE PREISE ERHÖHE, SONDERN NUR NOCH: WIE SCHNELL? UND UM WIE VIEL?“

erstes Gebot, von einer Preis-anpassung zu sprechen. Das Wort ‚Erhöhung‘ ist gleich negativ besetzt und sorgt für mehr Widerstand.

Hältst Du es in Deinen Augen momentan sogar für überlebensnotwendig, die Preise anzupassen?

Vor zwei, drei Jahren war es nice to have, die Preise anzupassen, es war einfach eine Margenoptimierung. So ließ sich dann schlicht mehr Geld

trialisierung, die Lohnkostenspirale und Top-Mitarbeiter fordern zu Recht mehr Geld. Wenn ich als Arbeitgeber weiterhin für spannende Mitarbeiter attraktiv sein will, dann muss ich höhere Gehälter bieten. Das tägliche Leben ist teuer geworden: Im Supermarkt ist die Kaufkraft in den letzten 12 Monaten um 40 Prozent zurückgegangen. Das muss ich als Arbeitgeber ausgleichen. Sonst laufen mir sinnbildlich die guten Leute



Was muss man bei der Kommunikation beachten?

Die Kommunikation der Anpassung hängt ganz stark von der Zielgruppe ab. Also, welchem Kunden sage ich was? Erfahrungsgemäß bietet es sich an, Kunden in A-, B- oder C-Typen zu unterteilen; gestaffelt nach Wichtigkeit. Bei A-Kunden ist das Entscheidende die persönliche Kommunikation. Diesen äußerst wichtigen Kunden stattet man einen Besuch ab oder ruft sie an und kommuniziert so die Preisanpassung. B-Kunden muss man nicht vor Ort unterrichten, persönlich anrufen sollten Anbieter sie dennoch. Für die C-Kunden reicht eine E-Mail, in der erklärt wird, dass eine Anpassung erfolgt. Ich empfehle immer, ganz klar zwischen den Kundentypen zu unterscheiden. Einem A- oder B-Kunden sollten Unternehmer nicht einfach einen Brief schicken; das ist einfach schlechter Stil und im schlimmsten Fall geschäftsschädigend.

Angst ist kein guter Ratgeber

Bei einer Preisanpassung schwingt immer auch die Angst mit, dass Kunden abspringen könnten. Verständlich! Aber: Nur etwa drei Prozent der Kunden wechseln wirklich wegen des Preises. Wenn Unternehmer die richtigen Weichen stellen und die Anpassungen taktisch klug und kommunikationssicher durchführen, erweist sich die Angst als unbegründet. Ich kann jedem nur raten, regelmäßig eine Preisanpassung durchzuführen! Preise über mehrere Jahre stabil zu halten, ist einfach unklug und vor allem eines: ein taktischer Fehler und ein unternehmerisches Risiko.

Wie lässt sich die Anpassung gerade für die A- und B-Kunden etwas angenehmer gestalten?

Den wichtigen Kunden kann ich durchaus noch ein Goodie anbieten, damit diese die Preisanpassung besser verkraften. Ein solches könnte etwa sein: Wir erhöhen die Preise zum 01.08., aber Du hast jetzt noch für drei Monate die Möglichkeit, zu alten Preisen zu kaufen und Dein Lager zu bevorraten. Oder es wird ein Abrufauftrag vereinbart und der A- oder B-Kunde kann die Ware innerhalb von sechs Monaten über den alten Preis beziehen. Da gibt es also einige Kniffe, die das Verhältnis zum Kunden verbessern und die Erhöhung erträglicher machen.

Muss man die Anpassung immer begründen? Wieso ist das wichtig?

Ja, das ist extrem wichtig! Ich muss immer begründen, warum ich die Preise anpasse. Das funktioniert besonders gut, wenn man die Begründung sogar über Statistiken oder Berichte nachweisen kann. Diese Zahlen erklären dann auch, warum ich gezwungen bin, die Preise zu erhöhen, zum Beispiel weil meine Vorlieferanten auch erhöht haben und meine Kosten daher hochgehen. Ein solches Beweisen macht immer einen kompetenten Eindruck. Dabei nur essenziell: Die Beispiele oder Referenzen, die für die Begründung herangezogen werden, müssen allgemein anerkannt sein.

Können Kunden denn solche Anpassungen nachverhandeln?

Kurz und knapp: Eine Preisanpassung ist nie eine



„EINE PREIS-
ANPASSUNG
IST NIE EINE
PREISVERHANDLUNG.“



Preisverhandlung. Sondern ich als Anbieter lege jetzt einen Preis fest und der wird dann auch so durchgezogen. Verhandlungen sind hier fehl am Platz. Es macht aber natürlich immer Sinn, die Anpassung ein bisschen hübscher zu verpacken. (lacht)

Zu welcher Zeit bietet sich eine Anpassung an?

Ein Klassiker ist der Jahreswechsel. Ab dem ersten Januar die Preise anzupassen, das ist mehr als beliebt und lässt sich auch meist argumentatorisch gut begleiten. Aber auch der Sommer ist ein guter Zeitpunkt. Oftmals haben Kunden in der Jahresmitte nicht den Fokus auf solche Anpassungen, daher bietet es sich etwa an, den 01.08. als Stichtag zu wählen. Abseits der kalendarischen Zeitpunkte sollten Unternehmer immer auf die Marktführer oder die großen Player ihrer Branche achten. Haben sie bereits die Preise erhöht? Dann heißt es nachziehen. Es gibt sogar Branchen, da warten nur alle darauf, dass einer die Nerven verliert und die Preise anpasst. Dann ziehen alle anderen Anbieter innerhalb von wenigen Tagen nach und berufen sich auf die Preiserhöhung des ersten.

Das „Wie“ und das „Wann“ haben wir besprochen. Nun drängt sich die Frage auf, um wie viel Unternehmer erhöhen sollten?

Dafür gibt es keine Zauberformel – das muss jeder individuell entscheiden und das hängt auch ganz stark von der Branche ab. Entweder setzen Anbieter auf häufige, kleinere Erhöhungen oder sie ziehen selten, dafür aber kräftig die Preise an. Beides hat seine Vorzüge: Mehrere kleine Anpassungen akzeptieren Kunden meist gut, bei großen, seltenen Erhöhungen muss man nur einmal mit dem Kunden diskutieren.

Stimmt der Mythos um die krummen Zahlen? Sollte man tatsächlich auf runde Zahlen verzichten?

Ja! Das ist kein Mythos, sondern Realität. Krumme Zahlen bei der Preisanpassung machen einen professionelleren und realistischeren Eindruck. Statt also um 5, 10 oder 20 Prozent zu erhöhen, lieber 4,3 Prozent, 7,2 Prozent oder 11,4 Prozent anvisieren. Unrunde Zahlen haben einfach eine höhere Glaubwürdigkeit. Noch ein Tipp zur Kommunikation: Profis kommunizieren den Kunden immer, dass eigentlich eine höhere Anpassung nötig gewesen wäre, man dies aber verhindern konnte, indem die internen Prozesse optimiert wurden. So nach dem Motto „Eigentlich müssten wir um XY Prozent erhöhen, aber wir haben uns um andere Lieferanten bemüht, sodass wir nur XY Prozent an Sie weitergeben müssen“.

DAS NÄCHSTE LEVEL



HOCHWERTIGER
MULTI-
SPEAKER-EVENT,
BEKANNTE
PERSÖNLICH-
KEITEN

Das Jetstream Meeting im März in Dubai war ein voller Erfolg.

Internationale Experten und Speaker sorgten bei den Teilnehmern für massiven Mehrwert, darüber hinaus gaben bekannte Persönlichkeiten wie Boris Becker und Dieter Bohlen exklusive Einblicke in ihr Leben. Warum darüber hinaus die Jetstream Members auf den nächsten Event gespannt sein dürfen, verrät hier Managing Director Jana Dvorkina.

Wie immer fand direkt vor dem Jetstream Meeting im März in Dubai ein öffentliches 3-Tages-Seminar statt. Diesmal haben wir zum ersten Mal einen Multispeaker-Event veranstaltet. Der Schwerpunkt lag auf „Digital Assets“, also digitale Vermögenswerte, bei dem wir als Vorreiter die wichtigsten Aspekte von KI, VR, Web3, Blockchain, Metaverse, NFTs und Co. behandelt haben. Natürlich haben wir uns dafür renommierte Experten ins Boot geholt, die zu den verschiedenen Themen referiert haben. Mit dabei waren unter anderem Sharad Agarwal, Chief Metaverse Officer of Cyber Gear, VR-Expertin Petra Schlerit und Matthias Sheikh Mende, Chief Strategy Officer of Block Gemini, Founder of the Memmos (siehe dazu auch Seite 44).

EXPERTEN AUS AUSTRALIEN, SINGAPUR UND DEN VEREINIGTEN ARABISCHEN EMIRATEN

Da digitale Vermögenswerte ein globales Thema sind, planten wir einen Tag ein, der komplett auf Englisch war, mit Experten aus Australien, Singapur und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Zugleich war es das erste Mal, dass wir Speaker aus der ganzen Welt haben einfliegen lassen. Darüber hinaus gaben wir beispielsweise auch Jetstream Member Suwi Muragathas, der seit einiger Zeit in der VIP-Gruppe ist, die Chance, sein Kernthema „Disruptive Technologien“ vorzustellen. Das Seminar war also ein Mix aus externen und auch internen Speakern. Aufgrund des großen Erfolgs ist eine Wiederholung des Seminars bereits in Planung, nähere Infos dazu werden im Spätsommer folgen.

DIETER BOHLEN UND BORIS BECKER STEHEN REDE UND ANTWORT

Auch das Jetstream Meeting selbst wurde mal wieder getoppt. Experten wie Dr. Reinhard K. Sprenger, absoluter Management- und Führungsexperte, Tennislegende Boris Becker und Musiker, Songwriter, Plattenproduzent und Fernsehpersönlichkeit Dieter Bohlen traten auf der Jetstream Bühne auf. Es wurden inspirierende Interviews geführt, aus denen jedes Member Impulse für sich und sein Business mitnehmen konnte. Normalerweise kommt man nie an solche Persönlichkeiten heran, doch als Jetstream Member hat man eben Zugang zu Informationen und Menschen, die nicht so einfach öffentlich erreichbar sind. Trotz der vielen kompetenten Speaker und Experten wurde genug Zeit für die Herausforderungen der Jetstream Members eingeplant. So konnten auch diesmal alle ihre wichtigsten Themen und Fragen einreichen, auf viele Fragen wurde im Meeting eingegangen. Auch dieses Mal durften die Round Tables nicht fehlen. Mit insgesamt mehr als 15 Experten-Tischen wurden die wichtigsten Themen abgedeckt und jedes Member bekam die Möglichkeit, seine Fragen in einer kleinen Runde 1 zu 1 zu besprechen.

AUSBLICK AUF DAS NÄCHSTE MEETING

Was erwartet die Members in den kommenden Meetings? Bestätigt haben bisher sowohl Til Schweiger, der im Juni auf der Jetstream Bühne auftreten wird, als auch Dr. Adnan Chilwan, Vorstandsvorsitzender der Dubai Islamic Bank, des weltweit ersten Scharia-konformen Akteurs und der größten islamischen Bank in den Vereinigten Arabischen Emi-

raten. Die Fragebögen der Teilnehmer, die vor jedem Meeting verschickt werden, haben einen wichtigen Einfluss auf den Content-Part des Meetings. Hier werden nicht nur die erreichten Ziele abgefragt, die Members haben ebenfalls die Möglichkeit, ihre aktuellen Themen zu platzieren. Fakt ist: Die Jetstream Meetings sind ein Mix aus verschiedenen Komponenten, die sicherstellen, dass jedes Meeting ein absolutes Highlight ist. Die Members dürfen also gespannt sein, was sie noch im Jahr 2023 erwartet.



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.



FRANK GROTHEER – GROTHEER GRUPPE – IMMOBILIEN INVESTMENT CONSULTING

Es gibt ein Leben als Unternehmer vor der Jetstream und nach der Jetstream. Du bist ein anderer Mensch nach diesem Jahr, oftmals schon nach dem ersten Meeting. In jedem Vortrag, ob von Dirk oder auch von den außergewöhnlichen Gastspeakern, finde ich Goldnuggets. Oftmals ist es nur ein Satz oder eine Idee, die mir plötzlich zu meinem Businessmodell einfällt ... Ich habe den Zutritt zur Champions League bekommen. Mit Dirk und seinem Team sowie dem überragenden



Netzwerk sind einfach keine Umsatzgrenzen gesetzt! Vor dem Start habe ich über die nicht unerheblichen Kosten der Mitgliedschaft nachgedacht. Jetzt ist meine Frage nur, hole ich mein Invest doppelt, dreifach, 10-fach oder 100-fach wieder rein ... Ich denke, nein, ich weiß, 100-fach! Jetstream Membership ist Mind-Blowing!!!

DR. ANDREAS HELD ALIAS DR. YU – GROSSMEISTER UND GRÜNDER DES GRÖSSTEN KAMPFKUNSTSISTEMS EUROPAS MIT HEAD-QUARTER IN WIEN

Schon seit 2017 bin ich ein Fan von Dirk. Er bringt immer einen Mehrwert und ist zu 100 Prozent authentisch. Ich bin gerade dabei, international (Dubai, Kenia, Thailand) durchzustarten, und am Aufbau eines großen Online-Kurs-Systems zum Thema Kampfkunst. Mit der Jetstream kommst Du in ein wertvolles Netzwerk von „gleichverrückten“ Unternehmern, die ordentlich Gas geben. Man unterstützt sich hier wie in einer großen Familie und gewinnt wertvolle Freunde fürs Business und fürs Leben in komprimierter, vielfältiger Form. Gleichzeitig bietet die Jetstream tolle Referenten und Kontakte zu Promis. Kurz gesagt: Jetstream ist ein Muss für jeden, der in seinem Business wirklich weiterkommen will.



QUOTES

LARS SCHINDLER – IMMOFIN-UNION GMBH



Ich habe die Jetstream abgeschlossen und danach gekündigt bei meinem bisherigen Arbeitgeber. Ich habe daraufhin mein eigenes Unternehmen – die ImmoFin-Union – gegründet. Trotz der „Finanzierungskrise“ im Jahr 2022, denn ich wusste: Die Jetstream sollte man nicht halbherzig angehen. Dank Dirk und der Jetstream konnte ich vom Einzelkämpfer zu einem Unternehmen mit 30 Partnern mit 4 Standorten und über 50 Affiliate-Partnern innerhalb kürzester Zeit wachsen – denn offiziell an den Start gegangen sind wir erst am 01.01.2023. Ich kann die Jetstream jedem/-r empfehlen, der/die nicht mehr selbstständig sein möchte, sondern ein/-e Unternehmer/-in werden will.



JETSTREAM

VIP



Robert Klipp, Dirk Kreuter
und Suwi Murugathas (v. l.)



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 sieben Jetstream
VIPs – ausgewählte Kandidaten, die
sich direkt für zwei Jahre committen.

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

▶ DER INNER CIRCLE



JETSTREAM VIP

Beim VIP-Meeting in Dubai traf sich der Inner Circle der Jetstream Members.



Andreas Sander



Suwi Murugathas



Serkan Basin und Burkhard Küpper



Sascha Driesch



Dirk KREUTER

SKALIEREN & EXPANDIEREN

02.-04.10.2023

*Höhen
Schnellen
Stärken*

DU BIST DEIN EINZIGES LIMIT

DIE Erfolgsprinzipien für systematisches Wachstum - unabhängig von der Marktlage



*Jetzt
anmelden!*

Bestseller VERLAG GmbH

BV Bestseller Verlag GmbH
Universitätsstraße 60
44789 Bochum

info@bestseller-verlag.com
www.bestseller-verlag.com
Geschäftsführerin: Lisa Göppert

Dirk KREUTER

Telefon:
(+49) 234 | 96 29 05 25

Telefax:
(+49) 234 | 96 29 05 19

Aktuelle Termine:

VIP INVESTITION 4.990 €

Melde Dich jetzt an
oder sprich mit Deinem
Sales-Coach!



FASZINATION ELEKTROTECHNIK ALS INNOVATIONS- TREIBER

„Das, was ich mache, habe ich da draußen nie erlebt“, pocht Alexander Uhlig auf die Einzigartigkeit des Angebotskataloges seiner 2020 gegründeten Smart Engineers GmbH. Namhafte Kunden vertrauen dem Meister der Elektrotechnik ihre elektrischen Anlagen an. „Wir helfen dabei, eine Menge Zeit und Geld zu sparen,

effizienten, sicheren und reibungslosen Ablauf.“ Bei mehr als 3.000 Projekten sei ihm dies bereits gelungen. Geboren 1986 in Dresden, begann er nach der Realschule eine Lehre bei Infineon, dem damals weltweit größten Speicherchiphersteller. Nach dem erfolgreichen Abschluss arbeitete er dort noch eine Weile, bis es ihn für neue Herausforderungen zu einem Unternehmen

Die Smart Engineers GmbH mit Sitz nahe München hat sich die Verfügbarkeit, Sicherheit und Effizienz der elektrischen Anlagen auf die Fahnen geschrieben. Für Gründer Alexander Uhlig ist es pure Begeisterung, die ihn auf seiner selbst gewählten Mission antreibt: die Anlagen seiner Kunden fit für die Zukunft zu machen.

„ELEKTROTECHNIK IST DIE
GRUNDLAGE ALLER PRODUKTION,
ALLER INNOVATION.“

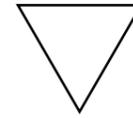
indem wir die Verfügbarkeit, Sicherheit und Effizienz der elektrischen Anlagen erhöhen.“ Der 37-Jährige ist seit bald 20 Jahren als Experte für Stromlaufpläne und Netzberechnungen unterwegs und weiß, was er kann: „Ich erfülle diese Nische mit Perfektion und Sorge für den

nach München führte. Hier baute er eine Abteilung auf und war deutschlandweit mit der Sicherheit von elektrischen Anlagen des Konzerns befasst. 2012 zog es ihn zu einem US-amerikanischen Unternehmen. Hier übernahm er die Tätigkeit als Gesamtverantwortliche

Elektrofachkraft für Deutschland für das Unternehmen. Vor drei Jahren wagte er schließlich den Schritt in die Selbstständigkeit und gründete die Smart Engineers GmbH mit Sitz in Grünwald nördlich von München.

EINE FRAGE DER SICHTWEISE
Sein selbst gesetzter Auftrag ist simpel: „Ich möchte dafür sorgen, dass Elektrotechnik in der Welt nicht mehr als lästig, sondern als etwas richtig Innovatives angesehen wird. Es geht um die

Realisation unglaublicher Sachen.“ Im Endeffekt müsse bei Kunden dafür oft nur die Sichtweise geändert werden. „Eine Steckdose für ein paar Hundert Euro zu installieren, ist ärgerlich, aber ein goldener Wasserhahn für 2.000 Euro begeistert“, vergleicht Uhlig. „Elektrotechnik ist die Grundlage aller Produktion, aller Innovation.“ Sie habe deshalb die größte Faszination und Achtsamkeit verdient. „Deswegen sind wir da.“ Die typischen Aufträge gliedern sich in einem Dreiklang auf: Uhligs Firma über-



JETSTREAM

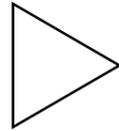
MEMBER

Alexander

Uhlig

nimmt die Dokumentation von technischen Anlagen, um zum einen rechtlichen Auflagen zu genügen und zum anderen für die Sicherheit aller Bestandteile zu sorgen. „Jeden Tag werden Änderungen an industriellen Anlagen vorgenommen, aber hausintern gibt es fast nie genug Personal, das diese korrekt und zeitnah in den Stromlaufplänen nachträgt“, schildert er seine Erfahrungen aus fast zwei Jahrzehnten Arbeit mit Konzernen. Als Sonderleistung kann dies auch besonders schnell erledigt werden: „Wenn nötig, erstellen wir Dokumentationen innerhalb von 24 Stunden.“ Der zweite Bereich ist die Zuverlässigkeit der Anlagen. Hierzu werden zum Beispiel die vorhandenen Sicherungen überprüft und berechnet, welche Kurzschlussfestigkeit für die jeweilige Konfiguration notwendig ist. Dies sorgt nicht nur für generelle Ausfallverhinderung und Stabilität des Betriebes, sondern verhindert auch den Ausfall des gesamten Betriebes, sollten einzelne Anlagen Leistungsspitzen verursachen. „Die Koordination der Sicherheitskennlinien wird oft unterschätzt“, weiß er. Doch die derzeit zunehmend in den





Fokus rückende Facette ihrer Arbeit ist die Energieeffizienz: „Wir stellen die Anlagen richtig ein. Grundlage sind die gründlich ermittelten Anforderungen, also: Was braucht der Kunde wirklich an Leistung.“ Dies könne oft zehn Prozent oder noch mehr an Energie einsparen, was nicht zuletzt auch aufs Ziel der CO₂-Reduzierung einzahlt.

AUFBRUCH ZUM NÄCHSTEN LEVEL
 „Ich bin kein typischer Kunde von Dirk Kreuter“, blickt Uhlig auf die Tage zurück, in denen sich sein Leben in mehr als nur einer Weise entscheidend verändert hat. „Im Sommer 2021 nahm ich an einem Webinar von Dirk Kreuter sowie danach an einem von My Best Concept teil, und in dessen Verlauf wurde mir klar, dass ich ein Mentoring brauche, da mich das auf das nächste Level bringen wird.“ Gesagt, getan: Im Februar 2022 begann der Wandel: „Ich bin Techniker, ich musste lernen, was verkaufen heißt, musste lernen, wie ich lange Zeit gehegte Glaubenssätze, die mich zurückhielten, lösen kann.“ Dabei habe ihm Kreuter entscheidend geholfen. „Ich hätte das nie alleine geschafft, das Mentoring war ein wahnsinniger Mehrwert. Es hat mein Business im Nu von fünfstelligen Umsätzen hin zu siebenstelligen transformiert.“ Die wohl wichtigste Lektion abseits vom Wandel eines Mindsets hin zu Wachstum war der Stopp der Zusammenarbeit mit Freelancern. „Dirk hat mir klargemacht, wie wichtig es ist, Menschen um mich zu haben, die meinem Unternehmen einen

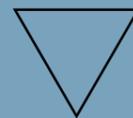
Wert geben.“ Das können Freelancer – gleichweg, wie gut sie sind – nie tun, denn sie gehören halt nicht wirklich zur Firma, gestalten sie nicht anhaltend und langfristig mit.

WEG MIT DEM MANGELDENKEN
 „Der Hammer an Jetstream ist, dass mir zu jedem Augenblick gezeigt wird, welches Mangeldenken ich mit mir herumtrage und wie schnell

„RÄUMT EURE BLOCKADEN IM KOPF AUS DEM WEG, ES GEHT ALLES!“

STRAMMES WACHSTUM ANGESTREBT
 Bis Ende des Jahres soll sein Team auf mindestens 12 Personen anwachsen. Entsprechend soll sich auch der Umsatz entwickeln. Inzwischen ist das Mentoring nach einem Jahr beendet, doch eine Frage, ob er weiter solchen wertvollen Input brauche, gab es für ihn nie: „Jetstream, das war mir gleich klar, ist die richtige Gruppe, in der ich weitermachen, -lernen und -wachsen will.“ Er habe sich bei seinem ersten Treffen im März gleich richtig wohlgefühlt. „Ich kann von den Menschen dort so viel lernen.“ Denn im Gegensatz zu seinem alten täglichen Umfeld würden sie ihm zeigen, wie viel da noch ist und was er alles erreichen könne, wenn er sich selbst nur keine Ketten anlege oder andere ihn begrenzen lasse. „Ich habe mich im vergangenen Jahr von 99,9 Prozent meiner Freunde getrennt“, berichtet er ohne Trauer von einer Phase des Umbruchs. „Alles so schwierig, dies oder das geht nicht, so funktioniere etwas nicht“, zählt er erinnernd durch, was er sich alles habe anhören müssen.

es doch geht, den Hebel nach oben zu bringen.“ Deshalb ist der beste Ratschlag aus seiner Sicht für alle unternehmerisch Tätigen da draußen: „Räumt eure Blockaden im Kopf aus dem Weg, es geht alles! Einfach machen und – egal was kommt – dranbleiben.“ In seiner Freizeit geht Alexander Uhlig aktuell ein weiteres Projekt an: „Ich schreibe ein Buch, es soll das, was ich tagtäglich aus Überzeugung lebe, einem breiten Publikum näherbringen. Energieeffizienz, Achtsamkeit für Elektrotechnik und ihre Wunder haben es verdient, mit Leidenschaft angegangen zu werden.“



Weitere Infos zum Thema effektive und übersichtliche Stromlaufpläne sowie eine Entscheidungshilfe gibt es unter www.stromlaufpläne.com



NICHT AUSRUHEN, SONDERN VORANGEHEN

Sebastian Theisen



Dank optimaler Vertriebsmaßnahmen und mit einem qualifizierten Team hat Sebastian Theisen bei Agenda Software die Segel auf Erfolg gesetzt. Seit er im Management Board die Abteilung Sales & Marketing übernommen hat, geht er für Innovationen und kreative Lösungsansätze immer wieder neue Wege. Inzwischen gehört Agenda zu den wachstumsstärksten Unternehmen in ganz Bayern.

Der gelernte IT-Systemkaufmann und Bachelor of Arts Sebastian Theisen schrieb die ersten Seiten seiner Erfolgsgeschichte in renommierten Agenturen wie Jung von Matt und beim IT-Konzern Xerox. Seine Stärke ist es, Trends zu erkennen und mit Weitblick auf sie zu reagieren. Dafür hat nicht nur Theisen selbst, sondern auch die gesamte Agenda-Geschäftsführung

das richtige Gespür. Agenda entwickelt seit nahezu 40 Jahren betriebswirtschaftliche Software für Steuerberater, selbstständige Buchhalter sowie für kleine und mittlere Unternehmen. Mittlerweile beschäftigt das Unternehmen mehr als 350 Mitarbeitende und ist stolz darauf, zu Bayerns Best 50 zu gehören – eine Auszeichnung, mit der besonders wachstumsstarke Unternehmen in ganz Bayern geehrt werden.





Sebastian Theisen weiß als Mitglied der Geschäftsführung, wie wichtig Erfahrung in seiner Branche ist. Aber auch: dass Erfahrung nicht alles ist. Freude an Innovation, Kreativität und der Mut, sich von Zeit zu Zeit neu zu erfinden, sind mindestens genauso wichtig, um langfristig Erfolg zu haben. In seiner Funktion als Bereichsleiter war Sebastian Theisen schnell klar: „Wenn wir unseren Umsatz weiter so erfolgreich steigern möchten, dann benötigen wir gezielte Umstrukturierungen. Deshalb habe ich das Marketing und den Sales konsequent zusammgeführt. Das schlägt sich vor allem in unserem integrierten Marketing- und Sales-Prozess nieder.“

SICH VON ZEIT ZU ZEIT NEU ERFINDEN

2019 hat Sebastian Theisen zusätzlich zum Marketing den Vertrieb als Bereichsleiter übernommen.

„UNSEREN VERTRIEB HABE ICH DURCH DIE IMPULSE VON DIRK AUF PROVISIONSBASIIERT UMGESTELLT.“

„Damals wollte ich natürlich wissen, was aktuell State of the Art im Verkauf ist“, erzählt er. Der frühere Marketingleiter begann, sich in seiner neuen Position umfassend zu informieren und kam recht schnell auf die Vertriebsoffensive von Dirk Kreuter. „Unseren Vertrieb habe ich durch die Impulse von Dirk auf provisionsbasiert umgestellt. Außerdem habe ich das Setter-Closer-Prinzip eingeführt.“ Seine Mitarbeiter im Marketing und Vertrieb schickte er zu Dirks Seminaren „Umsatz extrem“ 1 & 2. Seine Führungskräfte schulte er mithilfe von

Dirks Systemvertrieb sowie dem Mentoring.

AGENDA PUNKTET MIT 97-PROZENTIGER SERVICE-ZUFRIEDENHEIT

Über 350.000 Anwender zählen inzwischen auf die Software von Agenda. Einige Nutzerinnen und Nutzer hat Sebastian Theisen bei den Treffen von Dirk Kreuter persönlich getroffen. Im direkten Kundenkontakt erlebt der Bereichsleiter stets hautnah, was die Branche bewegt. Effiziente Cloudprozesse und ein integriertes Komplettsystem sind vor allem für Steuerkanzleien in

Zeiten des Fachkräftemangels besonders wichtig. Die Kanzlei-Software muss ihnen maximal viel Arbeitslast abnehmen, wenn qualifiziertes Personal fehlt. Deswegen setzt Agenda auf konsequente Automatisierung in der Lohn- und Finanzbuchhaltung sowie auf effiziente Cloud-Prozesse. Auf die Frage, was Agenda von anderen Unternehmen in der Branche unterscheidet, antwortet Theisen überzeugt: „Das ist unser erstklassiger Service.“ Mehrfach ausgezeichnet als Deutschlands Kundenchampion sitzen in der Agenda-Hotline ausschließlich Steuerexperten. „So erledigen sich 98 Prozent der Anliegen bereits beim ersten Anruf und wir verfügen über 97 Prozent Service-Zufriedenheit.“

DIE KONTROLLE ÜBERNEHMEN

Als gelernter Kaufmann weiß Sebastian Theisen, dass es bei der Führung des eigenen Unternehmens oft um andere Dinge geht als um Steuern oder um die Lohnbuchhaltung. Während man sich als Inhaber in erster Linie um seine Produkte und Dienstleistungen kümmert, übernimmt üblicherweise ein Steuerberater die Dinge, die im Hintergrund ablaufen. Aber, so Theisen, es lohne sich immer, die Kontrolle zu behalten oder zurückzuerobern, um stets den Zugriff auf die aktuellen Zahlen und Vorgänge gewährleisten zu können. Es sei von Vorteil, den Lohn als Unternehmen selbst zu machen. Denn mit der richtigen Software und dem richtigen Anbieter im Hintergrund ist das schließlich gar kein Problem.

Sebastian Theisen kennt die Bedürfnisse der Kunden von Agenda Software genau.



DIGITAL BEGEISTERN

DIE GO4IT! GMBH, ZUNÄCHST ALS KLASSISCHER FULL-SERVICE-DIENSTLEISTER IN DER VERANSTALTUNGSTECHNIK ÜBERAUS ERFOLGREICH, RICHTETE IN DEN VERGANGENEN JAHREN DIE SEGEL NEU AUS.



Zusätzlich zum etablierten Eventgeschäft erfanden sich der event- und technikbegeisterte Dirk Hildebrandt und sein Team mit dem Studio4.DIGITAL neu. In Hagen realisieren sie seither in vier vollausgestatteten Studios unter einem Dach – online oder hybrid – alles von der professionellen Aufzeichnung von Onlinekursen bis hin zu gigantischen Veranstaltungen mit über tausend Teilnehmenden. Dabei geht es nicht nur um Technik, sondern um ganzheitliche Expertise, die vor allem eines erreichen möchte: Menschen digital begeistern.

G04IT! wurde im Jahr 2013 gegründet. Dirk Hildebrandt will seine Auftraggeber und deren Kunden nicht einfach nur zufriedenstellen; er will sie begeistern. Dabei spielt er mittlerweile auf der kompletten Klaviatur der Präsenz-, Online- und Hybrid-Events, ist Partner für individuelle Studioproduktionen, Content-Creation sowie maßgeschneiderte Online-Pitches und Webinare. Die Studios sind mit Video-, Audio-, Licht- und Broadcast-Technik auf TV-Niveau rundum ausgestattet. Die Kunden müssen sich weder um die Technik noch um die Kulisse kümmern. Einfach ankommen, starten und Ergebnisse produzieren, so lautet das Versprechen. Das Besondere: Von der ersten Idee bis zur Postproduktion bildet GO4IT!

alles unter einem Dach ab. So sparen Unternehmer nicht nur viel Zeit auf dem Weg zu ihrer Digitalproduktion, sondern schonen auch ihre Nerven. So leistet GO4IT! ganzheitlichen Service mit hohem Mehrwert und verhilft Kunden auf effizientem Weg zum Expertenstatus auf ihrem jeweiligen Gebiet.

FULL SERVICE: NICHT NUR EIN MARKETING-STATEMENT

Dem Jetstream Member ist es wichtig, Kunden den vollen Rundum-Service zu bieten. So werden bei einer Anfrage zunächst sämtliche Details hinsichtlich der Vorstellungen der Auftraggeber geklärt. Daran anschließend geht es an die Entwicklung des Storytellings, des Ablaufes und der Dramaturgie sowie an die Planung der notwendigen technischen Ausstat-

JETSTREAM

MEMBER

Dirk Hildebrandt



tung. Wer sich für eine Produktion im Studio4.DIGITAL entscheidet, muss sich nicht einmal um Visagisten, Catering und sonstige operative Peripherie kümmern. Mit einem multidisziplinären, fest angestellten Team und bewährten externen Partnern wird ein Komplettpaket geschnürt, das weit über klassische Event-Dienstleistungen hinausgeht. Ganz bewusst möchte GO4IT! Kunden entlasten, um mehr Raum und Zeit für das Wesentliche zu schaffen: die Formulierung und den Transport der Botschaft zur Zielgruppe. Denn Dirk und seinem Team ist klar, dass Menschen vor der Kamera oft unter Druck stehen. Und diesen Druck gilt

es ihnen so weit wie irgend möglich zu nehmen, um bestmögliche Ergebnisse zu schaffen.

INNOVATOR MIT VERTRAUEN INS TEAM

Dirk selbst verbringt die meiste Zeit mit der Suche nach innovativen Ideen, um die Kunden bei ihren Events aufmerksamkeitswirksam in Szene zu setzen, unbedingt gesicherte und unterbrechungsfreie Abläufe zu gewährleisten und infolgedessen letztlich auch die GO4IT! GmbH zukunftssicher auszurichten. Tatsächlich ist er der typische Workaholic, der allerdings dank der Tipps von Dirk Kreuter auch gelernt hat, Verantwortung





zu übertragen und mit dem stimmigen Mindset vertrauensvoll auf die Fähigkeiten seiner Mitarbeiter zu setzen. Nur folgerichtig sucht er sich dafür die Besten ihrer jeweiligen Disziplin.

ZAHLREICHE VERTRIEBSOFFENSIVEN TECHNISCH UMGESETZT

Dirk Hildebrandt hat in den vergangenen Jahren als technischer Komplettdienstleister mit GO4IT! zahllose Vertriebsoffensiven, das größte Veranstaltungsformat von Dirk Kreuter, realisiert. „Schon seit vielen Jahren begleiten wir Dirk Kreuter und den Bestseller Verlag bei all ihren Events“, sagt er. So habe er auch das größte Veranstaltungsformat von Dirk Kreuter, die „Weltmeisteroffensive“ 2018 in der Dortmunder Westfalenhalle, technisch realisiert. Mit diesem Event hat es Dirk Kreuter übrigens ins Guinnessbuch der Rekorde geschafft.

DER ERFOLG SPRICHT FÜR SICH – STILLSTAND IST KEINE OPTION

Insbesondere während des Pandemiegeschehens stand

„SCHON SEIT VIELEN JAHREN BEGLEITEN WIR DIRK KREUTER UND DEN BESTSELLER-VERLAG BEI ALL IHREN EVENTS.“

die gesamte Event- und Veranstaltungsbranche unter Druck. Live- und Präsenzveranstaltungen waren von einem Tag auf den anderen nicht mehr umsetzbar. Wer sich nicht nach neuen Möglichkeiten und Potenzialen umsah, war faktisch arbeitslos. Letztlich auch inspiriert durch Dirk Kreuter, war Dirk Hildebrandt schnell klar, dass Online-Events das Format der Zukunft sein würden. Was dann folgte, lässt sich am besten als sehr steile Lernkurve beschreiben. Mit viel Mut, hohem Einsatz und einer stets positiven Einstellung schickte sich Dirk an, sein Business neu zu modellieren. Der Erfolg des Studio4.DIGITAL, in das er kontinuierlich investiert, gibt ihm recht. Stillstand auf der Höhe des Erfolges? Nicht

mit Dirk. Er weiß genau: Die einzige Konstante im Leben ist die Veränderung.

KEINE HALBEN SACHEN

In voller Konsequenz wurden und werden die Studios immer wieder auf zeitgemäße Anforderungen ausgerichtet, hochprofessionell ausgestattet und Workflows bei Bedarf angepasst. Immer vor dem Hintergrund, dass es in der professionellen Eventtechnik keine halben Sachen geben darf. Jeder noch so winzige Fehler wird bemerkt; kleinste Unterbrechungen können im Worst Case für massive Umsatzverluste verantwortlich sein. Alles muss auf den Punkt genau sitzen und betrifft die gesamte Produktionskette. Dirk ist sich dessen bewusst.

Als branchenanerkannter Perfektionist kümmert er sich auch um die aller kleinsten Details im Sinne seiner Auftraggeber.

AUF DER ÜBERHOLSPUR

Privat verbringt Jetstream Member Dirk Hildebrandt seine Zeit am liebsten mit der Familie, gerne auch auf dem Fahrrad. Beruflich befindet er sich auf der Überholspur. Während sich die Eventbranche mit teils verstaubten Formaten von den Einbrüchen der kontaktfreien Pandemiezeit noch nicht ganz erholt hat, hat Dirk mit GO4IT! längst die Nase ganz weit vorn und beweist der Branche, dass Erfolg dadurch entsteht, jederzeit offen für Neues zu bleiben, große Ziele für sich zu definieren und diese entschlossen umzusetzen.

KOSTENLOSER LEITFADEN FÜR ONLINE-EVENTS

Dirk hat einen praxisorientierten Leitfaden veröffentlicht, der für Interessenten zum kostenlosen Download zur Verfügung steht. Darin erläutert er die wichtigsten Schritte und Anforderungen für alle, die ein digitales Event planen oder ihre Kunden bzw. Mitarbeiter online erreichen wollen. Dabei gibt der Digital-, Hybrid- und Live-Event-Pionier Einblick in vielfach erprobte Event-Konzepte aus der Praxis und beantwortet die wichtigsten Fragen rund um digitale Event-Formate – damit künftig noch mehr Unternehmer und Unternehmen digital zu begeistern wissen.



JETSTREAM

MEMBER

Mark Matthias

Borowicz



Der Unternehmens- und Vermögensberater Mark Matthias Borowicz aus Saarlouis möchte die Finanzdienstleistungsbranche neu definieren und mithilfe seiner fokussierten Strategie auf das nächste Level bringen. Als Teil des Jetstream Netzwerks um Dirk Kreuter fühlt er sich von der in der Gruppe sprühenden Energie immer wieder aufs Neue inspiriert und angespornt.

Mark Matthias Borowicz ist einer dieser Menschen, die dafür sorgen, dass sich das Gegenüber sofort wohlfühlt. Sicher ist das ein elementarer Teil seiner Karriere und Basis für die Erfolge, die er in den letzten Jahren im Finanzsektor feiern konnte – angefangen mit solider Wohnzimmerberatung, berät er mittlerweile am liebsten die Top-Unternehmen mit Umsätzen bis zu zwei Millionen Euro. Rund 2.500 Kunden betreuen er und sein Team, das in diesem Jahr auf 30 Mitarbeitende im Vertrieb anwachsen soll. In allen Belangen ist da „noch Luft nach oben“, wie er sagt. Sein Ziel ist es, den Erfolgscode der Branche zu knacken und das System nach seinen Maßstäben zu perfektionieren.



„ERFOLG IST MEIN HOBBY“





IMMER WIEDER DEN TURBO ANSCHALTEN
Aber der Reihe nach. Vor noch gar nicht allzu langer Zeit war Mark Matthias Borowicz kaufmännischer Angestellter für Groß- und Außenhandel. Doch er hat gespürt, dass da noch mehr sein muss. Mehr Dynamik. Mehr Erfolg. Mehr Bewirken können. Und so hat er sich in Richtung der Finanzdienstleistung orientiert und hier von null sein Business aufgebaut. Ohne Kundenstamm, Erfahrungen oder eine entsprechende Ausbildung. „Ich habe mich damals zwar ganz bewusst dafür entschieden, etwas Neues zu beginnen, aber das Was konnte ich erst für mich klären, als ich die Finanz- und Vermögenssparte besser kennengelernt habe.“ Ein anderer Berater habe ihn dann als Mentor mit an Bord geholt und ihm die nahezu unendlichen Chancen der Branche aufgezeigt. Nach einigen Jahren als klassischer Berater entschied sich Borowicz wieder, den nächsten Schritt zu machen und einen höheren Gang einzulegen. Er schärfte sein Unternehmensprofil und beschloss, den Markt noch spitzer anzugehen. Mit einer Software für automatisiertes und digitales Rechnungsmangement ist er jetzt auf Erfolgskurs. „Unser Ziel ist es, den Markt zu dominieren und mit unserer digitalen Plattform zu einem Synonym für Rechnungsmangement zu werden.“

ZIELSTREBIGKEIT IM BLUT
Auch aus Konzernen und Agenturen, die digital bereits gut aufgestellt sind, lässt sich zum Thema

Liquidität immer noch mehr herausholen, weiß Borowicz inzwischen. Die Software managt den gesamten Ablauf von der Bonitätsprüfung über die Zahlungseingangskontrolle und Mahnwesen bis hin zu Inkassotätigkeiten. Mithilfe kleiner Hacks und Optimierungen in den internen Prozessen können die Kunden von Borowicz so schneller und zielgerichteter an ihr Geld kommen. „Die Beratung von Unternehmen dieser Größen ist ein ganz anderes Universum“, beschreibt der Consultant seine Welt, „Wenn wir in den oberen Etagen der

„UNSER ZIEL IST ES, DEN MARKT ZU DOMINIEREN UND MIT UNSERER DIGITALEN PLATTFORM ZU EINEM SYNONYM FÜR RECHNUNGSMANAGEMENT ZU WERDEN.“

Firmen unterwegs sind und ihr Business analysieren, dann müssen die sofort sehen, was wir können und wie kompetent wir sind. Die müssen am Ende des Gesprächs wissen: Wow, die haben echt was drauf.“ Das Vertriebsteam um Mark Borowicz ist dementsprechend so aufgebaut und ausgebildet, dass sie sich in den zu beratenden Berufszweigen perfekt auskennen und die DNA durch Jetstream und Dirk Kreuter verinnerlicht haben. Denn den

Spirit aus dem Mentoring und der Jetstream Membership transferiert Borowicz direkt in seine Firma. „Es ist mir ein absolutes Vergnügen, mir Wissen anzueignen und in dem richtigen Umfeld zu agieren. Das ist mein Hobby, nicht meine Arbeit“, erklärt er seinen heutigen Erfolg.

POSITIVES MINDSET
Zum Network des mitreisenden Verkaufstrainers kam der Unternehmensberater zu der Zeit, als die Corona-Pandemie Events hat online stattfinden lassen. Borowicz und sein Team beschlossen, an einem zweitägigen Wochenendseminar teilzunehmen und das Expertenwissen für sich

umzusetzen. „Um ehrlich zu sein: Ich dachte, ich kann verkaufen, ich brauche das nicht. Ich habe da mehr als ein Vorbild für mein Team mitgemacht“, gibt er etwas kleinlaut zu. Aber Dirk Kreuter hat ihn nach eigenen Worten „angezündet“. Nach dem Seminar habe er gewusst, dass er davon mehr wolle. Und der regelmäßige

Austausch und der Content, den er hier bekomme, wirke nun stets aufs Neue wie ein Dominostein auf seine Arbeit und seinen Wirkungskreis. Methoden und Strukturen in der Borowicz-Vermögensberatung sind digitaler geworden, die Angestellten denken größer und arbeiten effektiver. In jedem relevanten Bereich

spürt der Inhaber eine positive Veränderung: im Umsatz, im Mindset, in der Produktivität.

DER WILLE ZUR LEISTUNG
Der Schlüssel für diesen weitreichenden und beispielhaften Effekt sei ein ganz besonderer Umstand: Im Umfeld des Trainers fühlt

sich Borowicz nach eigenen Angaben nicht groß. Und genau da liegt für ihn das Potenzial zum Wachsen. „Wer ein Unternehmen gründet, übernimmt die Verantwortung für Wachstum. Es ist ein Versprechen an sich selbst und an die Gesellschaft.“ In den Zoom-Meetings, den Vor-Ort-Treffen und den Seminaren, die der Vermögensberater mit den anderen Jetstreamern erlebt, spürt er die Pflicht, sich mit seiner Selbstständigkeit und dem Anspruch auf Erfolg auseinanderzusetzen. In dem Austausch herrsche eine Dynamik, die er so noch nicht erlebt habe. „Die Gruppe ist ein Energieträger“, fasst er das dortige Temperament in einem Satz zusammen.

MIT DEM JETSTREAM ABHEBEN
Eine Sache, die Mark Borowicz in seiner Karriere und mit der Membership gelernt habe, sei, dass es immer ein Irrtum ist, sich an der Vergangenheit zu orientieren. „Du kannst 2.000 Kilometer in die falsche Richtung gefahren sein. Aber wenn Du dann die richtigen Menschen triffst und Dir die richtigen Gedanken implementiert werden, dann fühlst Du Dich wie in ein Flugzeug gesetzt, das die Strecke locker wieder zurückfliegt“, sagt er überzeugt. Und das gilt für ihn ganz unabhängig vom Alter oder davon, wie lange man vorher etwas anderes gemacht hat. Mit den entsprechenden Leuten, den passenden Tools und der passenden Fähigkeit kann man alles wieder verändern und aufholen. Mark Matthias Borowicz hat auf jeden Fall gezeigt, wie das funktioniert.



Mark Matthias Borowicz hat Erfahrungen in verschiedenen Bereichen der Finanzdienstleistungsbranche gesammelt.

Jetstream Member Sven Gabor Jánosky ist allgemein anerkannt Europas innovativster Zukunftsforscher, zudem Gründer und Chairman von 2b AHEAD ThinkTank, Präsident der internationalen Rulebreaker Society sowie Gründer und Geschäftsführer zweier Investment-Beteiligungsgesellschaften, Coach, Speaker und Autor. Sven liebt Marathons ebenso wie visionäre Wege; ein Spiegelbild seiner Persönlichkeit und seines Geschäftsmodells.



JETSTREAM
MEMBER
Sven Gabor
Jánosky



EUROPAS INNOVATIVSTER ZUKUNFTS- FORSCHER

Er coacht Vorstände und Unternehmer in Strategieprozessen, führt Innovationsprozesse zu Produktentwicklung und Geschäftsmodellen der Zukunft. Er leitet das größte unabhängige Zukunftsforschungsinstitut Europas, hält Vorträge vor Vorständen der großen deutschen Unternehmen und fertigt ihnen die Zukunftsstrategien. Dabei immer im Fokus steht die Frage, die wir uns alle stellen: Was wird morgen sein; was wird übermorgen sein? Wir würden alle gern wissen, was in der Zukunft passiert. Sven Gabor Jánosky und sein Unternehmen haben in den letzten Jahren mehr als 1.000 Unternehmen zu deren Zukunftsstrategie beraten. Tatsächlich kommt Zukunftsforschung laut Sven etwas aus dem Elitären. Das sei halt Wissenschaft, dauere ungefähr ein halbes Jahr, um eine solche Studie zu machen, und koste

auch fast eine halbe Million. „Das Besondere ist, dass wir das runtergebrochen haben. Inzwischen kann jeder diese Elite-Methode der Zukunftsforschung für sich anwenden.“

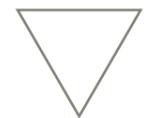
WACHSTUMSIDEEN MIT NEUEN GESCHÄFTSMODELLEN
Dabei hat Zukunftsforschung nicht das Geringste mit Glaskugel oder Kaffeesatz zu tun. Vielmehr arbeiten im Institut Doktorinnen und Doktoren der Zukunftsforschung mit wissenschaftlichen Methoden. „Wendet man diese Methoden an, bekommt man die wahrscheinlichste Entwicklung innerhalb einer Branche für ein bestimmtes Unternehmen in den nächsten zehn Jahren. Und das machen wir. Was wir bei 2b AHEAD eigentlich für Unternehmen realisieren, sind Zukunftspläne oder nennen wir sie Zukunftsstrategien.“ Dafür gebe es drei

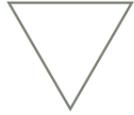
Wege, die man gehen müsse, wenn man einen konsistenten Zukunftsplan für das Unternehmen aufstellen wolle: die Delphi-Methode, um das Zukunftsbild der Branche zu eruieren, die Backcasting-Methode, um diesen Plan dahin zu entwickeln, und das Company-Building, also die Umsetzungsmethodik, wie man wirklich neue Geschäftsmodelle in den Markt bringt.

STRATEGIEN FÜR RIESIGE NEUE MÄRKTE
Laut Sven Gabor Jánosky gibt es natürlich für die unterschiedlichen Branchen die jeweils spezifischen Trends, etwa Genetik, Alternativen für Fleisch usw., aber das sei speziell. Die drei größten seien Quantencomputer, der Personalmangel sowie die sogenannten Digital Humans – mit eigenem Sprach- und Emotionsprofil trainierte KI. „Wir werden uns bis 2030 daran gewöhnen, dass

Menschen, die nicht mehr real sind, im Hier und Jetzt eingeblendet werden und wir mit ihnen interagieren können. Wenn wir es schaffen, verstorbene Menschen einzublenden, drängt sich unternehmerisch schnell die Frage auf: Was kann man Millionen von verstorbenen Großvätern eigentlich verkaufen? Die Antwort: irreviel! „Das sind riesige neue Märkte, die da entstehen, und dafür machen wir bei 2b AHEAD ThinkTank die Strategie.“

BIS MIR KLAR WURDE, WIE BESCHEUERT ICH BIN
„Bis vor vier Jahren waren wir ein reines Zukunftsforschungsinstitut, bis mir klar wurde, wie bescheuert ich eigentlich bin, dass ich immer nur den anderen sage, womit sie in der Zukunft Geld verdienen können, die da wirklich viel, viel Geld verdienen, und ich nicht selber darin investiere.“ Frei nach dem Motto „Vertraue keinem Zukunftsforscher, der nicht sein eigenes Geld in seine Prognosen investiert“ hat er vor viereinhalb Jahren





ein Tochterunternehmen gegründet, das sich als Company-Builder zur Aufgabe gemacht hat, auf Basis von Hochtechnologien andere Start-ups zu gründen. Das heißt, Sven und sein Team entwickeln die Konzepte, holen sich potenzielle Gründer von Universitäten, bilden Gründerteams aus, denen sie Geld in die Hand geben und die dann mit diesem Support durchstarten. „Auf diese Weise sind wir insgesamt 31, davon sind 21 kleine Start-up-Unternehmen, allerdings nicht nur in Deutschland, sondern auch in Australien, in den USA, im UK, in Israel. Es werden jedes Jahr etwa 5 bis 10 mehr. Einigen davon wird mittlerweile eine Milliardenbewertung prognostiziert.“

GROSS DENKEN – GIGANTISCH SKALIEREN
Dabei, sein persönliches Mindset für große Zahlen und Ziele zu schärfen, habe ihn Dirk Kreuter außerordentlich inspiriert. Zunächst sei er auf der Suche nach Fortschritts- und Strategieanleitungen gewesen, sein Geschäftsmodell, das in der Regel nur von wirklich großen Unternehmen – den Mutterschiffen – wahrgenommen werden konnte, runterzuskalieren und damit für wirklich jedes Unternehmen nutzbar zu machen. Wer skaliert Strategien für wirklich jeden? Da sei ihm Dirk Kreuter aufgefallen, der exakt das in Perfektion zelebriert. Er besuchte Seminare, buchte für seine Bereichsleiter Kreuter-Coaching-Produkte und buchte seine Jetstream Membership. Zunehmend hatte Sven – damals bei einem Umsatz von

rund 2,9 Millionen Euro – das Gefühl, sein eigenes Mindset auf eine höhere Stufe bringen zu müssen. Die Lösung kam im Jetstream, von Dirk Kreuter, den weiteren Coaches wie auch den Members im Kreuter-Kosmos. Think big: Was muss ich tun, um meinen Umsatz nicht lediglich linear zu steigern, sondern ihn zu verzehnfachen und zu potenzieren? Die Weichen sind gestellt, die Zahlen sprechen für sich. Die zielsetzende Messlatte liegt nicht mehr bei 3 Millionen, sondern bei 30 Millionen. Sven Gabor Jánoszy gibt den Members den Tipp, das Unmögliche anzuvisieren und exakt das mit dem stimmigen Mindset zur Realität werden zu lassen.

PFLICHTLEKTÜRE
Sven hat ein Buch mit dem Titel „2030 – Dein Weg zum Zukunfts-ICH“ herausgebracht, in dem er auf anschauliche und erzählerische Weise Antworten zu Themen gibt wie etwa: „Wie wirst Du in Zukunft leben, lieben und arbeiten?“, „Wie kannst Du die Trends der Zukunft auf Dein Leben anwenden?“ und „Wie kannst Du die Erkenntnisse langfristig für Dich nutzbar machen und damit Dein Zukunfts-ICH erreichen?“. Das Buch gibt es kostenlos mit Versandkostenbeteiligung, bestellbar über die Website 2030.2bahead.com/.



Sven Gabor Jánoszy erforscht auf wissenschaftlicher Grundlage Zukunftsstrategien für Branchen und Unternehmen.

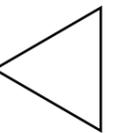


CTA - CALL TO ACTION

VOLLGAS MIT VIDEO-CONTENT

Vor mehr als fünf Jahren als Azubi begonnen, ist Daniel Arts mittlerweile der kreative Kopf hinter der Social-Media-Präsenz von Dirk Kreuter. Als Mastermind lenkt er die Aktivitäten des mehr als zehnköpfigen Media-Teams, zusammengesetzt aus Experten unterschiedlichster Creative-Disziplinen. Mit der neuen Sparte des Kreuter-Versums „CALL TO ACTION“ können künftig auch andere von der geballten Expertise des Content-Teams profitieren und nachhaltig ihre Sichtbarkeit und Umsätze steigern.

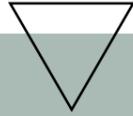
MIT DANIEL ARTS UND SEINEM TEAM



Daniel Arts hat sich seine Skills und spezialisierte Kompetenz im Social-Media- und Video-Marketing über fünf Jahre hinweg erarbeitet. Wichtig dabei war es, aus der Komfortzone rauszugehen und schmerzfrei zu bleiben. Dabei fing alles recht kurios an. Als Auszubildender blieb er nach dem Tagesbericht jeden Tag noch bis rund 23:00 Uhr im Büro, schaute sich Tutorials an, lud sich die Software runter, lernte, wie Kameras funktionieren und vieles mehr. Eigentlich war er fürs Copywriting zuständig. Nun hatte er sein erstes Social-Media-Video erstellt und es vollkommen ohne Absprache in Dirk Kreuters Kanälen gepostet. Als am nächsten Morgen ein Meeting einberufen wurde, dachte Daniel, jetzt werde ihm der Kopf abgerissen und er könne sich schon mal eine neue Ausbildungsstelle suchen. Das Gegenteil war der Fall. Seine Vorgesetzten saßen ihm gegenüber und sagten: „Das hast Du richtig gut gemacht. Willst Du mehr davon machen?“ Seither ist er kom-

plett verantwortlich dafür, die Social-Media-Videos zu erstellen und zu lancieren. Der Erfolg gibt ihm recht: „Ihr habt gesehen, was wir

bei Dirk Kreuter über die Jahre ausgespielt haben.“ Ein Erfolg, den er auch mit den Jetstream Members teilen möchte:



OPTION 1 – EXTERNE DIENSTLEISTER

Um die eigenen Social-Media-Aktivitäten anzukurbeln, könnte man auf externe Freelancer setzen. Dabei verbleibt allerdings die Frage, ob der Workflow, die Kommunikation und auch die Terminabsprachen funktionieren. Ebenso steht die Problematik im Raum, dass es sich im gewissen Sinne um digitale und kreative „Söldner“ handelt, die eben nicht exklusiv für nur einen Kunden arbeiten. Nicht zu vergessen, dass die so immens wichtigen Bildrechte bei den externen Dienstleistern liegen. Wer die Bilder oder Videos ohne Genehmigung verwendet, wird abgemahnt oder gleich verklagt.

OPTION 2 – SELBER MACHEN

Sicherlich ließe sich alles in Eigenregie machen. Das allerdings würde bedeuten, bei größtem Einsatz neue Skills lernen zu müssen, nach dem typischen „Trial and Error“-Prinzip reichlich Energie, Zeit und somit Geld zu verschwenden und letztlich den so immens wichtigen unternehmerischen Fokus zu verlieren. „Ihr verbrennt da komplettes Geld, wenn ihr denkt, ihr müsst das alles selber machen und vor allem auch kontrollieren“, sagt Daniel Arts. Und dabei erinnert er an den Mentoring-Bonus-Tag, an dem Dirk Kreuter gesagt hat: „Man muss das Ego in den Schrank packen.“ Vielmehr müsse man sich von dem Gedanken verabschieden, alles selber machen zu wollen. Das funktioniert nicht. Um sich weder zu verrennen noch permanent Geld zu verbrennen in Form von wirkungslosen Resultaten, müssen erfolgsbewusste Unternehmer sich ein Social-Media-Team aufbauen. Gut gemeint ist selten gut gemacht. Nur folgerichtig sollten die Teammitglieder auch in sämtlichen Skills kompetent geschult und unterstützt werden. Exakt dafür wird ein neues Mentoring-Format ausgerollt:

OPTION 3 – CTA „CALL TO ACTION“

CTA, das neue Angebot von Dirk Kreuter durch Daniel Arts und sein Team, versteht sich als Mentoring für das jeweilige Social-Media-Team des Teilnehmers. Daniel und seine Experten unterstützen das Team in zwei Calls pro Woche und sorgen dafür, dass die Videos wirklich sitzen, die Sichtbarkeit mit dem idealen Mindset und auch der visuell und akustisch richtigen Power konsequent gesteigert wird. Call to Action: Einfach machen, aber mit fundiertem Expertenwissen. Neben den zweimal wöchentlichen Calls wird es auch einen Slack Channel für die schnelle Kommunikation und Hilfestellung bei akuten Fällen geben, etwa wenn sich in einer bereits laufenden Kampagne etwas geändert hat.



Als kreativer Kopf ist Daniel Arts nicht nur im Umgang mit der Kamera versiert.

MACH MA' – DAS HANDWERK

Im ersten CTA dreht sich alles um die Umsetzung, also das eigentliche Handwerkszeug. Wie mache ich den Videoschnitt, wie kann ich meine Audioqualität verbessern, was muss man beim Set-up bedenken? Ebenso stehen die Beleuchtung und weitere technische Aspekte wie die Framerate, der Farbraum, die Formatierung und das Dateimanage-

ment im Fokus. Nachdem die zuständigen Mitarbeiter ihre Hausaufgaben gemacht und sie Daniels Team ein Vorab-Video oder ein vorbereitetes Set mit Bildern etc. geschickt haben, werden diese „Hausaufgaben“ von Daniel und seinen Mitarbeitern durchgegangen und auf ihre Wirksamkeit gecheckt. Während der Calls werden die Mistakes angesprochen und ausgeräumt.

DENK MA' – DAS KREATIVE STORYTELLING

Das eine ist das reine Handwerk, das zweite sind die kreativen Ideen, die Konzepte, Skripte, der Hook, die Social-Media-tauglichen und aufmerksamkeitsstarken Vorschau-Bilder. Die Anforderungen für Thumbnails sind laut Daniel im Social-Media-Sektor äußerst speziell.

Grafik-Designer müssten im Prinzip alles vergessen, was sie in ihrer Ausbildung gelernt haben. Profitieren können die Teams der Teilnehmer von der riesigen Erfahrung von Daniel & Co.

CHECK MA' – DIE FUNDIERTE ERFOLGSANALYSE

Die dritte Variante der Calls – CHECK MA' – findet einmal monatlich statt. Bei

diesem Mentoring-Termin werden die Resultate und der erzielte Mehrwert faktisch und datenbasiert über die Analytics ausgewertet. Gemeinsam wird eruiert, wie sich die Kampagne entwickelt hat und an welchen geeigneten Stellen nachjustiert werden muss, um die Aufmerksamkeit, Klickrate und Visibility zu erhöhen. Um eine nachvollziehbare und verifizierbare Analyse

zu gewährleisten, wird vor dem Start der CTA-Aktion zunächst der Ist-Zustand der Analytics sämtlicher crossmedialer Kanäle ausgewertet. Obschon man bei einer angewandten Strategie in der Regel erst abwarten muss, bis die Frucht ist klar, dass der Soll-Zustand bei vollem Einsatz mit den geeigneten Fähigkeiten und Maßnahmen deutlich positiver ausfallen wird.

ALTERNATIVE MEDIZINPRODUKTE NEU DENKEN

Ein neuer Stern am Unternehmerhimmel, mit innovativen und wegweisenden Produkten im Bereich der Linderung gesundheitlicher Leiden: So präsentiert sich Sebastian Krenz, 31, Gründer und Geschäftsführer der Vitori Health GmbH mit Hauptsitz im thüringischen Pößneck.

Gegründet im Jahr 2020, produziert und vertreibt Vitori verschiedene Gesundheitsprodukte, stets begeistert bestrebt, diese weiterzuentwickeln. Basierend auf einer Kombination unterschiedlicher Therapieformen, präsentieren sich die Produkte

in richtungsweisenden Gewändern. „Da stecken viel Handarbeit und Jahre der Forschung und Entwicklung drin“, betont Sebastian Krenz, ohne Details preiszugeben. Zusätzlich bekräftigt er den eigenen Stolz auf die Produkte, weisen diese schließlich eine nahezu alleinige Positionierung auf dem derzeitigen Markt auf. „Es gibt Nachahmer, aber die kommen an uns nicht heran!“, ist Sebastian Krenz überzeugt.

BESTSELLER VITORI PREMIUM KRISTALLMATTE

Der Bestseller des Angebots von Vitori ist die Premium Kristallmatte. Ihren Namen verdankt die Kristallmatte den an der Oberseite eingearbeiteten, deutlich erkennbaren Kristallsteinen, die bei Lichteinfall bereits ohne Anwendung ein deutliches Zeichen an Augen und Sinne senden. Die Basis stellen die integrierten, verschiedenen Therapieformen dar: Infrarot-Tiefenwärme, pulsierende Magnetfeld-Therapie, Biophotonen, negative Ionen, Schumann-Resonanz. Eine lange Liste mit positiven Wirkungen zielt die Homepage des Unternehmens. Das Abenteuer Vitori ist auf Sebastian Krenz' Großeltern zurückzuführen. Diese

arbeiteten ihr gesamtes Leben als Allgemeinmediziner. Unzähligen Patienten wurde durch Fachwissen geholfen, Sebastians Oma konnte allerdings ihre eigenen Schmerzen nie gänzlich beseitigen. „Das hat mir die Grenzen der Schulmedizin aufgezeigt“, erinnert sich der gelernte Zahntechniker. 2014 erfolgte der erste Kontakt mit Naturheilverfahren, aufgrund einer Ernährungsumstellung, angeregt durch die damalige Freundin und heutige Geschäftspartnerin. Interessiert wurden entsprechende Bücher konsumiert und erstes Wissen mithilfe von Seminaren vertieft und gefestigt. Schnell lernte Krenz verschiedene Einzelbehandlungsformen kennen, beispielhaft die Infrarot- und die Magnetfeld-Therapie. Am eigenen Körper angewandt, wurde Sebastian Krenz eindrucksvoll verdeutlicht, wie hilfreich diese Therapiearten für ein gesünderes Leben sind. „Aber alles einzeln kaufen kam nicht infrage“, erklärt er. Der gedankliche Startschuss für die Entwicklung von Produkten, die möglichst alle Therapieformen vereinen, war der Startschuss für Vitori.

20 MILLIONEN EURO JAHRESUMSATZ

Aktuell beschäftigt Krenz 17 Mitarbeiter und erwirtschaftete 2022 rund 20 Millionen Euro. Für einen derartigen Erfolg benötigt es abseits des Supports, des Marketings und der Mitarbeiter in der Produktion vor allem die festen freien Vertriebsmitarbeiter. „Die vorrangige Zielgruppe sind Frauen ab 40 Jahren“, erklärt Krenz. Momentan verkauft Vitori fast ausschließlich im

sogenannten DACH-Raum, also in der Schweiz, Österreich und Deutschland. Bald soll sich der Radius grundlegend erweitern: „Wir planen in naher Zukunft, unser Netzwerk auf Europa und baldmöglichst danach auch darüber hinaus auszudehnen.“ Hauptaugenmerk liegt dabei auf den Mitarbeitern für Marketing und Kundensupport des jeweiligen Kundenkreises im Ausland. „Wir legen großen Wert auf einen exzellenten Service. Deshalb brauchen wir Leute, die sich nicht nur gut mit unseren Produkten auskennen, sondern vor allem Sprachtalente. Wir wollen für unsere Kunden in der jeweiligen Landessprache ansprechbar sein“, erläutert Krenz und verweist auf seine derzeitigen Bemühungen, die sich vor allem auf den französischen und italienischen Sprachraum konzentrieren. Darüber hinaus sei der Ansatz beim Marketing sehr ähnlich.

ERST PODCAST - DANN JETSTREAM MEMBER

Der erste Eindruck von Dirk Kreuter kam 2019 über einen Bekannten zustande. Es folgte das regelmäßige Hören seines Podcasts und später stand fest: „Wir nehmen an einer Vertriebsoffensive teil.“ Krenz kaufte 2022 VIP-Tickets und verfolgte seine erste Großveranstaltung. Mithilfe eines Mitarbeiters von Dirk Kreuter folgte wenig später die Jetstream Membership. Das erste Jetstream Meeting folgte Ende des vergangenen Jahres in London. „Der Austausch, das Know-how aus ganz vielen verschiedenen Branchen, das ist einfach unschlagbar am Jetstream“, zeigt sich Sebastian Krenz

„MIT DEM RICHTIGEN
MINDSET UND DEN
ZIELORIENTIERTEN,
ENGAGIERTESTEN
MITARBEITERN IST
ALLES MÖGLICH.“

begeistert. Zusätzlich gebe es die Chance, fortlaufend zu lernen: „Man bekommt die Abkürzung zu allem und muss es dann nur noch umsetzen.“ Die Kernlehre der ersten Monate sei für ihn zweifach: „Zum einen der große Wert von Mitarbeitern, zum anderen die Notwendigkeit, allzeit größer zu denken, als der erste Impuls es einem eingibt.“ Getreu dieser Überzeugungen will Krenz Vitori bereits in diesem Jahr kräftig wachsen lassen: Aus den derzeit 17 Angestellten sollen zum Jahresende mindestens 30, besser aber 40 werden. Doch um das Jahresziel von 100 Millionen Euro zu erreichen, brauche er vorrangig mehr Vertriebsmitarbeiter. „Sobald wir den Sprung ins Ausland, jenseits des DACH-Raumes, erfolgreich gemeistert haben, werden wir sicher einige 1.000 Vertriebsmitarbeiter haben.“ Mit denen sei dann auch eine weitere Verdoppelung oder gar eine Verfünffachung des Jahresumsatzes möglich. „Mit dem richtigen Mindset und den zielorientierten, engagiertesten Mitarbeitern ist alles möglich. Dabei nehmen die Standortleiter, maßgeblich zum Erfolg und den funktionierenden Unternehmensabläufen beiträgend, eine besondere Rolle im Unternehmen ein“, gibt er sich stolz und überzeugt von seinen Mitarbeitern.



JETSTREAM MEMBER

Sebastian Krenz

DEZENTRALISIERUNG NEUDEFINIEREN

Ein System oder Netzwerk, in dem keine einzelne Einheit die Kontrolle oder die Fähigkeit hat, Entscheidungen für das gesamte System zu treffen, wäre entsprechend schwieriger zu manipulieren.

Dieser ideale Zustand könnte Web 4.0 sein, meint Anndy Lian, der in einer neuen Dezentralisierung noch mehr Vorteile für Unternehmen und Einzelpersonen sieht.

Zwar ist der Begriff Web 4.0 noch nicht weit verbreitet und er kann sich je nach Kontext auf unterschiedliche Dinge beziehen. „Einige Leute verwenden Web 4.0 jedoch für die nächste Generation des World Wide Web, die noch dezentraler wäre und sich unter anderem stärker auf künstliche Intelligenz, das semantische Web und das Internet der Dinge konzentrieren würde“, erklärt Anndy Lian. Es würde sich durch dynamischere, autonome und vernetzte Systeme auszeichnen, die aus Daten lernen, miteinander kommunizieren und sich an veränderte Umgebungen anpassen können. Es sei aber wichtig anzumerken, dass Web 4.0 eben kein offizieller Begriff und in der Branche weithin akzeptiertes Konzept ist. „Das Ausmaß, in dem es dezentraler als die aktuelle oder frühere Versionen des Webs wäre, hängt also davon ab, wie es definiert wird“, hält Lian fest.

STÄRKERER FOKUS AUF KÜNSTLICHE INTELLIGENZ
Anndy Lian ist Gründer, Investor, Berater, Autor und Vorstandsmitglied in mehreren Unternehmen in Asien und Europa. Zudem spielte er eine führende Rolle in gemeinnützigen und regierungsnahen Organisationen, wo er mit Entscheidungsträgern und Experten zusammenarbeitete, um Geschäftsvorschläge für verschiedene

„DIES WÄRE EIN BEDEUTENDER EINSCHNITT IN DAS DERZEITIGE FINANZSYSTEM.“

Branchen zu entwickeln. Im vergangenen Jahr verlieh ihm der Akademische Rat der Ulaanbaatar Erdem Universität in Anerkennung seines Beitrags zur Entwicklung der Produktivitätswissenschaft in der Mongolei die Ehrendoktorwürde. Laut Lian ist die Idee hinter Web 4.0, ein

stärker dezentralisiertes und autonomes Web zu schaffen, das direktere Interaktionen zwischen Nutzern und Geräten ermöglicht, ohne dass Vermittler notwendig sind. „Dies könnte den Einsatz dezentraler Technologien wie Blockchain, Peer-to-Peer-Netzwerke und verteilte Systeme beinhalten, um neue Formen von Online-Interaktionen und -diensten zu ermöglichen, die nicht von zentralisierten Instanzen kontrolliert werden“, führt er aus. Darüber hinaus könnte Web 4.0 auch einen stärkeren Fokus auf künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen legen, um sich im Laufe der Zeit verbessern zu können.

OFFENERE UND TRANSPARENTERE SYSTEME
Zu den Vorteilen eines stärker dezentralisierten Webs gehören Lian zufolge zunächst die größere Sicherheit und der bessere Datenschutz, da die Nutzer mehr Kontrolle über ihre Daten und Online-Interaktionen

haben. Außerdem offenere und transparentere Systeme, da es keinen zentralen Kontroll- oder Fehlerpunkt gibt. Vorteilhaft seien auch die stärkere Widerstandsfähigkeit und die Robustheit, da das Netz auch dann weiter funktionieren kann, wenn Teile davon ausfallen.

Darüber hinaus gebe es mehr Innovation und Wettbewerb, da es weniger Hindernisse für den Eintritt neuer Akteure gibt. In Web 4.0, das auf den dezentralen Technologien von Web 3.0 aufbaut, sei die Benutzererfahrung gestrafft und reibungslos, wobei die zugrunde liegenden technischen Details wegfallen. „Das bedeutet, dass sich die Nutzer keine Gedanken über die verwendete Blockchain, die Feinheiten von ZK-Roll-ups oder das richtige Gaslimit für Transaktionen machen müssen“, erläutert Lian. Die Gaskriege und Transaktionsgebühren des derzeitigen Web 3.0 würden dann der Vergangenheit angehören. Darüber hinaus habe Web 4.0 das Potenzial, eine zirkuläre Kryptowirtschaft zu schaffen, die physische und digitale Grenzen überschreitet und die Notwendigkeit von Ein- und Ausstiegsrampen für Fiatwährungen überflüssig macht. „Dies wäre ein bedeutender Einschnitt in das derzeitige Finanzsystem.“

WEB 4.0: SYMBIOSE ZWISCHEN MENSCH UND MASCHINE?
Es gibt noch andere Interpretationen des Web4, wie z. B. das „symbiotische Web“, das sich auf eine symbiotische Beziehung zwischen Menschen und Maschinen bezieht, möglicherweise sogar unter Verwendung direkter Gehirn-Maschinen-Schnittstellen. Insgesamt ist der Übergang von Web1 zu Web2 und nun von Web3 zu



CHANCEN DES WEB 4.0



Anndy Lian ist Serienunternehmer mit Erfahrungen im Bereich Blockchain.





Web4 insofern ähnlich, als es sich um einen allmählichen Prozess handelt, der neue Türen öffnet und mehr Menschen zur Teilnahme einlädt. Während Web3 noch in den Kinderschuhen steckt und als experimentell gilt, wird erwartet, dass Web4 zugänglicher und benutzerfreundlicher wird, sodass es von der breiten Öffentlichkeit stärker angenommen wird.

WO LIEGEN DIE CHANCEN?

Das Web 4.0 bietet eine Fülle von Möglichkeiten für Unternehmen und Einzelpersonen. Das symbiotische Web wird die Schaffung

personalisierter Erfahrungen ermöglichen, sodass die Unternehmen ihre Kunden besser verstehen und maßgeschneiderte Inhalte anbieten können.

KI-gestützte Automatisierung wird die Effizienz steigern, die Markteinführung beschleunigen und die Kosten senken, was den Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil und einen besseren Kundenservice verschafft.

Die Kombination von Hardware, Software und Daten wird die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen

ermöglichen, z. B. vernetzte Geräte, die mit den Nutzern interagieren und Daten zur Personalisierung sammeln.

Das Web 4.0 eröffnet auch neue Einnahmequellen, wie zielgerichtete Werbung oder Abonnementdienste, die die gesammelten Daten nutzen.

Darüber hinaus werden VR- und AR-Anwendungen neue Möglichkeiten für Unternehmen eröffnen, mit Kunden in Kontakt zu treten, z. B. durch die Entwicklung einer AR-Anwendung, die es Kunden ermöglicht, mit Produkten in einem 3D-Raum zu interagieren.

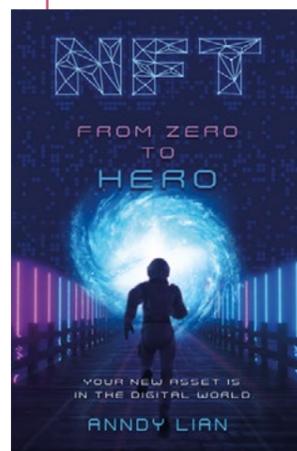
Zur Person

Anndy Lian ist ein vielseitiger Geschäftsstratege in Asien. Er hat in einer Vielzahl von Branchen für lokale, internationale, börsennotierte Unternehmen und Regierungen beraten. Er ist ein früherer Blockchain-Anhänger und erfahrener Serienunternehmer, Buchautor, Investor, Vorstandsmitglied und Keynote-Sprecher. Derzeit ist er als Chief Digital Advisor bei der Mongolia Productivity Organization tätig und setzt sich für die nationale Digitalisierung ein. Vor seinen aktuellen Ämtern war er unter anderem Vorsitzender von BigONE Exchange, einer Krypto-Spot-Börse, die zu den Top 30 der Weltrangliste gehört. Außerdem war er Mitglied des Beirats von Hyundai DAC, dem Blockchain-Zweig des größten südkoreanischen Automobilherstellers Hyundai Motor Group, wo er sich um die Governance- und Compliance-Aspekte des Unternehmens kümmerte.

Abschließende Anmerkung:

Ja, es ist wichtig zu erwähnen, dass echte Dezentralisierung ein Kernprinzip einer dezentralen Wirtschaft ist. Das bedeutet, dass es keine zentrale Behörde oder einen Vermittler gibt, der das Netzwerk oder seine Transaktionen kontrolliert oder verwaltet. Stattdessen sind Macht und Kontrolle auf die Teilnehmer des Netzwerks verteilt und Entscheidungen werden durch Konsensmechanismen wie Abstimmungen oder Proof of Work getroffen. Die Dezentralisierung stellt sicher, dass das Netzwerk gegen Zensur, Betrug und andere böswillige Aktivitäten resistent ist und dass die Benutzer des Netzwerks die volle Kontrolle über ihre eigenen Vermögenswerte haben.

Vielleicht ist Web4 eine Chance für uns, die Dezentralisierung neu zu definieren, die Dezentralisierung zu reformieren und zu verbessern und die wahre Bedeutung der Dezentralisierung neu zu bewerten.



„NFT: From Zero to Hero“ ist sein neuestes Buch. „Zero to Hero“ ist ein Aufruf an alle, die sich für die Welt der NFT begeistern. Die NFT-Welt befindet sich noch in den Kinderschuhen, und Early Adopters können auf ihrer Suche nach neuen Möglichkeiten ein „Held“ sein. Das Buch ist bei Amazon und Bybit erhältlich. Mehr als 8.000 Exemplare wurden verkauft.

Dirk

KREUTER | BORGMEIER
PUBLIC RELATIONS GMBH

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



SICHERE DIR JETZT EINEN TERMIN!



SICHTBARKEITS- MULTIPLIKATOR SOZIALER BENEFITS



EXPERTENMEINUNG ZUM THEMA

KRYPTO / BLOCKCHAIN / WEB3

Matthias Sheikh Mende

DIE REALE UND DIGITALE
WELT WERDEN IMMER WEITER
MITEINANDER VERKNÜPFT.
AUGMENTED REALITY, KI UND
BLOCKCHAIN-TECHNOLOGIE
BESTIMMEN ZUNEHMEND SOWOHL
UNSER LEBEN ALS AUCH DIE
FINANZIELLE AUSRICHTUNG.

Die Plattform Bonuz Market basiert auf digitalen Experiences, bei denen die User ihre realen Erlebnisse wie etwa den Besuch von Restaurants, Clubs, Museen und vielen weiteren Locations auf ihren Social-Media-Accounts teilen und somit mehr Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit für die Location generieren. Dabei erfüllen sie zuvor festgelegte Missionen, etwa das Menü in einem Restaurant zu fotografieren und diese Pics auf ihren Kanälen wie Instagram zu teilen. Im Umkehrschluss erhalten sie von den jeweiligen Betreibern über Bonuz Benefits, wie ein kostenfreies Menü mit Getränk, freien Eintritt in ein Museum, für den Zoo oder sogar große Rabatte für andere Attraktionen. Aufgrund des verifizierbaren Besuchs und der anschließenden Verbreitung der Inhalte werden die

Teilnehmer zum medialen Multiplikator, wodurch eine typische Win-win-Situation entsteht. Die Besonderheiten dahinter: Bonuz arbeitet als die wohl innovativste Tracking-Plattform mit vollkommen neuen Angeboten und Produkten. Zudem ist die soziale digitale Identität der Nutzer über die Blockchain-Technologie abgesichert und verifiziert. Diese Funktionalität wäre auch ohne Krypto und Blockchain gegeben. Doch darauf basierend, ist sie geradezu unvergleichlich sicher und entspricht immer der Wahrheit, was der Applikation langfristig skalieren hilft. Hohe Blockchain-Transaktionskosten, wie man sie in Web3 kennt, sind in Bonuz komplett abgeschafft.

WIR SIND IN DER BLOCKCHAIN, UM NEUE TÜREN AUFZUSTOSSEN
Matthias Mende: „Ich versuche, die Realität mit der

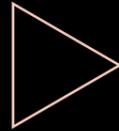
Matthias Sheikh Mende, der seit 2007 in den Emiraten lebt, ist einer der visionären Pioniere schlechthin. Mit Volldampf treibt der Blockchain-Experte, Technologist, Speaker, Konsultant, Influencer und Co-Founder des vom Herrscher von Dubai Hoheit Scheich Mohammed bin Rashid Al Maktoum gegründeten blockchaincenter.ae sein aktuelles Kernprojekt voran: Bonuz Market – und es ist mehr als eine simple Applikation. Es ist die revolutionäre Kombination der neuesten technischen Möglichkeiten, die endlos skalierbar sind und somit komplett neue wirtschaftliche Modelle ermöglichen.

digitalen Welt zu verbinden, indem man die Dinge und Aktivitäten der realen Welt nicht nur digital zusammenfasst, sondern auch digital beweist. Das erfordert, dass die digitale Identität mit der Blockchain im Hintergrund aktiv ist.“ Das Schöne an dieser Kombination sei, dass man das Projekt nahezu endlos skalieren könne, das beginne bei ganz normalen Menschen mit wenigen Followern, reiche von Unternehmen über Mitgliedschaften, Clubs, Celebrities, Influencer und hört am Ende sogar bei Regierungen noch lange nicht auf. Das Potenzial ist einfach endlos. Vorstellbar sei laut Matthias, dass Menschen beispielsweise einfach Müll aufheben und dafür belohnt werden. Der

Präsident eines Landes oder eine andere berühmte und sehr anerkannte Person im Land könnte eine nationale Umweltkampagne ankündigen, in der die 300 Personen, die am meisten helfen, am Ende des Jahres eingeladen und belohnt werden. Diese Teilnehmer erhalten eine Urkunde und machen anschließend zusammen mit der anerkannten Person ein Foto mit Händeschütteln. Dabei müsse als eine Belohnung eben nicht nur Geld der Hauptanreiz sein, sondern Respekt, der soziale Status, der dadurch öffentlich angehoben wird, wird hier als eine neue Art von Belohnung dienen. Viele Menschen lieben und streben nach Anerkennung und wie diese nachweislich ihren

„ICH VERSUCHE, DIE REALITÄT
MIT DER DIGITALEN WELT ZU
VERBINDEN.“





persönlichen Ruf verbessert. Für eine solche Kampagne wird die Augmented-Reality-Funktion von Bonuz verwendet, in Kombination mit dem Mänteln von Punkten auf der Blockchain, die als Beweis für jegliche positive Aktionen des teilnehmenden Menschen dienen.

KOMPLETT NEUES GESCHÄFTSMODELL ERSCHAFFEN
Skalieren will Matthias Sheikh Mende das in sehr, sehr große Bereiche, zum Beispiel für die Low-Budget-Touristen in Dubai. „Viele kommen aus Osteuropa, Asien oder anderen Entwicklungsländern. Diese Menschen können sich zwar alles angucken, aber nicht viel machen. Auch 30 Euro am Tag auszugeben, ist für diese Touristen viel Geld. Wenn sie bei Bonuz mitmachen, könnten sie theoretisch jeden Tag in einem Museum oder einer anderen Partner-Location etwas erleben – umsonst! Es gibt sogar in Dubai Museen, die sehr wenig besucht werden; die brauchen dringend Besucher, die da reinkommen, ihre Instagram-Stories machen und somit automatisch diese Orte promoten. Wenn das jeden Tag passiert, mit dem System von Bonuz, sei es mit 50 oder 200 Leuten, werden diese Locations langfristig mehr gesehen und mehr frequentiert mit richtigen, zahlenden Besuchern.“ NFT-Ticket-Gutscheine können als eine Eintrittskarte dienen

und noch weitere Funktionen haben. Am Anfang des NFT-Trends haben die Besitzer meistens nur Bilder respektiert und nicht Funktionen, so Matthias, weil die ganze NFT-Szene sehr primitiv sei, sehr geldorientiert und Menschen lieben leider primitive Dinge. Nun aber werden die Aktivitäten der Teilnehmenden auf Social Media über die KI von Bonuz automatisch erfasst, da die Teilnehmer ihre sozialen Netzwerk-Konten in der sozialen digitalen Identität von Bonuz angeben und nachweislich verifizieren. Dadurch haben Matthias und sein Team ein komplett neues Geschäftsmodell erschaffen, wo es wirklich darum geht, andere Geschäftsmodelle zu verstärken. Und zwar mit Produkten, die in dieser Form und Kombination noch nie existiert haben. Werterschaffung auf beiden Seiten, die am Ende den Benutzern mehr Vorteile sowie eine bessere Experience bietet und den Firmen auch mehr Umsatz bringt, da diese mehr Besucher und Interaktion erhalten.

BITCOIN ALS SICHERSTE DIGITALE WÄHRUNG
Bitcoin ist für Matthias Mende die sicherste Währung von allen, zumal er mit seiner extremen Dezentralisierung eine Spitzenstellung einnimmt. Wenn Bitcoin es schaffe, werde er künftig die Währung der Rebellen oder der freien Menschen sein. „Ich persönlich glaube an

Bitcoin und denke, das ist die Erfindung, die unsere Freiheit sichern kann. Sogar wenn alle Computer auf der Welt ausgehen würden; sobald die wieder angestellt werden, sind sie mit Computern in Satelliten im Weltall verlinkt und dort ist auch der Bitcoin-Blockchain gespeichert, und somit wären alle Computer, die wieder hochbooten, auf der Erde automatisch auf dem aktuellsten Stand nach einem temporären Ausfall.“ Das bedeutet, die Transaktionsliste des Bitcoin-Blockchain könnte niemals rückgängig gemacht oder editiert werden. Diese Funktion haben mittlerweile einige Blockchains; nur dass Bitcoin die meisten Computer hat, die den Bitcoin-Blockchain abgespeichert haben, diese

Computer werden „Nodes“ genannt, es gibt heute über 45.000 von diesen. „Ich persönlich empfehle jedem, der extra Geld in seinem Portfolio hat, circa 10 bis 30 Prozent in Bitcoin als Sicherheit zu investieren, bei mir persönlich sind es deutlich mehr.“ Echtes Gold in kleinen Gramm-Stückchen empfiehlt Mende auch als Sicherheit, wenn es hart auf hart kommt.

NICHT DURCH CBDW VERSKLAVEN LASSEN
In CBDW – Central Bank Digitale Währung – hingegen sieht Matthias eine unmittelbare Gefahr, die werde „die Menschheit versklaven“. Ein großes Thema, zumal die Währung am Ende für den Staat benutzt werde, der damit seine eigene Währung

herstellt. Über CBDW werden Dinge erfasst, die mit dem Menschen zu tun haben, beispielsweise Identitätsdokumente, aber auch deren Aktivitäten im Alltag. „In Zukunft wird der Staat wissen, wenn Du ein Alkoholproblem hast, und kann Dir somit verbieten, Alkohol zu kaufen, oder Dich sehr limitieren. Ganz einfach wird man nicht zahlen können für diesen Alkohol, obwohl Geld in der CBDW-Wallet ist. Der Staat wird zukünftig die Steuern auch automatisch abziehen. Man braucht keinen Steuerberater mehr. Wenn man irgendeine Straftat begeht, kann es sein, dass der Staat Dich – wie in China – bestraft und Deine Kinder nicht mehr auf eine bessere Schule gehen dürfen, oder

Du einfach eine langsamere Internetverbindung zu Hause bekommst, natürlich wird Geld für Deine registrierten Strafen dann auch direkt und automatisch abgebogen.“ Dabei gehe es um die Aushebelung der persönlichen Freiheit, um Existenzen und darum, dass der Staat uns langfristig total kontrollieren werde. Diese Zukunft scheint in sehr vielen Ländern unvermeidbar zu sein und Matthias empfiehlt jedem, sich und seine Familienmitglieder darauf vorzubereiten.

ICH BIN IMMER IM BÜRO UND MEIN KOPF IST AM EXPLODIEREN
Bonuz ist inzwischen als Beta-Version ausgespielt. Unterstützt von rund 400 Investoren, soll die Platt-

form in den nächsten Monaten als finale Version mit den ersten Kernfunktionen nach

ICH BIN NICHT DAS BESTE VERKAUFS-TALENT – UND ICH WEISS DAS
„Zunächst wusste ich nicht, wer Dirk Kreuter ist, hatte irgendwann mal ein kurzes Video gesehen.“ Die eigentliche Verbindung sei dann über Dirks Assistentin zustande gekommen; die habe ihn auf ganz vielen sozialen Medien „gejagt“, bis sie Matthias' Assistentin über LinkedIn erreicht hatte, die den Kontakt zu Matthias herstellte. Dirks Assistentin wollte unbedingt, dass Matthias bei Dirk Kreuter spricht. Nachdem man sich näher kennengelernt hatte, war Mende überzeugt: „Wow, der Dirk ist ein super Typ. Der bringt Leuten bei, mehr Geld zu verdienen und ein besseres Mindset zu haben. Das ist etwas, was ich sehr unterstütze. Ich hab mir dann einige Videos von Dirk angeschaut und fand ihn sehr sympathisch, intelligent und seine Tipps waren sehr gut. Persönlich kann ich einiges von Dirk lernen, speziell wie man Dinge besser verkauft und effizienter anbietet. Ich bin nicht das beste Verkaufstalent, und ich weiß das.“ Als Matthias am 19. März im Caesar's Palace in Dubai vor den anwesenden Top-Unternehmern sprach, war er von der Offenheit und dem Mindset der Community mehr als beeindruckt. Es war seine erste längere Rede auf Deutsch; er hatte tief aus seinem Herzen gesprochen, seine persönliche 16-jährige Geschichte und Dubai beschrieben, wie und warum er was entschieden hat. Nach seiner Rede hat er viel positives Feedback von den anwesenden Unternehmern erhalten und sich mit einigen angefreundet.



„NICHT ALLES MUSS IMMER GELD SEIN, GELD IST ZWAR WICHTIG, ABER MAN KANN AUCH JEMANDEM EINE GUTE TAT TUN UND SOMIT DIESELBE GUTE TAT ZURÜCKBEKOMMEN.“

dem Audit live gehen. Bonuz ist so gebaut, dass es für Hunderttausende und mehr Benutzer skalierbar ist. Matthias: „Nicht alles muss immer Geld sein, Geld ist zwar wichtig, aber man kann auch jemandem eine gute Tat tun und somit dieselbe gute Tat zurückbekommen inklusive einer Anerkennung, wie wir das aus eBay zum Beispiel mit Bewertungen kennen. Es ist ein bisschen wie eine Sharing-Wirtschaft, wo Leute ihre Autos oder Güter teilen können mit anderen Mitgliedern oder Benutzern im System. Alles immer schön auf der Blockchain verifiziert und der Wahrheit entsprechend. Weniger Fake und weniger Betrug sowie Korruption. Ich denke, wenn die Welt in diese Richtung geht, wird sie irgendwann etwas besser werden. Bonuz ist ein Business-Tool am Ende des Tages und so konzipiert, dass da natürlich auch eine Menge Geld erwirtschaftet wird, allerdings basierend auf Zusammenarbeit und neuen Methoden, wo jeder Mensch kostenlos ein Teilnehmer sein darf.“

„ICH PERSÖNLICH GLAUBE AN BITCOIN UND DENKE, DAS IST DIE ERFINDUNG, DIE UNSERE FREIHEIT SICHERN KANN.“



FÜHRUNGS-
EXPERTE
DR. REINHARD
K. SPRENGER



Pandemie, Klimakrise, Krieg, Inflation – Unternehmen sind heute mit einer Vielzahl von Herausforderungen konfrontiert. Wie Führungskräfte mit den derzeitigen Krisen, aber auch generell mit Konflikten umgehen können und was sie für erfolgreiche Führung beherzigen sollten, schildert Dr. Reinhard K. Sprenger im Interview.



KONFLIKTE SIND WELT- BEWEGER

Herr Dr. Sprenger, was sind aktuell die größten Herausforderungen bei der Führung eines Unternehmens?

Im Grunde sind es nach wie vor die alten. Etwas Neues ist, dass die gegenwärtige Situation als sehr krisenhaft angesehen wird. Das hängt damit zusammen, was man für einen Begriff von Normalität hat. Wenn man sich die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg anschaut, da gab es immer nur eine aufsteigende Linie. Sie war nie gebrochen und es gab nie wirklich eine Krise. Nun haben wir eine Stapelkrise und damit müssen die Führungskräfte umgehen. Dass sie das als sehr herausfordernd erleben, kann ich gut verstehen. Jedoch würde ich empfehlen, mal in die Zeitung der 1920er-Jahre zu gucken und zu realisieren, dass wir in den letzten 70 Jahren eine beispiellose Sondersituation hatten. Das bringt uns dann auch zum Kern der Führung.

Der da wäre?

Krisen zu managen und Konflikte zu lösen. Eigentlich sind Führungskräfte nur für Situationen da, die krisenhaft sind, die mehrdeutig sind, in denen die gewohnten Abläufe nicht funktionieren – und in diesen Situationen müssen sie eben Verantwortung übernehmen. Auf den Punkt gebracht: Die Hauptkompetenz von Führungskräften ist Mehrdeutigkeits-Kompetenz, ist der Umgang mit Unschärfe. Sie sind Lückenbüsser der Organisation.

Wie aber können Führungskräfte mit einer Stapelkrise richtig umgehen?

Zunächst muss man akzeptieren, dass es im Leben und in der Wirtschaftswelt nicht immer nur aufwärts geht. Dass Krisen und Konflikte uns zu Entscheidungen nötigen. Und dass die Notwendigkeit von Entscheidungen unter Unsicher-

heit und Ungewissheit die Existenzvoraussetzung

einer Führungskraft ist. Da muss sie navigieren. Da gibt es auch nichts Richtiges und nichts Falsches, sondern sie muss entscheiden, was ihr zukunftsfähig zu sein scheint. Sie darf auf keinen Fall in die Paralyse kippen und nichts tun. Vor allem, und das ist einer der wichtigsten Punkte, darf sie sich nicht als Opfer der Situation verstehen. Niemand hat sie gezwungen, Führungskraft zu werden.

Was macht grundsätzlich gute Führung aus?

Was gute Führung ist, kann ich nicht sagen, weil mir das zu moralisierend ist. Ich unterscheide lieber zwischen erfolgreicher und nicht erfolgreicher Führung. Das heißt, Führung muss einen Beitrag zur Überlebenssicherung des Unternehmens leisten. Das kann man dann Erfolg nennen. Dazu gehört auch eine gute Portion Glück. Und Leistungspartner müssen sich darauf einigen, unter welchen Kriterien sie diesen Erfolg definieren. Das kann je nach Kontext etwa Umsatz, Profit oder Innovationsrate sein, oder auch Qualitatives. Wenn eine Führungskraft nach den entsprechend vereinbarten Kriterien erfolgreich ist und sich an die Gesetze hält, besteht kein Grund zur Umerziehung oder Besinnungsnötigung. Sollte eine Führungskraft aber nicht erfolgreich sein, dann muss sich das Unternehmen jemanden suchen, der erfolgreich ist.

Warum sind Konflikte Ihrer Meinung nach wichtig? Mit „Magie des Konflikts“ haben Sie dem Thema ja ein ganzes Buch gewidmet.



Bereits seit 1990 ist Dr. Reinhard K. Sprenger als freier Vortragsredner, Trainer und Berater tätig.



Konflikte sind Weltbeweger, ohne sie gibt es keine Entwicklung, keinen Fortschritt. Das geht schon im Kindesalter los. Ich-Identität entwickeln Kinder im Grunde nur durch den Widerstand der Eltern. Wenn sich Kinder daran nicht reiben können, bleiben sie immer schwach. Auch später zeigt sich, dass wir unsere Talente und Fähigkeiten dem Widerstand verdanken, also Situationen, die uns herausfordern, wo die Möglichkeit des Scheiterns besteht. Auch Beziehungen werden gehärtet durch erfolgreich gemeisterte Konflikte. Ein Flugzeug startet ja auch nur bei Gegenwind. Bei Unternehmen ist das nicht anders, es gibt keine Innovation ohne Widerstand, ohne Konflikte. Wer etwas verändern will, hat automatisch alle zum Gegner, die aus dem Status quo ihre Vorteile erzielen. Da ist der Konflikt gleichsam vorprogrammiert. Gerade im Topmanagement ist es außerordentlich wichtig, sich klarzumachen, dass Einigkeit nicht stark macht, sondern starr. Führungskräfte müssen streiten und nicht schmusen. Dabei geht es vor allem um die Art und Weise, wie gestritten wird. Auf keinen Fall aber darf man einen Konflikt meiden oder versuchen zu umgehen. Sonst wird es ein kalter Konflikt, und das ist, gerade wenn man ihn über Jahre hinzieht, ein massiver Loyalitätsbruch an den Überlebensinteressen des Unternehmens.

Kann man lernen, Konflikte besser zu bewältigen?

Ein schwieriges Thema. Das Wichtigste ist, zu verinnerlichen, dass Konflikte nichts Negatives sind, sondern extrem produktiv. Sie sind zudem nicht die Ausnahme, sondern die Regel. Und dass ich einen Konflikt nicht lösen kann, sondern nur besser handhaben. Das kann man besonders gut bei

Unternehmen beobachten, da sie gewissermaßen ein organisierter Konflikt sind. Um sich nicht entscheiden zu müssen, sind verschiedene Logiken in einem Unternehmen verteilt. Also Produktion hat eine andere Rationalität als der Verkauf, Verkauf wieder eine andere als Marketing usw. Diese Abteilungen leben in konfliktärer Spannung miteinander, jede hat ihre eigene Welt-sicht. Es ist wichtig, diese Spannung aufrechtzuerhalten und nicht wegzureden. Wir brauchen im Unterneh-

men nämlich alle Logiken und der Sieg einer Abteilung wäre eine Niederlage für das gesamte Unternehmen. Niemand darf gewinnen! Insgesamt bedeutet das, einen ganz anderen Blick auf den Konflikt zu werfen. Tatsächlich ist es jedoch so, dass Menschen dazu neigen, in konfliktären Situationen die alten psychischen Programme abzurufen, die sie zum Teil über Jahrzehnte haben überleben lassen. Dann muss man lernen, zurückzutreten, durchzuatmen und neu anzufangen. Außerdem ist es entscheidend, die Mehrdeutigkeit der Welt anzu-

FÜHRUNGSKRÄFTE
MÜSSEN STREITEN UND
NICHT SCHMUSEN.



erkennen. Und sie zu begrüßen, weil sie letztlich die Quelle unserer Autonomie und unserer Freiheit ist. Die grundsätzliche Mehrdeutigkeit der Welt und das fortwährende Leben im Dilemma bringen uns ja erst in die Situation, Entscheidungen treffen zu können.

Was können Sie generell Führungskräften zum Thema Motivation empfehlen?

Führungskräften rate ich immer wieder, sich vor Mitarbeitern hinzustellen und zu sagen, ich bin nicht dafür da, euch zu motivieren, nicht dafür da, euch bei Laune zu halten, zu schieben oder zu ziehen. Leistungsbereitschaft ist immer Sache des Einzelnen; ihr Freiraum zu geben, ist Sache der Führung.

Wieso ist es nicht gut, Mitarbeiter zu motivieren?

Zunächst einmal wird Motivation im Sinne von Leistungsbereitschaft dramatisch überschätzt. Ich zahle doch nicht für Blut, Schweiß und Tränen. Sondern ich bezahle Mitarbeiter für Ergebnisse und Leistung. Und da spielen Leistungsfähigkeit und Leistungsmöglichkeit sehr viel wichtigere Rollen. Wenn beide Elemente zusammenkommen, folgt die Leistungsbereitschaft automatisch. Das heißt, Motivation ist allenfalls eine Begleiterscheinung von Erfolgserlebnissen, keine Voraussetzung. Deshalb sollten Führungskräfte jede Form von Motivierung, also Anreizen oder Anstacheln der Motivation, unterlassen. Es hätte immense Spät- und Nebenfolgen: immer höhere Reizniveaus, Belohnungssucht, ein schlechtes Kooperationsklima sowie die Vernachlässigung langfristiger und qualitativer Dimensionen der Unternehmensführung. Langfristig sinkt die Leistungsbereitschaft. Nach dem Motto: Ohne Extra-Cash läuft hier gar nichts mehr. Wenn man etwa sieht, dass Menschen E-Autos nur kaufen, wenn sie staatlich subventioniert werden, dann ist das eine spezifische Form von Korruption. Und das ist letztlich die Einführung in die Sinnlosigkeit. Daher: Hände weg von der Leistungsbereitschaft – keine Macht den Drogen.

Gilt es noch etwas grundsätzlich zu beachten?

Für die Wirksamkeit von Führung ist ein hohes Maß an Vertrauen notwendig. Führung ist eine Mischung aus Strategie und Vertrauen, aber wenn man ohne eines davon auskommen muss, dann sollte man auf die Strategie verzichten. Denn letztlich geht es bei allen Kooperationen um Vertrauen. Und deshalb empfehle ich dringend, das Kontrollsystem angemessen und überlegt zurückzuführen, damit das Unternehmen schneller wird, die intrinsische Motivation erhalten bleibt und auch ein Klima geschaffen wird, in dem Menschen gerne arbeiten. Niemand möchte, dass ihm misstraut wird.

Mit Ihrem Werk „Elternjahre“ waren Sie zuletzt jenseits der Unternehmensführung und der Arbeitswelt im Familienleben unterwegs – warum?

Ein Grund dafür ist sicherlich, dass ich seit jeher für das Management eine klare These vertrete: Wir haben im Unternehmen keinen Erziehungsauftrag. Es gibt auch keinen Therapievertrag, sondern einen Kooperationsvertrag zwischen Erwachsenen. Allerdings war es stets interessant zu beobachten, dass nach meinen Seminaren oder Vorträgen Teilnehmer sagten, Mitarbeiterführung sei ja wie Kindererziehung. Und da musste ich dann einräumen, dass es mir wohl nicht gelungen ist, den Unterschied klarzumachen. Denn gegenüber Kindern haben wir einen Erziehungsauftrag. Ein weiterer Grund für das Buch sind Coaching-Situationen, in denen ich immer wieder Manager erlebe, die zunächst über Business-themen sprechen wollen und nach spätestens zwei Stunden mir sagen: Ach, wissen Sie, das mit dem Aufsichtsrat kriege ich schon einigermaßen hin. Aber mit meiner Tochter, da ist es schlimm. Und dann geht es richtig los!

Aber gibt es nicht tatsächlich Parallelen zwischen Familie und Unternehmen?

Gewiss gibt es die, aber eben auch ganz wesentliche Unterschiede. In meinem Buch „Elternjahre“ schaue ich jedoch in allererster Linie auf die Eltern. Die Hauptthese dabei ist: Jedes Kind hat ein Recht auf glückliche Eltern. Denn nur wenn es den Eltern gut geht, kann es auch dem Kind gut gehen. Und das ist etwas, was ich derzeit massiv bedroht sehe. Ich beobachte unendliche viele Eltern, die das Kind zum Projekt machen und sich selbst als Paar über den Kindeserfolg definieren. Schnell verliert man sich dann im Laufe der Elternjahre aus den Augen. Wenn die Kinder dann aus dem Haus sind, ist das Leben sinnlos geworden. Für die Erziehungspraxis kann das nur heißen: Gut genug ist perfekt! Denn Eltern machen nur dann etwas falsch, wenn sie zu viel richtig machen wollen.

Zur Person

Dr. Reinhard K. Sprenger ist der profilierteste Führungsexperte Deutschlands. 1953 in Essen geboren studierte er Philosophie, Psychologie, Geschichte, Sport und Betriebswirtschaft in Bochum und Berlin. Seine Bücher „Mythos Motivation“, „Das Prinzip Selbstverantwortung“, „Vertrauen führt“, „Radikal führen“ und „Das anständige Unternehmen“ haben das Führungsverständnis vieler Manager nachhaltig verändert. Mit seinem Werk „Die Entscheidung liegt bei dir!“ erreicht er auch eine große Zahl privater Leser. Nebenbei ist er Rockmusiker, der drei eigene Alben veröffentlicht hat. 1985 promovierte er zum Doktor der Philosophie und erhielt den Carl-Diem-Preis für seine Dissertation „Nationale Identität und Modernisierung“. Dr. Sprenger lebt in Winterthur/Schweiz und Santa Fe/New Mexico.



„Elternjahre“ ist das neueste Buch von Dr. Reinhard K. Sprenger.



MY BEST CONCEPT

DIE PERFORMANCE-MARKETING-AGENTUR NR. 1

IN DEUTSCHLAND

Die Message ist bei vielen Unternehmern längst angekommen:

Um erfolgreich am Markt zu sein, braucht es als Fundament eine gute Marketing-

Strategie. Genau hier setzt die Bochumer Performance-Marketing-Agentur

My Best Concept, kurz MBC, an.

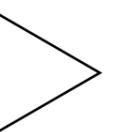
Mit ihrem umfassenden Know-how bringt sie kleine und mittelständische Unternehmen auf Wachstumskurs. Dafür vereint My Best Concept seine Online-Marketing-Expertise wirkungsvoll mit dem fundierten Verkaufswissen von Dirk Kreuter – Europas Verkaufstrainer #1.

In gerade einmal fünf Jahren hat es die MBC My Best Concept GmbH auf dem Gebiet der Entwicklung von Online-Marketing-Strategien zur Nummer 1 unter den Agenturen geschafft. Wie das gelingen konnte? Ausschlaggebend dafür war, dass die Agentur schon früh eigene Defizite erkannt hat und sich nicht davor scheute, zur Beseitigung dieser großflächig umzustrukturieren. Ein Blick auf die Anfänge zeigt, dass dem Unternehmen schon kurz nach seiner Gründung im August 2017 Kunden regelrecht die Türen einrannten. Knackpunkt war allerdings, dass es im damaligen Team an den nötigen Strukturen und Prozessen

fehlte. Deshalb entschied man sich 2019 dazu, mit neuer Geschäftsführung und ausgebildeten Mitarbeitern

noch einmal von vorne zu beginnen. Seitdem wirft My Best Concept seinen geschulten Blick auf andere

kleine und mittelständische Unternehmen. Die eigenen Erfahrungen und das umfassende Expertenwissen im



MY BEST STRATEGY



IN FÜNF SCHRITTEN ZUM ERFOLG:

1. EINE INDIVIDUELLE BUSINESS-ANALYSE

Im ersten Schritt ermittelt MBC den Status quo des Kunden und analysiert, wo sich das Unternehmen im Vergleich zu seinen Wettbewerbern am Markt befindet. Bereits unternommene Online-Marketing-Tätigkeiten werden ebenfalls unter die Lupe genommen. Zudem wird ein umfangreicher Fragebogen dazu genutzt, alle Informationen zum Unternehmen und zu den gesteckten Zielen einzuholen. Nach Beantwortung des Fragenkatalogs durch das Unternehmen folgt ein persönlicher Onboarding-Call mit einem MBC Strategie-Experten, in dem Offengebliebenes geklärt und der Fragebogen besprochen wird.

2. DIE STRATEGIE-SESSION IM EXZENTERHAUS

Anhand der Ergebnisse aus Fragebogen und Onboarding-Call wird im Anschluss die individuelle Strategie erstellt. Liegt diese vor, wird der Kunde zum persönlichen Kennenlernen ins Exzenterhaus nach Bochum, den MBC Firmensitz, eingeladen. Dort bespricht er mit seinem Consultant die Ergebnisse der IST-Zustandsanalyse und erhält die darauf basierende Roadmap mit den Marketingaktivitäten für die kommenden 12 Monate. 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, ist darin alles enthalten. Strategie und Maßnahmen werden dem Kunden ausführlich erläutert.

3. DIE STRATEGIE-DOKUMENTATION

Im Anschluss schickt MBC dem Kunden noch einmal alle wichtigen Inhalte der Strategie-Session schriftlich, um sicherzugehen, dass auch alles verstanden wurde. Kommen dennoch weitere Fragen auf, werden diese in einem optionalen Aftermatch-Call oder durch ein Video zur Strategie geklärt.

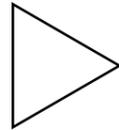
4. ANPASSUNG DER VERTRIEBSSTRATEGIE

Weil die Online-Marketing-Maßnahmen und der Vertriebsprozess im Unternehmen ineinander übergehen, wird Letzterer im Zuge der Strategieerstellung ebenfalls durchleuchtet. Auf Basis der Kennzahlen beider Abteilungen kann der Vertrieb skalierbar werden. Dazu 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 möchte oder an eine geeignete Agentur auslagert. Wenn Bedarf besteht, werden dazu gerne erfahrene Partneragenturen vermittelt. Für ausgewählte Kunden wird die Strategie durch das operative Team von My Best Concept umgesetzt.

„ARBEITEST DU MIT
UNS ZUSAMMEN,
INVESTIERST DU
DEIN GELD GEWINN-
BRINGEND.“



Rücken, weiß die Agentur ganz genau, welche Hebel gestellt werden müssen, um anderen zum Erfolg zu verhelfen. So hat MBC früh festgestellt, dass viele Unternehmen ihr Online-Marketing ohne einen funktionierenden Fahrplan betrieben haben, blindlings Maßnahmen umzusetzen, nur um dem Trend Online-Marketing zu folgen – die erhoffte Wirkung blieb aus. Mit MBC als starkem Partner an der Seite ist dies nun nicht mehr der Fall.

MIT INDIVIDUELL ERSTELLTER STRATEGIE ANS ZIEL Weil die Mehrzahl von Kaufentscheidungen inzwischen online getroffen werden, bietet My Best Concept seinen exklusiven Kunden Lösungen rund um die Themen Online-Marketing und automatisierter Vertrieb. Denn so viel steht fest: Nur derjenige, dem es gelingt, neue Kunden zu generieren, und der dafür auch bereit ist, neue digitale Wege einzuschlagen, wird am Ende unternehmerisch erfolgreicher sein. Damit beim Online-Marketing eine maximale Effizienz erzielt werden kann, braucht es jedoch eine ausgeklügelte strategische Vorgehensweise. Auftritt: die My Best Strategy. Seit der Umstrukturierung steht

sie im Zentrum des Wirkens bei MBC. Dahinter verbirgt sich ein für Kunden maßgeschneiderter Fahrplan, der passgenaue Maßnahmen und Kampagnen enthält, mit denen Unternehmen für die von ihnen anvisierte Zielgruppe sichtbar 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.

POTENZIALE VOLL AUSSCHÖPFEN Nicht selten machen Unternehmer, die sich dagegen entscheiden, für die Ausarbeitung einer Online-Marketing-Strategie auf das Know-how von Experten zu setzen, die Erfahrung, dass sie trotz großer Investitionen am Ende nicht das erhoffte Ergebnis erzielen.

ALS PERFORMANCE-MARKETING-AGENTUR BIETET MY BEST CONCEPT EIN UMFASSENDES LEISTUNGSPORTFOLIO:

PAY-PER-CLICK

Bei Pay-per-Click, kurz PPC, wird mithilfe von Werbeanzeigen Traffic gezielt auf die Website oder Landingpage von Kunden gelenkt. Durch das Bestimmen der richtigen Parameter kann die Zielgruppe direkt angesprochen werden. Darüber hinaus lässt sich ein maximaler Cost-per-Click festlegen. Im Endeffekt ist PPC eine höchst effiziente Werbemaßnahme ohne Streuverlust und ohne Überschreiten des festgelegten Werbebudgets.

CONVERSION-OPTIMIERUNG

Mit Conversion-Optimierung kann MBC die Wertschöpfung aus dem Online-Shop und den Unternehmensportalen des Kunden erhöhen. Das bedeutet, dass mithilfe der Optimierungsmaßnahmen der Kunde einfacher und schneller zum Kaufabschluss kommt. Durch die Auswertung und strategische Neuausrichtung von Schlüsselkennzahlen (Key Performance Indicators, kurz KPIs) werden potenzielle Kunden genau am richtigen Punkt ihrer Customer Journey abgefangen. Conversion-Optimierung sorgt dafür, dass Unternehmen im Netz besser gefunden werden, die Websiteaufrufe steigen und die Besucher dadurch zu zahlenden Kunden werden.

CONTENT-MARKETING

Egal ob Newsletter, Stand-alone-E-Mails, Lead-Nurturing-E-Mails, Customer Experience und Support-Mails sowie transaktionale E-Mails, für Unternehmen setzt MBC die Brille ihrer Kunden auf und stellt ihnen den Content zur Verfügung, der auch wirklich Interesse weckt und den Empfänger zum Kauf führt. Dadurch wird nicht nur die Kundenbindung, sondern auch der Expertenstatus des Unternehmens gestärkt.

AUTOMATION

Marketing-Automatationen sind der Weg zu mehr Umsatz. Sie sind nicht nur effizient, sondern sparen auch Zeit. Verknüpfungen zwischen Social Media, Traffic, Leadgenerierung, Suchmaschinenoptimierung, dem CRM-System oder dem E-Mail-Marketing führen dazu, dass Verkauf und Marketing nahtlos ineinander übergehen. Dadurch, dass Marketing-Automatationen Handlungsbefehle auf Basis sogenannter Trigger enthalten, haben Kunden das Gefühl, dass alles, was sie im Online-Auftritt des Unternehmens erleben, exakt auf sie zugeschnitten ist.



Damit erst gar keine zeitlichen oder finanziellen Ressourcen unnötig verbrannt werden, steht Unternehmen mit My Best Concept eine starke Agentur zur Seite, die weiß, wie eine exakt abgestimmte Strategie aussehen muss und welche Maßnahmen und Taktiken sie enthalten sollte, damit sie zum individuellen Kunden und zu dessen Zielen passt. So steht bei der Erstellung stets im Vordergrund, wie Kunden ihre individuellen Potenziale voll ausschöpfen können und gleichzeitig das Marketingbudget optimal eingesetzt wird. Durch das intensive Einarbeiten in die jeweiligen Unternehmen deckt My Best Concept

Umsatzchancen auf, die so intern noch nicht wahrgenommen wurden. Ihre Kompetenzen, ob im B2B- oder im B2C-Bereich, ob bei

Produkten oder Dienstleistungen, hat die Agentur bereits in über 1.200 Projekten unter Beweis gestellt. Darüber hinaus greift die

My Best Strategy, neben Leadgenerierung und Umsatzsteigerung, auch bei anderen großen Herausforderungen wie etwa der Mitarbeitergewinnung. Teilweise konnten MBC Kunden ihre Mitarbeiterzahlen sogar verdoppeln und dabei ihren Onboarding-Prozess verkürzen. Letzteres führte dazu, dass die neuen Mitarbeiter wesentlich schneller auf Flughöhe waren. MBC verspricht: „Arbeite Du mit uns zusammen, investierst Du Dein Geld gewinnbringend, kannst Deinen Fokus wieder auf andere Aufgaben legen und am statt im Unternehmen arbeiten.“

NUR DERJENIGE, DEM ES GELINGT, NEUE KUNDEN ZU GENERIEREN, UND DER DAFÜR AUCH BEREIT IST, NEUE DIGITALE WEGE EINZUSCHLAGEN, WIRD AM ENDE UNTERNEHMERISCH ERFOLGREICHER SEIN.



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 DEN NACHHALTIGEN ERFOLG: W. Chan Kim und Renée Mauborgne DER BLAUE OZEAN ALS STRATEGIE

Basierend auf der Untersuchung von mehr als 150 strategischen Schachzügen vertreten die beiden Autoren W. Chan Kim und Renée Mauborgne in ihrem Buch die Ansicht, dass nachhaltiger Erfolg nicht auf verschärftem Konkurrenzkampf, sondern auf der Eroberung „Blauer Ozeane“ beruht: der Erschließung neuer Märkte mit großem Wachstumspotenzial.

(Hanser Verlag, 29,99 Euro, 294 Seiten)
Erhältlich bei www.hanser-kundencenter.de

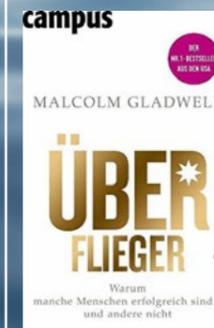
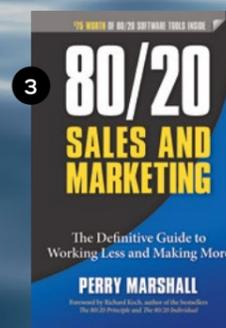
„DAS BUCH WURDE
3,5 MILLIONEN MAL VERKAUFT,
IN 43 SPRACHEN PUBLIZIERT
UND IST AUF
5 KONTINENTEN
ZUM BEST-
SELLER
GEWORDEN.“



2. FÜR GROSSARTIGE UNTERNEHMEN: Jim Collins GOOD TO GREAT

Auf Grundlage eines fünfjährigen Forschungsprojekts, in dem Unternehmen, die den Sprung geschafft haben, mit denen verglichen wurden, die es nicht geschafft haben, zeigt Jim Collins in „Good to Great“, dass Größe nicht in erster Linie eine Funktion der Umstände ist, sondern weitgehend eine Frage bewusster Entscheidungen und Disziplin.

(In englischer Sprache, 416 Seiten, 35 Euro)
Erhältlich bei www.weltbild.de



3. FÜR DIE RICHTIGEN 20 PROZENT: Perry Marshall 80/20 SALES AND MARKETING

Unter Anleitung des berühmten Marketingberaters und Bestsellerautors Perry Marshall sparen Vertriebs- und Marketingfachleute 80 Prozent ihrer Zeit und ihres Geldes, indem sie sich auf die richtigen 20 Prozent ihres Marktes konzentrieren. Ein zeitloser Leitfaden – sowohl für erfahrene als auch für unerfahrene Vermarkter und Verkäufer.

(In englischer Sprache, 19,99 Euro, 240 Seiten)
Erhältlich bei www.thalia.de

4. FÜR KAPITÄNE DES EIGENEN LEBENS: Jack Canfield und Janet Switzer KOMPASS FÜR DIE SEELE

Jack Canfield und Janet Switzer statten Leser mit allem aus, was sie auf ihrer Reise zu Glück, Erfolg, Wohlstand und Erfüllung brauchen. Mehr als 60 lebenspraktische Tipps und Glaubenssätze motivieren dazu, das Steuer selbst in die Hand zu nehmen, den eigenen Kurs zu finden und ihn mit Energie und Zuversicht bis ans Ziel zu verfolgen.

(Goldmann Verlag, 12,99 Euro, 640 Seiten)
Erhältlich bei www.penguinrandomhouse.de

5. FÜR DIE WAHREN URSACHEN: Malcolm Gladwell ÜBERFLIEGER

Malcolm Gladwell hat die Ursachen des Erfolgs untersucht und darüber ein lehrreiches, faszinierendes Buch geschrieben. „Überflieger“ zeigt, dass auch außergewöhnlicher Erfolg selten etwas mit individuellen Eigenschaften zu tun hat, sondern mit Gegebenheiten, die es dem einen leicht und dem anderen unmöglich machen, erfolgreich zu sein.

(Campus Verlag, 39 Euro, 272 Seiten)
Erhältlich bei www.booklooker.de



JETSTREAM MEMBERS MEETING

Das Members Meeting im März war das erste des Jahres 2023 und fand in Dubai statt.

Hier traten hochkarätige Speaker und Experten auf, für die Members war es zugleich die nächste

Gelegenheit zum fruchtbaren Austausch.



Dirk Kreuter und Dieter Bohlen



Adnan Al Noorani –
Gründer des Future
Innovation Summit
und Vorsitzender des
Vorstands von Leo
Investment und
D1 Technologies



Boris Becker



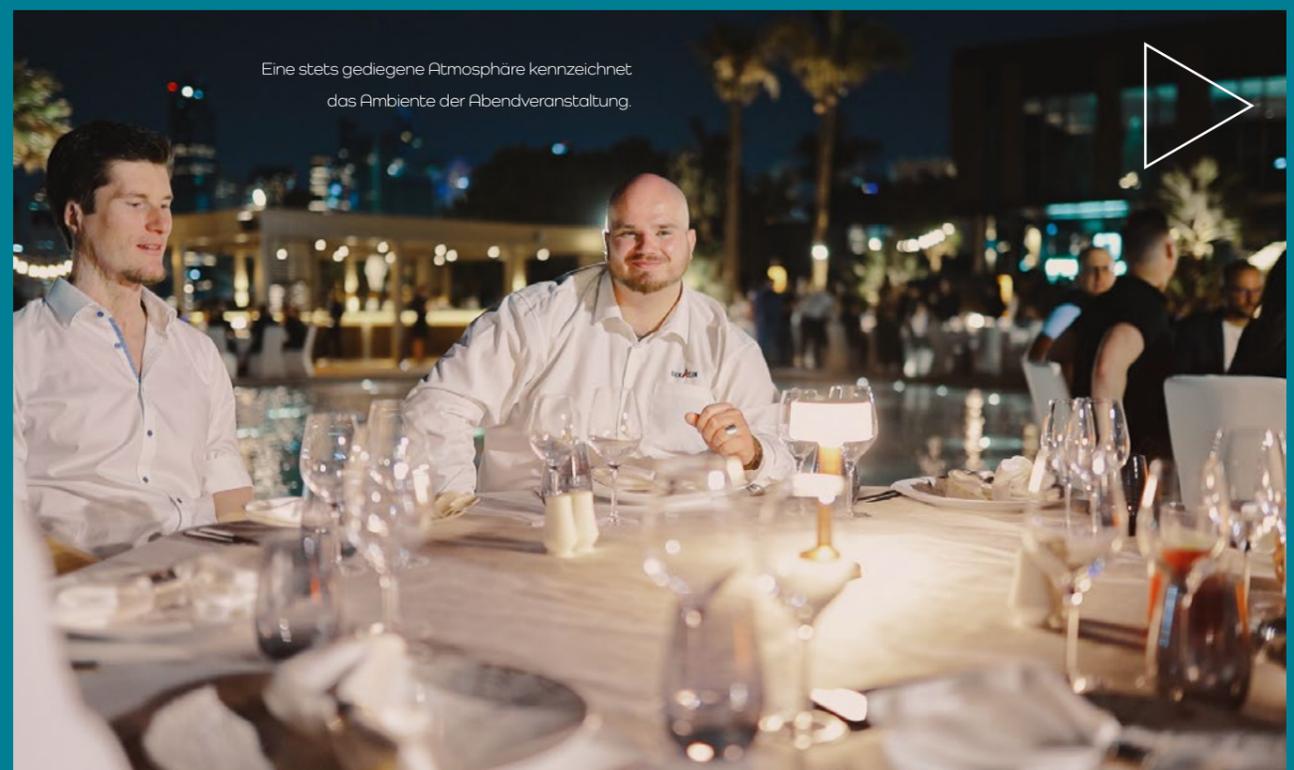
Dirk Kreuter bei seiner Eröffnungsrede für das
traditionelle Dinner am Vorabend des Meetings



Ilona Schneider –
Geschäftsführerin
solutio GmbH



Das Buffet bot eine reichhaltige Auswahl
erlesener Speisen.

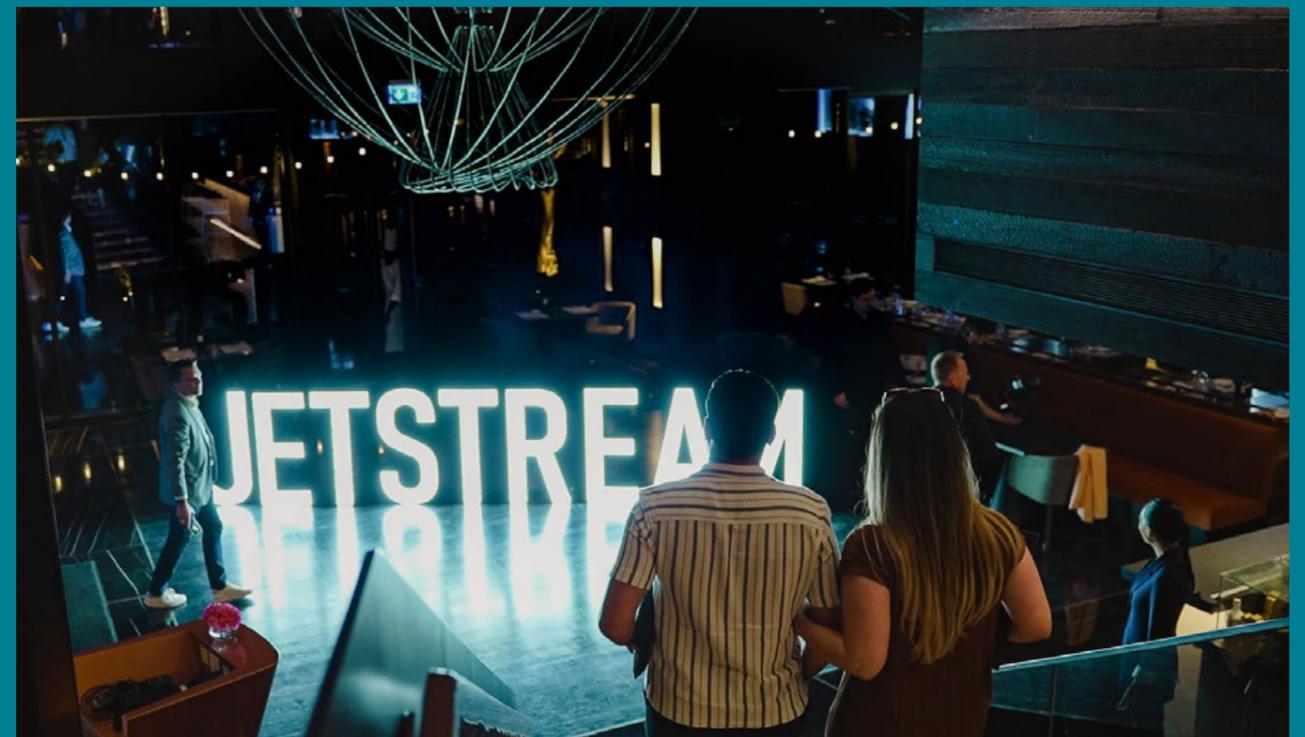


Eine stets gediegene Atmosphäre kennzeichnet
das Ambiente der Abendveranstaltung.

Einmalige abendliche Open-Air-Dinner-
Atmosphäre: Frühlings-temperatur
in einem einladenden Palmenambiente mit
herausragender Gastronomie, im Hintergrund
das Riesenrad Ain Dubai



Für Jetstream Members bieten die
Meetings stets die Gelegenheit, hochwertige
Gespräche zu führen, neue Eindrücke zu
sammeln und mit frischen Erkenntnissen sein
Business voranzubringen.





SEMINARTERMINE

2023

11.-13.06.	JETSTREAM MEMBERS MEETING
15.-16.06.	JETSTREAM VIP MEETING
02.-04.10.	SKALIEREN & EXPANDIEREN
05.-09.10.	JETSTREAM MEMBERS MEETING
11.-13.10.	BIOHACKING
07.-09.12.	SYSTEMVERTRIEB
10.-12.12.	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 Rummel,
Pia Plagens

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

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

Erscheinungsweise:
vierteljährlich

Druck:
Lehmann Offset Druck GmbH
Gutenbergring 39
22848 Norderstedt

Bilder:
Dirk Kreuter; Inka Englisch,
Roberts Āboltiņš; Lukas Gajda,
IRStone, EdNurg, inigocia,
Pavel Timofeev, Production
Perig - 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 **Dirk Kreuter**

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 Leadgenerierung 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!

