JETSTREAM Members MAGAZINE

No. 3 • 2023



SASCHA KLEIN
Der Mann für besten Büroklang

DIRK KREUTER
Mitarbeiter finden und halten

YVES SCHMIDT
Ein Faible für Luxusbäder

TIL SCHWEIGER
Interview mit dem Erfolgsschauspieler

SASCHA DRIESCH
Glück und Erfolg im zweiten Leben

BENJAMIN DAU
Was Unternehmen von der Luxushotellerie lernen können

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

03
4 193537 005900

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,



Human Resources ist aktuell eines der wichtigsten Themen für die Wirtschaft. Wohl kaum ein Betrieb hat keine Schwierigkeiten, eine bestimmte oder gleich mehrere Stellen zu besetzen. Allerdings ist man als Unternehmer bei der Mitarbeitersuche nicht hilflos ausgeliefert, die Akquise lässt sich positiv beeinflussen und es lässt sich einiges unternehmen, um seine Attraktivität für Bewerber zu erhöhen. Wir haben uns in dieser Ausgabe daher gleich zweimal mit diesem Themenkomplex auseinandergesetzt. Im Interview mit dem Jetstream Magazine gibt Dirk Kreuter auf den Seiten 6 bis 9 Tipps, wie sich Mitarbeiter an das eigene Unternehmen binden und sich die Identifikation mit der Firma erhöhen lassen. Laureen Lerche und Sebastian Mika von der Online-Marketing-Agentur My Best Concept stellen darüber hinaus das Produkt My Best Recruiting vor, das, auf eigenen Erfahrungen basierend, ein äußerst effizientes Tool ist, um professionell und strukturiert neues Personal zu rekrutieren. Die Details erfahren Sie ab Seite 52.

Ein weiteres angesagtes Thema, das zurzeit für viel Verunsicherung sorgt, ist die künstliche Intelligenz. Sollte man sich als Unternehmer mit KI beschäftigen oder besser noch warten? Marketing-Experte Robert Klipp erklärt, wie er die Entwicklung sieht und warum seiner Meinung nach das Thema noch erheblich an Fahrt aufnehmen wird (Seite 36). Darüber hinaus enthält diese Ausgabe natürlich ganz viel Content aus dem Jetstream Kosmos. Wir stellen unter anderem die Members Sascha Driesch, Yves Schmidt, Jochen Deecke und Sascha Klein näher vor. Darüber hinaus haben wir ein Interview mit Til Schweiger, der sich beim Jetstream Meeting im Juni in Dubai die Ehre gegeben hat (Seite 44). Falls Ihnen das alles noch nicht genug ist, empfehle ich Ihnen den Artikel über Benjamin Dau. Der Immobilienmakler aus Oldenburg ist überzeugt, man solle seinen Betrieb kundenorientiert wie ein 5-Sterne-Hotel führen. Wie er das genau meint, lesen Sie ab Seite 40.

Viel Spaß beim Lesen und weiterhin viel Erfolg im Business



Managing Director Jana Dvorkina

INHALT

06 DIRK KREUTER
Expertentipps zum Gewinnen und Halten von Mitarbeitern

10 JANA DVORKINA
Ein aktueller Blick auf das Jetstream Members Programm

14 JETSTREAM MEMBERSHIP
Vorstellung des Netzwerks

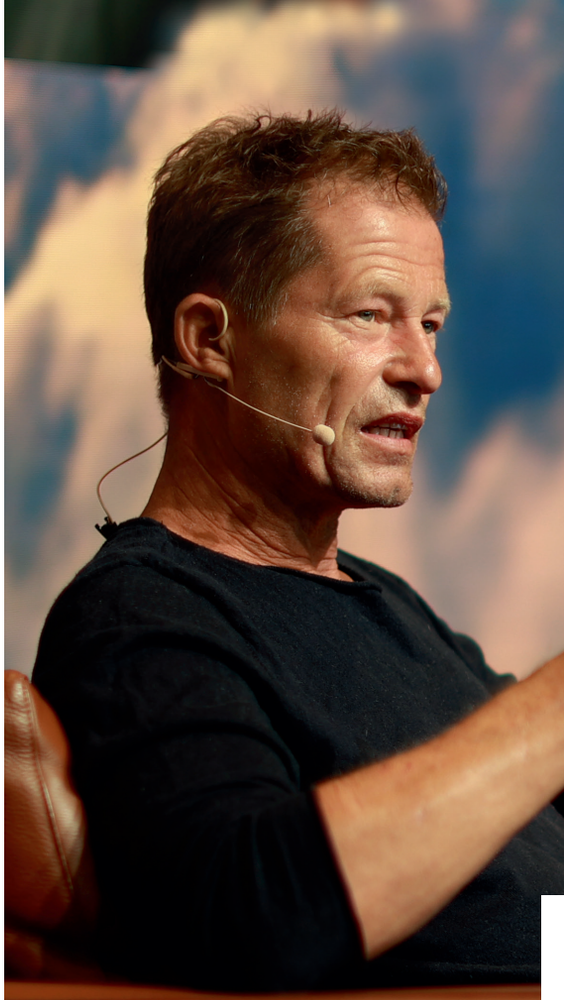
18 JETSTREAM VIP
Einblicke in den Inner Circle

22 YVES SCHMIDT
Leidenschaft für Luxusbadezimmer

25 JOCHEN DEECKE
Finanzberatung auf hohem Niveau



22
Yves Schmidt



TIL SCHWEIGER IM INTERVIEW

28 SASCHA KLEIN
Guter Klang für geschäftliche Räume

31 SASCHA DRIESCH
Unternehmen und Familie erfolgreich vereint

34 JETSTREAM SPEAKER
Diese Speaker haben die Members an ihrem Wissen teilhaben lassen

36 KI IN UNTERNEHMEN
Robert Klipp spricht über die Vor- und Nachteile



44

40 DER KUNDE ALS GAST
Benjamin Dau führt seine Firma wie ein 5-Sterne-Hotel

44 TIL SCHWEIGER
Interview mit dem Schauspieler, Produzenten und Unternehmer

48 MORITZ HESSEL
Einschätzungen zu Bitcoin, Krypto und Blockchain



28
Sascha Klein



52
Laureen Lerche

52 HUMAN RESOURCES
Laureen Lerche und Sebastian Mika stellen „My Best Recruiting“ vor

56 PODCAST-TIPPS
Inspirierende Sounds, die für Umsatz sorgen können

58 JETSTREAM EVENT IN BILDERN
Meeting in Dubai im Juni 2023

03 Editorial

62 Impressum / Seminarkalender



DIRK KREUTER

ARBEITNEHMER UND WIE SIE ZU FINDEN SIND



Unternehmer, Speaker und Verkaufstrainer Dirk Kreuter über die Frage, was Arbeitgeber heutzutage bieten müssen, um die besten Kräfte zu gewinnen und zu halten. Und warum man seinen Mitarbeitern auch das Arbeiten an ungewöhnlichen Orten erlauben sollte.


„DURCH DIE NEUE
UMGEBUNG INNERHALB DER
WORKATION KÖNNEN
KREATIVITÄT UND PRODUKTIVITÄT
EINEN ECHTEN BOOST
ERFAHREN.“

Der Arbeitsmarkt ist zurzeit umkämpft, Unternehmen tun viel, um die besten Talente von sich zu überzeugen. Was wollen denn die Arbeitskräfte heutzutage wirklich?
Im Kern geht es immer um Wertschätzung. Auch Anerkennung, Vertrauen und Atmosphäre sind hier wichtige Stichworte. Noch vor einigen Jahren stand beim Thema Wertschätzung vor allem der monetäre Aspekt im Vordergrund. Durch die zunehmende Individualisierung unserer Gesellschaft rückt die Person an sich nun stärker in den Fokus. Talente wollen mit ihrer Individualität vom Arbeitgeber wahrgenommen und geschätzt werden. Dazu gehört auch der Wunsch nach Weiterentwicklung, individueller Förderung der Fähigkeiten, selbstbestimmterem sowie flexiblem Arbeiten und der Teilhabe an Entscheidungen. Für unseren Arbeitsmarkt und für viele Unternehmen sind diese Anforderungen tatsächlich immer noch Neuland – die stark hierarchisch aufgebauten Organisationen sind noch klar in der Überzahl. Über kurz oder lang müssen sich die Unternehmen aber den neuen Gegebenheiten anpassen. Alles immer so zu machen, wie man es immer gemacht hat, führt zu nichts.

Trotzdem ist die Entlohnung noch immer eine wichtige Stellschraube, oder?
Auf jeden Fall! Gerade in Zeiten der Inflation wird eine gerechte Entlohnung wieder wichtiger: besonders um die Top-Performer zu halten und auch um Talente von Mitbewerbern für das eigene Unternehmen zu gewinnen. Ziehen Unternehmen nicht bei der aktuellen Lohnrunde mit, haben sie langfristig das Nachsehen und verlieren ihre besten Kräfte. In einem gesunden, wachsenden Unternehmen sollte dies auch eine Selbstverständlichkeit sein. Trotzdem ist

„DER LOHN IST NATÜRLICH NICHT DIE EINZIGE STELLSCHRAUBE, EHER EINE GRUNDVORAUSSETZUNG."

der Lohn natürlich nicht die einzige Stellschraube, eher eine Grundvoraussetzung. Die Vision, der Spirit eines Unternehmens und die Atmosphäre in den Teams sind den heutigen Bewerbern wichtiger denn je.

„KOSTENLOSER KAFFEE ODER EIN OBSTKORB UNTERSCHEIDEN UNTERNEHMEN NICHT MEHR VON DER KONKURRENZ."

Wie bindet man sonst noch erfolgreich Talente und Fachkräfte? Und wie findet man sie überhaupt?
Arbeitnehmer sollten Benefits anbieten, die sonst nur wenige gewähren. Kostenloser Kaffee oder der berühmt-berüchtigte Obstkorb unterscheiden Unternehmen nicht mehr von der Konkurrenz. Diese Vorteile haben sich längst zu einer Selbstverständlichkeit entwickelt. Außergewöhnlicher sind beispielsweise immer noch die sogenannte Workation, kostenlose Massagen oder ein Babysitter-Service. Zum Recruitingprozess muss man sagen, dass sich dieser in den letzten Jahren immens weiterentwickelt hat. Via Stellenanzeige in einer Zeitung suchen – darüber erreichen Unternehmen nur noch wenige. Social Recruiting ist das Motto der Stunde. Ads und Funnel auf Instagram, LinkedIn und Co. haben eine hohe Sichtbarkeit und die Schwelle, sich zu bewerben, ist zumindest beim ersten Schritt niedriger. So angeln sich Unternehmen heutzutage ihre Fachkräfte.

Stichwort Workation: Wie können beide Seiten – Arbeitnehmer und Arbeitgeber – davon profitieren?
Grundsätzlich geht es um die Entkoppelung der Arbeit von einem bestimmten Ort, wie dies auch schon beim Homeoffice der Fall ist. Viele wünschen sich Urlaub vom Arbeitsplatz, nicht von dem Job selbst. Innerhalb der Workation können Kreativität und Produktivität durch die neue Umgebung einen echten Boost erfahren, zu neuen Sichtweisen inspirieren sowie frische Impulse für die anstehenden Aufgaben liefern. Davon profitiert dann ebenso der Arbeitgeber. Auch bei uns im Unternehmen können Mitarbeiter unter der Sonne arbeiten. Aktuell bieten wir Dubai oder Singapur als Workation-Orte an. Über kurz oder lang wird kein Unternehmen daran vorbeikommen, bei Benefits out of the box zu denken und gleichzeitig die Entlohnung nicht aus dem Blick zu verlieren.

RÜCKBLICK UND AUSBLICK

Wieder einmal kann das Jetstream Netzwerk auf erfolgreiche Monate zurückblicken. Im Juni fand das Seminar „Steuern, Immobilien und Beteiligungen für Unternehmer“ statt, eine wegweisende Veranstaltung, auf der sowohl interne als auch externe Experten ihr Wissen bereitwillig teilten. Auch das anschließende Members-Meeting war äußerst fruchtbar. Ein Rück- und Ausblick von Jetstream Managing Director Jana Dvorkina.

Beim Seminar „Steuern, Immobilien und Beteiligungen für Unternehmer“ informierte Sascha Driesch über die Möglichkeiten der „Steigerung des Unternehmenserfolgs durch strategischen Firmenankauf“. Ein Thema, das das Interesse vieler Teilnehmer weckte. Mehr über Sascha und seine Unternehmen erfährt man übrigens in unserem Artikel über ihn auf Seite 29 in dieser Ausgabe. Burkhard Küpper wiederum gab wertvolle Tipps zum Thema „Steueroptimierung für Unternehmer & Vermögensaufbau“. Jochen Deecke, dem wir uns in dieser Ausgabe auf Seite 23 widmen, war ebenfalls mit einem Thema vertreten. Seine Schwerpunkte waren Investmentstrategien, Beteiligungen im Devisenhandel und künstliche Intelligenz. Last, but not least informierten Julian und Maximilian Bertlein zum Thema „Wie du als Unternehmer/Selbstständiger mit Immobilien im Schlaf reich wirst“.

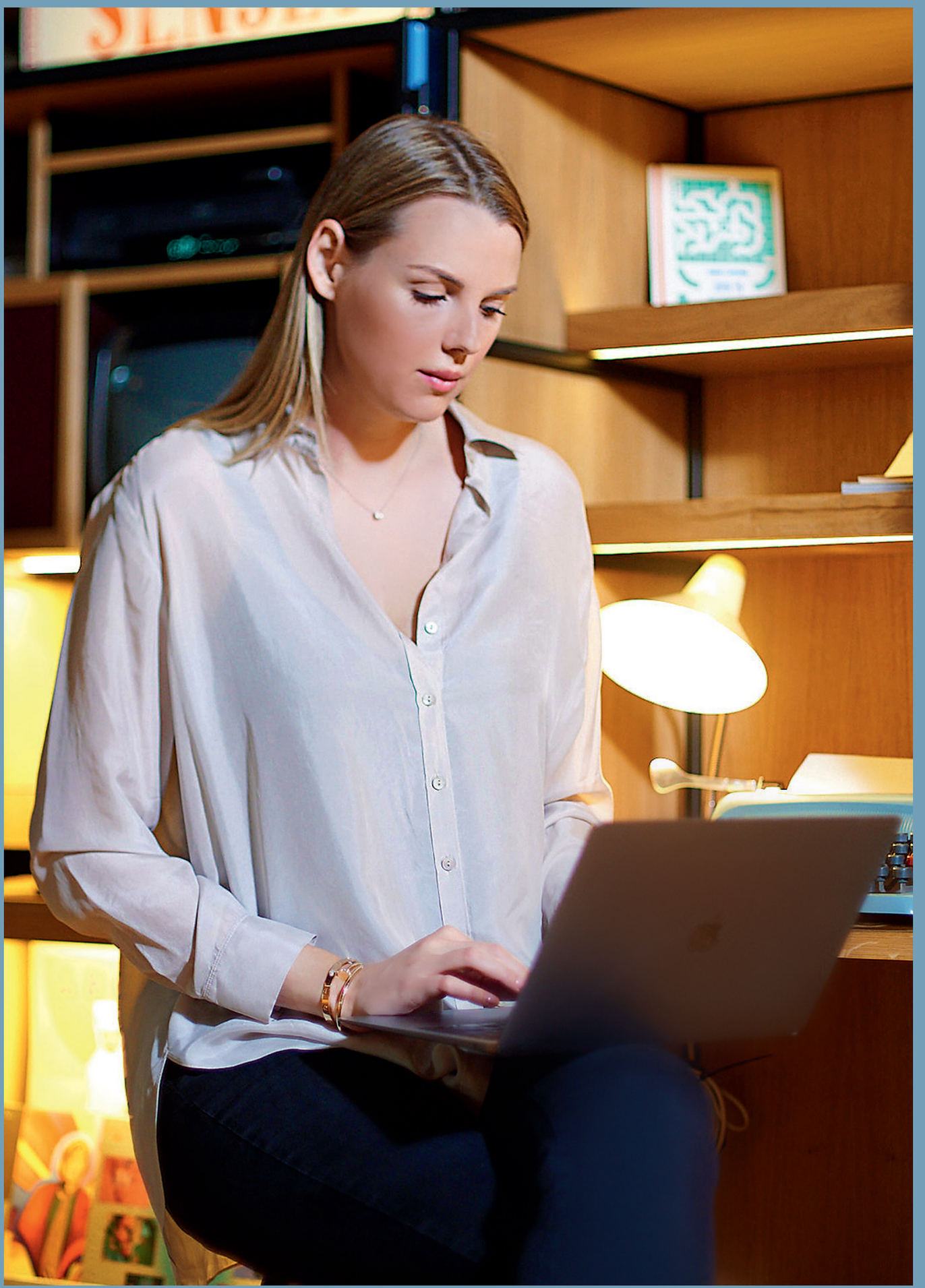
DAS JETSTREAM NETZWERK ENTWICKELT SICH

SEMINARE ERWEITERN DEN HORIZONT

Natürlich bereicherten aber auch externe Referenten das Seminar. So hielt Kai Schimmelfeder einen viel beachteten Vortrag zum Thema „Beteiligungskapital aus Förderprogrammen?“. Es war für viele ein echter Gamechanger, zu erfahren, was man alles fördern lassen kann. Entsprechend waren die Seminarteilnehmer von Kai Schimmelfeder äußerst beeindruckt. Michael Wohlfart benannte Tipps und Tricks zum Themenkomplex „Rechtssichere Auswanderung & Unternehmensgründung im Ausland“. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass dieses Seminar, das übrigens zum ersten Mal angeboten wurde, ein voller Erfolg war. Alle Aspekte wurden ausführlich behandelt und die Themen waren perfekt aufeinander



Jetstream Managing Director Jana Dvorkina informiert über die aktuellen Fortschritte des Erfolgsnetzwerkes.



abgestimmt. Für die Jetstream Mitglieder besonders von Vorteil: Der Besuch der Seminare, die vor dem regulären Meeting stattfinden, ist in ihrer Mitgliedschaft inkludiert. Sie haben hier also die Möglichkeit, nicht nur wertvollen Content gratis mitzunehmen, sondern erleben zusätzliche Tage in der Jetstream Gruppe mit Dirk und allen Experten. Kurz formuliert: Jeder, der zu den Seminaren kommt, hat einen großen Vorteil, da er noch zusätzliche Tage gewinnt!

DER BESUCH DER SEMINARE, DIE VOR DEM REGULÄREN MEETING STATTFINDEN, IST IN IHRER MITGLIEDSCHAFT INKLUDIERT.

NEUER JETSTREAM FLUGPLAN

Im kurzen, aber sehr intensiven Jetstream Meeting im Juni haben wir zudem den neuen Jetstream Flugplan vorgestellt: Nun gibt es noch mehr Unterstützung zwischen den Meetings, die beliebten Updatecalls mit dem Team finden nun mindestens einmal pro Monat statt. Grundlage sind stets die handschriftlich verfassten eigenen Zielvorgaben. Durch regelmäßige Updates zum bislang Erreichten kann noch besser herausgearbeitet werden, wo Unterstützungsbedarf besteht und wir als Jetstream Team helfend eingreifen können.

EXPERTENSESSIONS

Darüber hinaus zu erwähnen sind die internen Expertensessions zu verschiedenen Themen, zu denen sich die Members im Voraus anmelden konnten und für die sie Fragen einreichen konnten. Der bewährte Ablauf ist, dass der Experte eine Präsentation hält und die Teilnehmer im Nachgang live ihre Fragen stellen können. So hielt Mariem Al-Ssayrafi von der DGMA Legal Consultancy einen Vortrag über das richtige Gründen von Unternehmen in den Vereinigten Arabischen Emiraten. Die deutsche Rechtsanwältin ging dabei auf Themen wie die Auswirkungen der neuen Körperschaftssteuer, Auswahl der passenden Unternehmensstruktur und rechtliche Herausforderungen ein. Die Teilnehmer konnten so ihr Wissen über die rechtlichen Bestimmungen und Risiken in den VAE erweitern. Robert Klipp von My Best Concept hielt einen Vortrag zum Thema Buchlaunch. Er präsentierte Tipps und den Ablauf, wies auf häufige Fehler hin und erläuterte, wie man 10.000 Bücher statt nur 200 verkauft.

WEITERE HIGHLIGHTS

Ein Highlight für jedes Jetstream Member ist natürlich der private Zoom-Call mit Dirk Kreuter, bei dem der Hauptveranstalter der Jetstream Meetings exklusiven Content zu einem bestimmten aktuellen Thema zwischen den Meetings präsentiert. Auch hier können die Members im Nachgang ihre Fragen live stellen. Darüber hinaus erhalten die Members in der WhatsApp-Gruppe täglich wertvollen Input und exklusive Aufzeichnungen zu bestimmten Fragen aus dem Bereich Führung, Recruiting, Sales, Marketing etc. Außerdem gibt es wöchentliche Postings aus dem Unternehmerbaukasten mit Tipps, wie man sein Unternehmen zu mehr Erfolg, mehr Liquidität und mehr Wachstum bringt!

Im Oktober und Dezember haben wir wieder großartige Unternehmer und hochkarätige bekannte Gäste zum Members Meeting eingeladen. Darunter auch absolute Legenden aus dem Sport- und Businessbereich! Wer das genau ist, wird noch nicht verraten. Da allerdings jedes Jetstream Meeting immer wieder ein grandioses Event ist, kann ich es kaum abwarten, bis wir uns wieder alle in Dubai treffen.



JETSTREAM
MEMBERSHIP
PROGRAMM

DAS POWER-NETZWERK

Jetstreams sind die stärksten natürlich auftretenden Winde. Befindet sich ein Pilot ab 7.000 Meter Flughöhe in dieser Strömung, wird er mitgerissen und erreicht sein Ziel schneller, mit weniger Treibstoff und mehr Rückenwind. Diese Eigenschaften verkörpert die Jetstream Membership: ein Netzwerk aus hoch motivierten Unternehmern, das mitreißt und mit weniger Energieaufwand schneller und effizienter die größten Ziele erreichen lässt.



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

KONKRETE HANDLUNGSANWEISUNGEN

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

PERSÖNLICHE UNTERSTÜTZUNG VON DIRK KREUTER

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

DAS MINDSET OPTIMIEREN

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

JETSTREAM MEMBERS, WER GEHÖRT DAZU?

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

Jetstream Members – die Bewerbung

Link zum Bewerbungsformular und zu weiteren Informationen:



JETSTREAM MEMBERSHIP

LEISTUNGEN IM ÜBERBLICK:

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

KONTAKT:
business@jetstreammembers.com
Office: +971 (0) 42383167
Mobile: +971 (0)58 999 2567
https://dirkkreuter.com/jetstream

QUOTES

DENNIS ZIEGLER,
VERMÖGENSBERATER:

Dank der Jetstream erlebe ich eine bemerkenswerte positive Veränderung in meinem Denken und Handeln und damit in meinem unternehmerischen Erfolg. Ich habe erkannt, dass ein erfolgreiches Umfeld einen enormen Einfluss auf meine persönliche Entwicklung und meinen Erfolg hat. Durch die inspirierenden Inhalte und die Begegnung mit motivierten Menschen in der Jetstream Community fühle ich mich gestärkt und motiviert, meine Ziele entschlossen zu verfolgen. Der Austausch mit Gleichgesinnten eröffnet mir neue Perspektiven und ermutigt mich, mein Potenzial voll auszuschöpfen und größer zu denken. Durch die praxisnahen Tipps von erfolgreichen Mentoren habe ich ungeahnte Tools, die mich auf mein nächstes Level bringen. Es ist die ultimative Abkürzung. Ich bin dankbar für die positiven Auswirkungen der Jetstream auf mein Leben und empfehle sie jedem, der sein Denken und Handeln auf ein neues Level heben möchte.



SIMON KOPF, GESCHÄFTSFÜHRER
DER KUS SERVICE- UND HANDELS GMBH:

Durch die Teilnahme am Jetstream Netzwerk haben wir Zugang zu einer Fülle von Wissen, innovativen Ideen und den neuesten technologischen Entwicklungen erhalten. Die Zusammenarbeit mit anderen zukunftsorientierten Unternehmen hat es uns ermöglicht, unsere Anlagen weiterzuentwickeln, sie intelligenter, vernetzter und effizienter zu gestalten. Die Integration des Internets der Dinge (IoT) hat unsere Vision von einer vernetzten und automatisierten Produktionswelt verwirklicht. Doch der wahre Mehrwert von Jetstream liegt in der gegenseitigen Inspiration und dem Austausch von Ideen innerhalb des Netzwerks. Gemeinsam mit anderen Pionieren haben wir eine dynamische Gemeinschaft geschaffen, in der Erfolg bedeutet, zufriedene Kunden zu haben, innovative Ideen umzusetzen und neue Technologien in die Praxis zu bringen. Heute teile ich voller Stolz unsere Erfahrungen und Erfolge als Teilnehmer des Jetstream Netzwerks. Unsere Zusammenarbeit mit anderen visionären Unternehmen hat zu einer beeindruckenden Beschleunigung unserer Produktionsprozesse geführt und uns geholfen, die Technologien von morgen zu gestalten.



ALEXANDER
WEIMER, CEO DER
CREACHECK GMBH:



Als CEO der CreaCheck GmbH, eines Unternehmens mit einem weltweit einzigartigen System zur Marketing-Automatisierung, haben wir die Herausforderung zu meistern, im Vertrieb zu überzeugen und die Skalierung zu stemmen. Die Zusammenarbeit mit Dirk Kreuter und seinem Team haben das Unternehmen und unsere Mitarbeiter persönlich sehr weitergebracht. Die Jetstream Mitgliedschaft hat darüber hinaus ein wertvolles und unvergleichliches Netzwerk zugänglich gemacht, wie ich es bislang nicht kannte. Die Investition ist eine Hürde, sie schafft jedoch eine enorme Verbindlichkeit zum Engagement und zur Umsetzung.



DER INNER

Jetstream VIP ist der allerinnerste Kreis der Jetstream Members, nicht einmal zehn Personen zählen dazu. Näher dran am Jetstream Spirit kann man nicht sein.



Daniel Garofoli (links)
und Dirk Kreuter

CIRCLE

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 acht 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.

JETSTREAM VIP

Die Mitglieder von Jetstream VIP bringen zu den Treffen stets ihre aktuellen Themen mit. Das können reine Business-Themen oder auch Privates sein. Die Gruppe ist sehr exklusiv und Verschwiegenheit steht an erster Stelle. Alles, was im kleinen VIP-Kreis besprochen wird, bleibt auch dort. Die VIP-Members schicken ihre Fragen im Vorfeld an Dirk Kreuter, sodass sich dieser und sein Team intensiv vorbereiten können. Die Treffen von Jetstream VIP finden stets an wechselnden Orten statt, so bleiben sie exklusiv und interessant. Das letzte Treffen fand am 15. und 16. Juni statt, dieses Mal in der Präsidentensuite des Hotels Caesar's Palace in Dubai.

Die miteinander verbachte Zeit ist sehr intensiv, gearbeitet wird von 9 bis mindestens 17 Uhr mit einer kurzen Mittagspause. Auch in den Pausen wird nur über Business gesprochen. Abends gibt es zudem gemeinsame Dinner, die vom Jetstream Team organisiert werden. Auch hier kann es mal vorkommen, dass Dirk jemanden aus seinem Netzwerk als Gast einlädt. Im März und Juni hatten die VIP-Members Gelegenheit, mit Dieter Bohlen und Til Schweiger zu Mittag zu essen. Eine einmalige Gelegenheit, wer kann das schon von sich behaupten? Als Gast nahm zudem Burak Olgun teil.
Ab Oktober ist die Gruppe dann mit insgesamt 7 Mitgliedern wieder auf einem neuen Level. Mit dabei sind dann auch Sebastian Krenz und Sven Gabor-Janszky, die beide sehr besondere Persönlichkeiten sind. Außerdem wird auch Multiunternehmer Sascha Driesch kommen, der bei dem letzten Treffen aus privaten Gründen nicht dabei sein konnte.

Teilnehmer des Jetstream VIP Treffens am 15. und 16. Juni



Burkhard Küpper



Suwi Murugathas



Serkan Basin



Daniel Garofoli



Andreas Sander

Steuern Nein Danke



JEDER KANN STEUERN SPAREN. HÄUFIG KENNEN UNTERNEHMER, FREIBERUFLER UND SELBSTSTÄNDIGE ABER NICHT DIE RICHTIGEN STELLSCHRAUBEN FÜR EINE STEUERLICHE OPTIMIERUNG.

Im Seminar Steuern Nein Danke vermittelt Steuerberater Burkhard Küpper sein erfolgreiches Sparsystem. Tausendfach getestet und erfolgreich umgesetzt, lernen Unternehmer hier, die richtigen Strukturen im eigenen Business zu implementieren, die langfristig zu besseren Ergebnissen führen.

MODUL 2:

Workshop – gemeinsam Steuern sparen

· 2 Tage individuelle Bearbeitung in der Gruppe

· Besprechung der Optimierung aller Jahresabschlüsse und Steuererklärungen

· exkl. Reisekosten und Verpflegung

Hier finden Sie weitere Informationen zu den Veranstaltungen sowie zur Anmeldung:

„BÄDER SIND MEINE LEIDENSCHAFT“

YVES SCHMIDT IST MIT DER MARKUS SCHMIDT GMBH AUF DEM SPRUNG IN EINEN INTERNATIONALEN MARKT



JETSTREAM MEMBER

Yves Schmidt

Herausforderungen sind für Yves Schmidt selbstverständlich. Noch während seiner Ausbildung zum Sanitär- und Heizungsinstallateur im Familiengeschäft übernahm er die Leitung von seinem erkrankten Vater Markus. Da war er noch keine zwanzig Jahre alt. Später erwarb er neben der täglichen Arbeit den Meisterbrief. Jetzt, mit dreißig Jahren, trimmt er sein Karlsruher Unternehmen für den internationalen Markt.

„In den vergangenen fünf Jahren hat sich unser Umsatz verzehnfacht und wir sind auf zehn Mitarbeiter gewachsen“, resümiert Yves Schmidt, der inzwischen Inhaber der Markus Schmidt GmbH ist. In weiteren fünf Jahren möchte er weltweit Luxusbäder installieren. Davon träumt der Unternehmer. „Bäder sind meine absolute Leidenschaft.“

DAS BAD MIT ALL SEINEN MÖGLICHKEITEN NEU ERFINDEN

Der Sprung aus dem gemütlichen Karlsruhe in die aufregende globale Wirtschaft ist weit und riskant. Doch davor scheut Yves Schmidt nicht zurück. „Bereits 2017 haben wir die virtuelle Planung eingeführt, bei der Kunden mit VR-Brille ihre geplanten Bäder erkunden“, erinnert er sich. „Bald schon gestalten wir Entwürfe im Metaversum und treffen Auftraggeber per Avatar.“ Da sei räumliche Entfernung überhaupt kein Problem. Die zupackende Art von Yves Schmidt ist geradezu ansteckend. Er verfügt über eine klare Vision für die Zukunft seines Unternehmens. „Wir entwickeln uns zur Manufaktur für Traumbäder. Oder Wohlfühlbäder“, überlegt er. Bei der Wortwahl ist sich der ansonsten sehr verbindliche Geschäftsführer noch nicht ganz sicher. „Jedenfalls möchte ich mich vom Bad als reinem Funktionsbau verabschieden.“ Seine Vorstellung von einem perfekten Bad reicht zwei- bis dreitausend Jahre zurück zu den Bädern der Griechen und Römer. „Wir müssen das Bad mit all seinen Möglichkeiten heute wiederentdecken und gleichzeitig neu erfinden.“ Yves Schmidt weiß genau, wie er vorgehen wird. „Mein Unternehmen verfügt bereits über eine neue Lagerhalle mit Büros und Ausstellungsfläche. Ab September bereiten wir das Metaversum vor, das bis spätestens März 2024 für Badplanungen bereitsteht. Dort bietet die Markus Schmidt GmbH zunächst Konzepte ohne eigene Ausführung für internationale Kundschaft an. Sobald das Geschäft gefestigt ist, übernehmen wir auch selbst den Bau der von uns geplanten Bäder“, zählt Schmidt die Schritte bis zur Erreichung seines Ziels auf. „Meine Mitarbeiter können es kaum erwarten, auf Reisen geschickt zu werden“, ergänzt er mit einem Lächeln.

DER UNTERNEHMER SPRUDELT VOR KREATIVEN IDEEN

Der Chef beteiligt sein junges Team am Aufbauprozess. „Alle zwei Wochen treffen wir uns freitags zum Meeting.“ Vorschläge sind gefragt, jede Meinung zählt. So fördert er die Bereitschaft zur Veränderung. Den Kopf muss er trotzdem allein hinhalten, sollte irgendetwas bei der Entwicklung seines Unternehmens schiefgehen. „So weit kommt es nicht“, ist Yves Schmidt sicher. „Badezimmer sind überall auf der Welt gefragt.“ Als echter Visionär denkt er bereits weiter: „Bei richtiger Planung kann ein Badezimmer durchaus ein Raum zum Leben sein.“ Er sehe unglaubliche Möglichkeiten. „Zum Beispiel ein Bad mit Fitnessbereich. Und warum nicht ein Bad im Büro?“ Der Unternehmer sprudelt vor Ideen. Woher nimmt er diese zuversichtliche Energie, die ihn rund um die Uhr antreibt? „Das Unternehmertum ist mein Hobby“, gesteht er. Manchmal gönne er sich mit seiner Frau einen Trip auf dem Rhein im eigenen Boot. „Ansonsten brenne ich für die Markus Schmidt GmbH und meine Ideen.“ Für seine regionalen Kunden setzt Yves Schmidt schon heute modernste Technik ein: Das Mobiltelefon erstellt einen 3D-Scan vom Bad mit allen Maßen. Nach der ersten Konzeption erfolgt die Feinabstimmung. Anschließend geht es in die Ausführung. „Durchschnittlich ein bis zwei Monate brauchen wir bis zur Fertigstellung.“ Doch spezielle Wünsche hinsichtlich der Ausstattung können bis zu einem halben Jahr Vorbereitungszeit erfordern.

„BEI RICHTIGER PLANUNG KANN EIN BADEZIMMER DURCHAUS EIN RAUM ZUM LEBEN SEIN.“

EINE DRUCKBETANKUNG UNTERNEHMERTUM VON JETSTREAM

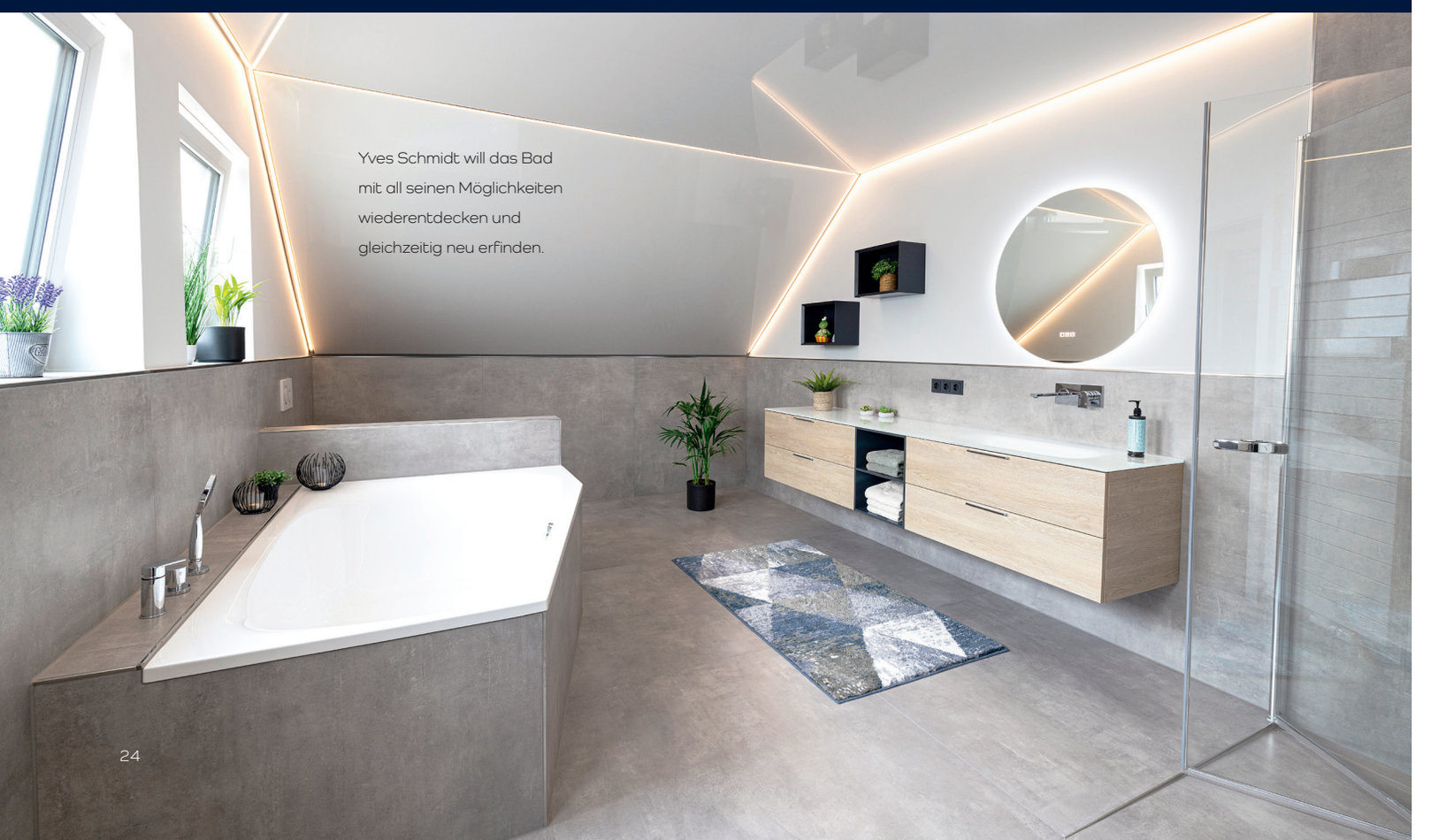
Stundenlang könnte Yves Schmidt über Bäder sprechen und es wäre keinen Moment langweilig. Doch mit seiner Passion ist er in der regionalen Innung schnell an Grenzen gestoßen. „Natürlich bin ich dort vernetzt, aber ein Weiterkommen ist unmöglich“, meint er und fügt nach kurzem Überlegen hinzu: „Die Kollegen spielen, um nicht zu verlieren. Ich spiele, um zu gewinnen.“ Das mache den Unterschied.

Anfang 2020 war Yves Schmidt auf einem Seminar von Bodo Schäfer. „Da hatte einer Karten für die Vertriebsoffensive von Dirk Kreuter und hat mich kurzerhand mitgenommen“, schildert er den Zufall, der sein berufliches Leben veränderte. Denn anschließend stieg er ins Mentoringprogramm ein. „Seit Oktober 2022 bin ich Jetstream Member und habe gerade verlängert.“ Weshalb? „Die Energie der Teilnehmer ist für mich einfach mitreißend.“ Jährlich fliegt Yves Schmidt viermal für vier bis fünf Tage nach Dubai, um sich „eine Druckbetankung Unternehmertum abzuholen“. Besonders begeistert ihn die Gruppe aus Vordenkern und Machern, mit der er dort zusammentrifft. „Ich fühle mich jederzeit gut betreut und kann alle nach Anregungen fragen. Ein tolles Netzwerk.“ Außerhalb dieser regelmäßigen Treffen führt er Zoom-Calls mit anderen Unternehmern in einer Vierergruppe. Darunter ein Raum-Akustiker, ein Raumausstatter sowie ein Coach. „Für mich ist es großartig, Ideen aus anderen Branchen mitzubekommen. Zusammen schauen wir über den Tellerrand“, freut sich Yves Schmidt.

„FÜR MICH IST ES GROSSARTIG, IDEEN AUS ANDEREN BRANCHEN MITZUBEKOMMEN. ZUSAMMEN SCHAUEN WIR ÜBER DEN TELLERRAND.“

DAS GROSSE ZIEL DES UNTERNEHMERS: EINZIGARTIGKEIT IN SEINER BRANCHE

Jetstream hat für ihn sehr viel verändert. „Ich fasse jetzt bei Angeboten nach, was im Handwerk eher unüblich ist. Traditionell warten wir ab“, erklärt er. „Außerdem rühre ich aktiv die Werbetrommel, um ständig präsent zu sein. Auch in den sozialen Medien.“ Mit Dirk Kreuter habe er erarbeitet, wie er mehr Erlebnisse für Kunden schaffen könne. „Das setzen wir im Metaversum um. Zum Beispiel werden wir unsere Konzepte virtuell an einem Lieblingsort des Auftraggebers präsentieren.“ Doch Yves Schmidt denkt bereits weiter. „Mit meiner kreativen Ader will ich die Badrenovierung so weit treiben, wie es nur irgend geht.“ Dabei plant er auch mit interkulturellen Fachkräften. „Die künftige Mitarbeiterstruktur werde ich bei Jetstream weiterentwickeln. Designstudenten und Innenarchitekten könnten die Markus Schmidt GmbH beispielsweise in ihren Ländern vertreten und perfekt auf die internationale Kundschaft eingehen.“ Keine Frage, Yves Schmidt gibt in seinem Unternehmen Vollgas. Mit einem großen Vorbild im Blick. „Dirk Kreuter kennt nur eine Richtung: Weitergehen und weiterwachsen. Das macht Jetstream einzigartig.“ Diese Einzigartigkeit strebt auch Yves Schmidt in seiner Branche an. „Neulich wurde ich auf der Straße auf unsere Onlinewerbung angesprochen. Das ist schon cool, wenn ich merke, wie die Firma bekannter wird. Es macht unheimlich viel Spaß, ein Unternehmen aufzubauen, das jeder kennt.“



Yves Schmidt will das Bad mit all seinen Möglichkeiten wiederentdecken und gleichzeitig neu erfinden.



JETSTREAM

MEMBER

Jochen Deecke

DER UNERMÜDLICHE

Wer am offenen Herzen operieren kann, den erschüttert auch in der Finanzwelt so schnell nichts. Jochen Deecke blickt auf 25 erfolgreiche Jahre als Finanzberater zurück. Doch damit gibt er sich nicht zufrieden. Jetzt hat er den internationalen Markt fest im Blick und will im kommenden Jahr in Dubai ein Büro eröffnen und mit einem Team aus internationalen Consultants durchstarten.

Das Leben geht manchmal seltsame Wege. Jedenfalls bei Jochen Deecke. Der Mediziner wollte eigentlich Chirurg werden. „Ich habe am offenen Herzen operiert und war auf dem Weg zum Facharzt“, erinnert er sich. Doch bei der Fließbandarbeit und Arbeitswochen von 60 bis 70 Stunden hat ihm bald die Perspektive gefehlt.

EXKLUSIVE MANDANTEN

Jochen Deecke hängte den weißen Kittel an den Nagel und gründete vor 25 Jahren sein erstes eigenes Unternehmen in Mannheim. Dabei half ihm seine Erfahrung aus Studienzeiten. Damals finanzierte er sich sein Studium als Tennistrainer. „Ich hatte nahezu alle Trainerlizenzen und trainierte im gleichen Leistungszentrum wie Boris Becker und Steffi Graf.“ Am Monatsende blieb immer Geld über, das er in Aktien investierte. Im Laufe der Zeit lernte er dazu und wurde immer erfolgreicher. Dennoch waren die Investitionen zuerst nicht mehr als ein lohnendes Hobby. Nach dem Abschied vom Arztberuf machte er daraus eine Profession.

Heute ist Jochen Deecke nicht nur ein erfolgreicher Finanzberater, sondern investiert auch weltweit in Immobilien. Mitte April 2023 feierte er mit einem seiner Unternehmen 25. Firmenjubiläum. Vor drei Jahren traf er die Entscheidung, neue Mandanten nur noch ab einer Investitionssumme von einer Million Euro anzunehmen. Family-Office-Lösungen bietet die Firmengruppe ab 5 Millionen Euro an. „Diese Zielgruppen sind sehr spannend.“ Seine Performance spricht für

Können und gutes Gespür. Über mehr als 17 Jahre wurde eine eigene Anlagestrategie im Bereich Devisenhandel entwickelt, die in dieser Zeit zwischen 29 und 113 Prozent Rendite pro Jahr erwirtschaftet hat. „Seit siebeneinhalb Jahren gab es bei uns keinen einzigen Verlustmonat."

Um international weiter durchzustarten, hat Jochen Deecke vor einem Jahr zwei Unternehmen in Dubai gegründet, um von dort eine internationale Klientel von Unternehmern zu betreuen. Innerhalb einer Woche hielt er seine Aufenthaltsgenehmigung und Arbeitserlaubnis in Händen. Ab dem kommenden Jahr wird ein internationales Team an Consultants zusammengestellt, die Kunden auf Augenhöhe beraten können. „Mein Ziel ist es, 2024 mit einem eigenen Büro in Dubai präsent zu sein."

Dabei überlässt der zweifache Vater, der mit seiner Familie abwechselnd in Südafrika und Dubai lebt, nichts dem Zufall. Mit der neu geschaffenen Stelle eines Head of Marketing in der deutschen Firmenzentrale in Mannheim soll in den kommenden 12 Monaten eine eigenes Marketingteam inhouse aufgebaut werden. „Unser Ziel ist, eine hausinterne schlagkräftige Marketingabteilung in der Unternehmensgruppe zu implementieren."

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ VERÄNDERT DAS GESCHÄFT

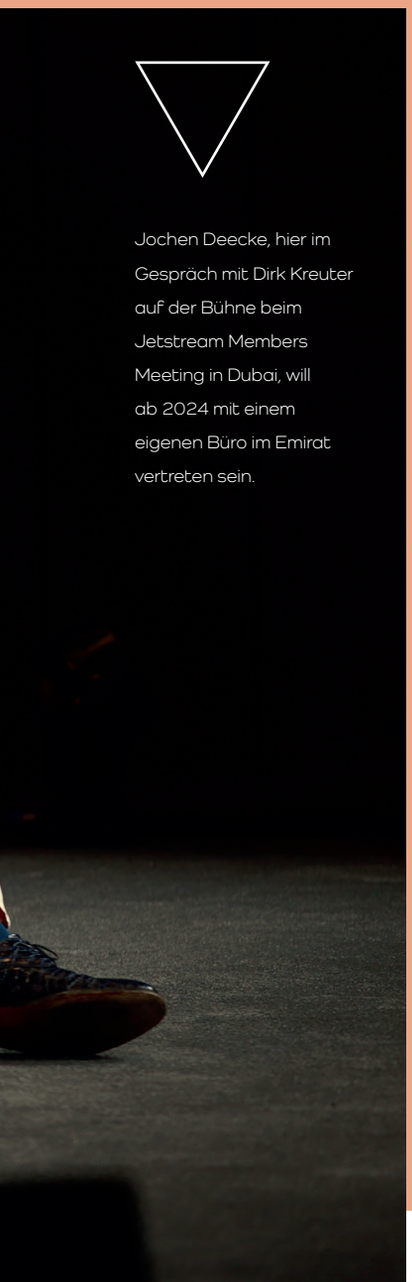
Relativ neu ist auch der Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI). „Wir arbeiten schon seit über 17 Jahren mit einem Devisen-Algorithmus und haben diesen immer weiter verfeinert", erklärt Jochen Deecke. „Aber unsere KI bringt eine bisher nie da gewesene Dynamik in die Anlageentscheidungen. Sie scannt aktuell 45 Märkte in vier verschiedenen Anlageklassen in Millisekunden und setzt Trades. Damit erwirtschaften wir sowohl in steigenden als auch fallenden Märkten jeden Tag positive Renditen. Einfach faszinierend."

Ihre Erfolgsbilanz: Nach 3 Jahren mit Renditen zwischen 30 und 99 Prozent p. a. liegt die KI im Jahr 2023 bis zur Jahresmitte bereits bei 24 Prozent Rendite und hat davon im fallenden Markt im Februar 14 Prozent verdient, während alle anderen Geld verloren haben. „KI hebt unsere Investitionen auf



ein neues Niveau, weil sie tagesaktuell arbeitet und die Erträge bei steigender Volatilität deutlich zunehmen."

Zu den Anlagekonzepten von Jochen Deecke gehört auch eine sinnvolle Alternative zum Tages- und Festgeldkonto. Wer sein Geld kurzzeitig parken möchte, kann das bei ihm ab einem Betrag von 10.000 Euro. Die Laufzeit ist dabei „open end" und bietet dem Anleger einen monatlichen Zugriff auf sein investiertes Kapital, und dies bei Renditen von 6 bis 12 Prozent p. a. „Ein unschlagbares Angebot", meint er. Wer höhere Beträge anlegt, profitiert auch stärker. „In den ersten drei Jahren erwirtschafteten wir eine Rendite zwischen 17 und 21 Prozent jährlich, von der wir über eine feste Verzinsung bis zu 12 Prozent an unsere Investoren ausschütten", erzählt Jochen Deecke nicht ohne Stolz.



Jochen Deecke, hier im Gespräch mit Dirk Kreuter auf der Bühne beim Jetstream Members Meeting in Dubai, will ab 2024 mit einem eigenen Büro im Emirat vertreten sein.

EIN IMMOBILIENFONDS SAMMELT KAPITAL FÜR INTERESSANTE OBJEKTE

Nebenbei baut der vielseitige Finanzberater ein neues Geschäftsfeld auf. Er investiert in Immobilien. Im vergangenen Jahr allein 12 Millionen Euro. „Ich besitze inzwischen Immobilien in Panama, Südafrika, Mauritius, Dubai und Kanada", zählt er auf.

Aktuell liegt der Focus in Dubai auf Immobilien, die als „distressed" eingestuft werden, da der Eigentümer die vereinbarten Raten nicht mehr aufbringen kann. So konnte Jochen Deecke jüngst ein bereits fertiges Haus rund 3 Millionen AED unter Marktwert erwerben. Die Rendite bei Vermietung liegt bei genau 10 Prozent und so kann die weitere Wertentwicklung der Immobilie in Ruhe abgewartet werden.

In einen neuen Fonds in Dubai können Anleger Kapital investieren, das dann gezielt in spannende Objekte investiert wird. Diese Immobilien werden aufgewertet, ein paar Jahre vermietet und schließlich für das Doppelte des Kaufpreises weiterverkauft.

EIN NETZWERK FÜR GROSSE GESCHÄFTE

Was treibt einen Mann wie Jochen Deecke an, Höchstleistung zu erbringen, obwohl er längst nicht mehr arbeiten müsste? „Ich helfe Menschen, finanzielle Freiheit zu erreichen und eine bessere Investmenterfahrung zu machen", erklärt er. Das motiviere ihn jeden Tag aufs Neue. „Außerdem habe ich unheimlich viel Spaß daran, neue und innovative Anlagestrategien zu entwickeln und im regelmäßigen Dialog mit unseren Investoren zu sein", erklärt Jochen Deecke. „Und natürlich am weiteren Ausbau unserer Firmengruppe." Dabei unterstützt ihn die Mitgliedschaft bei Jetstream, die er aktuell verlängert hat. „Ich war bereits in verschiedenen Mastermind- und Mentoringprogrammen", erzählt Jochen Deecke, der selbst eine Ausbildung zum NLP-Master abgeschlossen hat. „Aber denen bin ich schnell entwachsen. Jetstream ist anders und bietet ein deutlich höheres Niveau an Unternehmern." Kennengelernt hat er das Konzept 2022 auf einem Workshop von Dirk Kreuter in Stuttgart. Die drei Tage dort haben ihn überzeugt. Voller Tatendrang habe er sich anschließend in die Arbeit gestürzt. Eine Jahresmitgliedschaft bei Jetstream war die logische Konsequenz dieser positiven Erfahrung. „Ein solches Netzwerk steht und fällt mit der Qualität der Teilnehmer", weiß Jochen Deecke. „Die ist bei Jetstream einfach gegeben." Das spreche für Dirk Kreuter. Denn: „So etwas muss man erst mal aufbauen."

> „ICH HELFE MENSCHEN, FINANZIELLE FREIHEIT ZU ERREICHEN UND EINE BESSERE INVESTMENT-ERFAHRUNG ZU MACHEN."

Was Jochen Deecke neben dem exklusiven Netzwerk besonders an Jetstream gefällt, ist „die Fähigkeit von Dirk Kreuter, tolle Referenten auf die Bühne zu bringen". So erinnert er sich lebhaft an einen Redner, der Zugriff auf 5.000 Fördertöpfe hat. „Dem konnte ich gleich einen meiner Kunden vermitteln, der an einem hochinteressanten medizinischen Projekt arbeitet und dafür unbedingt weitere Gelder benötigt." Jochen Deecke selbst ist an diesem Unternehmen bereits mit 600.000 Euro beteiligt. „Wenn das Unternehmen dieses Projekt zur Marktreife entwickeln kann, ist es ein ‚Blockbuster' und Milliarden wert." Jetstream bringt Jochen Deecke weiter auf Kurs. „Ich möchte genug Bekanntheit erreichen, damit Menschen ohne Werbung auf mich zukommen", definiert er sein Ziel, das er mit Dirk Kreuter und den Experten von Jetstream erarbeitet hat. Oder auf den Punkt gebracht: „Ich positioniere mich im Markt als Finanzexperte Nummer 1 für innovative Anlagestrategien."

STIMME ERZEUGT STIMMUNG

SASCHA KLEIN STARTET MIT SEINEM UNTERNEHMEN KLEIN KLANG RICHTIG DURCH

Jeder Raum hat Individualität. Die Mission von Jetstream Member Sascha Klein ist es, diese Individualität zu bändigen. Jedenfalls soweit sie die Akustik betrifft. Mit seiner Firma Klein Klang sorgt er seit November 2010 für eine bessere Hörqualität und Sprachverständlichkeit in Büros, Messe- und Kongresszentren, Eventlocations, Industriegebäuden, Hörsälen und Konferenzräumen - damit die Botschaft stets klar und zielgerichtet vermittelt wird.

Das Ergebnis der Arbeit von Klein Klang trägt nicht nur zur Gesundheit der Mitarbeiter bei, sondern steigert auch ihre Leistungsfähigkeit um bis zu 40 Prozent, erklärt der Fachmann bei Köln. Lärm erzeugt Stress. Dagegen setzt Sascha Klein Akustikmodule ein. „Zuerst analysiere ich Lautstärke und Hall im Raum“, erläutert er. „Je nach Ergebnis werden die Module bemessen und an den Arbeitsplätzen installiert.“ Oft spüren die Mitarbeiter sofort einen deutlichen Unterschied. „Bei einigen verschwinden die lange beklagten Kopfschmerzen auf der Stelle.“ Gerade in Branchen mit hohem Telefonaufkommen macht sich der verringerte Stresspegel positiv beim Umsatz bemerkbar. „Die Produktivität wächst massiv – nicht nur, weil sich die Mitarbeiter wohler fühlen, sondern auch, weil sie am Telefon besser zu verstehen sind“, betont Sascha Klein. „Zum Beispiel registrieren wir im Bereich Telesales sehr große Gewinnzuwächse durch optimierte Raumakustik.“

DER TON MACHT DIE MUSIK

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich die Gestaltung von Räumen sehr stark verändert. Teppiche verschwinden von Böden und Bilder von Wänden. Decken mutieren mehr und mehr zu reinen Deko-Elementen. Deshalb gibt es kaum noch Akustikabhängungen. Bei Möbeln sind glatte Oberflächen gefragt – die jedoch besonders schallaut sind. Im Durchschnitt befinden sich mehr Mitarbeiter auf engerem Raum. Alles zusammen ruft den Experten auf den Plan. „Allmählich beginnen die Menschen, sich mit Akustik zu beschäftigen, und erkennen ihre Bedeutung für das Wohlbefinden in Räumen. Welcher Kunde hört nicht gerne bei der Testabschlussfrage ‚Wie klingt das für Dich?‘ und es klingt dann auch richtig, richtig gut.“ Sascha Klein sieht viel Potenzial im Markt. „Akustikprobleme können schon während der Bauplanung vermieden werden“, betont er. Deshalb wird er mit seinem Unternehmen immer öfter bereits im Vorfeld einer Errichtung einbezogen. Doch die meisten Räume müssen „nachträglich ertüchtigt werden“, wie der 43-Jährige seine Tätigkeit nennt. Seit mehr als zwanzig Jahren begeistert er inzwischen als Stimmungsexperte mit diesem Thema. „Denn Stimmen sind Schwingungen, und wenn der Kunde die Schwingungen

> „AKUSTIKPROBLEME KÖNNEN SCHON WÄHREND DER BAUPLANUNG VERMIEDEN WERDEN.“

JETSTREAM MEMBER

Sascha Klein

verstehen kann, werden beide auf der gleichen Frequenz schwingen und final wird das Ganze zum Einklang führen oder besser gesagt zu einem extrem guten Ergebnis.“ Er startete zuerst nebenberuflich, nun als Unternehmer mit der Mission, Räume positiv klingen zu lassen. „Noch immer macht der Ton die Musik. Durch bessere Töne lassen sich auch bessere Abschlüsse erzielen.“ Deshalb erhält jeder Kunde gratis auch ein aktuelles Hörbeispiel seines Raumes sowie den optimierten Klang nach dem akustischen Eingriff. Die meisten erkennen sofort deutliche Unterschiede.

DIE UNTERNEHMERISCHEN ZIELE FEST IM BLICK

„Wir unterbrechen Raummoden, also stehende Wellen, die nicht abklingen, führen den Schall und verkürzen Nachhallzeiten“, erklärt Sascha Klein sein Vorgehen. Ein Büro mit vier Mitarbeitern ist in einem Tag optimiert. Für größere Räume ist der Aufwand leicht umfangreicher. „In einer Eventlocation mit 8 Meter hoher Decke und einer Fläche von 35 mal 15 Metern bekam der Kunde die besten Klangergebnisse durch exklusiv angefertigte Akustikmodule. Das waren am Ende 3 Tonnen feinste Akustikeinbauten“, erinnert sich Klein. „In vielen Fällen können wir durch extra angefertigte Einbauten das gewisse Extra, den absoluten Wow-Effekt herausholen.“ Die Akustikmodule seien wie Möbel. „Sie lassen sich erweitern und wachsen mit dem Erfolg. Im Falle eines Bürowechsels ziehen sie einfach mit um.“ Der Unternehmer hat im Laufe der Jahre eine Menge Projekte betreut und bietet seinen Kunden umfangreiche Lösungen. Dabei steht er mit seiner Firma erst am Anfang. Seine Ziele hat er dennoch fest im Blick. „In 5 Jahren möchte ich bis zu 20 Mitarbeiter haben und 10 Millionen Euro Umsatz machen.“ Raumakustik bleibt das Hauptthema für ihn. Darüber hinaus wird er weiter Dienstleistungen als Tonmeister bieten, ein Tonstudio aufbauen und den Installations- und Medientechnikbereich in Einklang mit der Akustik bringen, darüber hinaus eine Akademie für tonbegeisterte Menschen aufbauen. Auch den Schritt in den internationalen Markt schließt der Unternehmer nicht aus.

DIE BESTEN ANREGUNGEN FÜR DIE ENTWICKLUNG DES EIGENEN UNTERNEHMENS

Das alles in relativ kurzer Zeit. Wie soll das gehen? „Ich habe mein Hobby zum Beruf gemacht“, meint Sascha Klein. „Ich gehe keiner Tätigkeit nach, die ich Arbeit nenne. Beim Tun entspanne ich.“ Kurz überlegt er und fügt dann hinzu: „Außerdem gehe ich mit positivem Mindset durchs Leben und habe als Jetstream Member tolle Unterstützung.“ Die Kontakte im Netzwerk eröffneten ihm viele Möglichkeiten. „Die Menschen dort blicken gemeinsam nach



vorne, denken groß und positiv. Es geht darum, das eigene Ziel auf schnellstem Weg zu erreichen.“ Das sage ihm besonders zu. Das „Kreuterversum“ hat der Unternehmer in einzelnen Stufen durchlaufen. „Master of Sales, Mentoring – ich bin immer tiefer eingestiegen und wollte jedes Mal auch das nächste Level gehen.“ Bis zur Jetstream Membership, die für ihn „der Hammer“ ist. „Die permanente Weiterentwicklung fühlt sich immer noch gut an.“ Was ihn besonders fasziniert? „Das sind auf jeden Fall die Abkürzungen, die ich durch Dirk kennenlerne.“ Der direkte Weg zum Ziel sei der kürzeste. „Dazu gehört auch der Druck, die eigenen Ziele umzusetzen, um Platz für Neues zu schaffen. Die Updatecalls von Jetstream, der Austausch, die ständige Kommunikation und dazu die Seminare von Dirk sorgen für die besten Anregungen zur Entwicklung meines Unternehmens.“

„JEDER TAG IST DER ERSTE TAG!“

Natürlich entstehen dabei auch Kooperationen. Das Wichtigste für Sascha Klein ist aber die Arbeit an der eigenen Einstellung. „Jede Situation annehmen und nach dem jeweils besten Weg suchen, sich nie unterkriegen lassen, sondern mit positiven Gedanken umgeben“, zählt er auf, „diese Haltung schätze ich am Kreuterversum.“ Im Jammertal lasse sich nun einmal kein Geld verdienen. Er habe verinnerlicht: „Die beste Zeit ist jetzt!“ Das funktioniere aber nur im richtigen Umfeld. „Deshalb hat das Netzwerk der Jetstream Membership für mich eine besondere Bedeutung. Hier treffe ich auf Menschen, die ähnlich denken und handeln wie ich, mit denen ich auf Augenhöhe reden und arbeiten kann.“ Die größte Herausforderung sieht Sascha Klein darin, Mitarbeiter zu finden, die das Tun erleichtern. „Das können auch akustik- und klangaffine Quereinsteiger mit handwerklichem Geschick sein, solange sie ins Team passen.“ Für seine Kunden reist das Unternehmen quer durchs Land. Mittelfristig sieht Sascha Klein die DACH-Region als sein Vertriebsgebiet. Aktiv vermarktet er Klein Klang in den sozialen Medien. „Online- und Empfehlungsmarketing sind meine Erfolgsgaranten.“ Seine eng bemessene Freizeit verbringt der Vollblutunternehmer am liebsten mit seiner Familie. „Manchmal spiele ich auch Gitarre und mache Musik nur so für mich.“ Doch richtig wohl fühlt sich Sascha Klein im Moment vor allem als aktiver Unternehmer. Sein Erfolgsmotto: „Jeder Tag ist der erste Tag!“ „Wenn auch Du eine geile Stimmung in deinem Unternehmen erzeugen willst, sprich mit mir. Denn Stimme erzeugt Stimmung.“

„WENN AUCH DU EINE GEILE STIMMUNG IN DEINEM UNTERNEHMEN ERZEUGEN WILLST, SPRICH MIT MIR.“





JETSTREAM VIP MEMBER

Sascha Driesch

Sascha Driesch ist ein Unternehmer mit vielen Unternehmen. In einer Menge Branchen hat er Beteiligungen. Dann schlägt ihm das Leben ein Schnippchen. Er fährt fast alles auf null. Nach einem Seminar bei Dirk Kreuter startet er neu durch – und nimmt seine Familie mit auf den Weg der Veränderung.

„ICH LEBE MEIN ZWEITES LEBEN“

„Es ist gefährlich, mich irgendwo hinzuschicken“, sagt Sascha Driesch über sich selbst. Einmal wollte ihm seine Frau Shila eine Auszeit gönnen und lud ihn ein, seinen Freund DJ Sash! zu einer 90er-Jahre-Party nach Belgien zu begleiten. „Sash! legte auf und wir feierten mit 20.000 Leuten“, erinnert sich Driesch. „Danach organisierte ich sofort das erste ‚We love the 90s‘-Festival in der Arena Oberhausen.“ So tickt der Multiinvestor. Erkennt er Möglichkeiten und Chancen, packt er zu, ohne zu zögern.



DER UNBEKANNTE UNTERNEHMER

Seit seinem 18. Lebensjahr ist Sascha Driesch selbstständig. Inzwischen hat der heute 53-Jährige mehr als 30 GmbHs aufgebaut, gekauft und verkauft – darunter IT- und Social-Media-Unternehmen, Lager- und Logistikfirmen, Handwerksbetriebe, eine Druckerei sowie Unternehmensberatungen. Begonnen hat seine Karriere mit der Leitung der größten Disco Deutschlands in seiner Heimatstadt Kempen. „Der Inhaber wurde auf mich aufmerksam, als ich meinen 18. Geburtstag mit 2.500 Leuten nicht in seinem Laden feierte“, lacht Sascha Driesch. „Daraufhin trennte er sich von seinem Geschäftsführer, weil dieser meine Anfrage abgelehnt hatte, und stellte mich ein.“ Für die Chance, bereits mit knapp 19 Jahren ein Unternehmen mit mehr als 80 Mitarbeitern und über 20.000 Gästen und damit Kunden im Monat zu führen, unterbrach Sascha Driesch seine Lehre in der Finanzdienstleitung, die er erst einige Jahre später beendete. Anschließend arbeitete Driesch als Versicherungsvertreter und schaute sich auch in der Werbebranche um. Nebenbei beriet er Start-ups. „Ich liebe es, Menschen zu unterstützen.“ Schließlich beteiligte er sich an den ersten Unternehmen und so kam ein großer Stein langsam ins Rollen. Sascha Driesch bezeichnet sich als Workaholic. „Arbeit ist mein Leben“, sagt er. Dabei steht der Unternehmer ungern im Mittelpunkt. Selbst in seinen Firmen kennen ihn die Mitarbeiter kaum. „Als ich bei unserem Logistikunternehmen, der Wolffstore GmbH, ein paar Sachen in den Container einwarf, eilte sofort ein Mitarbeiter aus dem Gebäude und stellte mich verärgert zur Rede“, schmunzelt er über diese Begebenheit. „Er hatte keine Ahnung, wer ich war und ich fand sein Eingreifen äußerst lobenswert.“ Driesch zieht gerne die Fäden im Hintergrund. „Organisation und Bürokratismus nehme ich den Firmen ab, an denen ich beteiligt bin.“ Er führt Gespräche mit Banken und Ämtern, schafft Struktur. Natürlich ist auch bei Sascha Driesch nicht immer alles gut gegangen. „Ich erlebte Planinsolvenzen und kaufte Firmen aus der Insolvenz heraus“, erinnert er sich. „Aber ich habe überlebt und alles hat auf das Ziel eines erfolgreichen, glücklichen und zufriedenen Lebens eingezahlt.“

> „ENTWEDER VERÄNDERT MAN SICH ZUSAMMEN MIT SEINER FAMILIE ODER MAN ENTWICKELT SICH AUSEINANDER.“

DER GAMECHANGER

Der Bruch in seinem Leben kam im Januar 2018. Seine Frau erkrankte an Krebs. „Es sah nicht gut aus.“ Damals trennte sich Sascha Driesch von vielen seiner Beteiligungen, um mehr Zeit mit seiner Frau zu verbringen und ihr in dieser schwierigen Situation beizustehen. „Ich war auch selbst ausgebrannt, fragte mich, was mir wirklich guttut.“ Die Antwort fand er 2019. Nach einjähriger Behandlungszeit kehrte seine Frau langsam ins Leben zurück. Sein Freund Burkhard Küpper riet ihm zu einem Seminar bei Dirk Kreuter. „Ich buchte ‚Entscheidung: Erfolg‘ und hatte keine Vorstellung, was mich erwartet.“ Rückblickend ist klar: „Das Erlebnis war ein Gamechanger in meinem Leben.“ Mit 49 Jahren begann Sascha Driesch noch einmal neu. Doch nicht nur das: „Nachdem mir klar wurde, dass die Welt von Dirk Kreuter mein Leben verändert, besuchte ich das Seminar ein zweites Mal. Diesmal mit meiner Familie.“ Denn: „Entweder verändert man sich zusammen mit seiner Familie oder man entwickelt sich auseinander.“ Sascha Driesch hielt immer an seiner Familie fest, ist seit zwanzig Jahren verheiratet und Vater zweier Söhne. „Wir gehen den Weg gemeinsam.“ Sein ältester Sohn Jonas studiert mittlerweile in den Vereinigten Staaten. „Nach dem Seminar hat er sich sowohl ein akademisches als auch ein Sport-Stipendium erarbeitet“, sagt der stolze Vater. Sascha Driesch entscheidet sich bereits zum zweiten Mal für die Jetstream Mitgliedschaft. „Das Netzwerk ist fantastisch. Ich treffe auf Menschen, die ähnlich denken. Wir bringen uns gegenseitig weiter voran. Es ist also kein Zufall, dass sich zum Beispiel in der Wolffstore GmbH die Fulfillment- und Logistikfläche in den letzten 3 Jahren verfünffacht hat und weitere 20.000 Quadratmeter Neubau-Fläche für die nahe Zukunft geplant sind.“

ABKÜRZUNG ZUM ERFOLG

Auch Shila Driesch startet nach überstandener Krebserkrankung durch. Sie gründet „Die Mutlöwin“, hilft Frauen, ihr Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen zu stärken, um ein erfolg-



„ICH LIEBE ES, MENSCHEN ZU UNTERSTÜTZEN.“

reicheres Leben zu führen. „Das ist eines meiner zwei Herzensprojekte“, sagt Sascha Driesch. Das andere ist der Unternehmerbaukasten. Eine Kooperation mit seinem Freund Burkhard Küpper sowie Dirk Kreuter, Robert Klipp und Lisa Göppert. „Wir begleiten im unternehmerischen Handeln“, definiert er die Idee der digitalen Unternehmensberatung. Im Oktober 2022 wurde das Konzept beim Jetstream Treffen in Dubai vorgestellt. „Rund ein Drittel der Teilnehmer haben sofort gebucht“, erinnert sich Sascha Driesch. Inzwischen kann jeder dabei sein. Über 120 Abonnenten haben die Dienste des Unternehmerbaukastens bereits in Anspruch genommen.

„Jeden Mittwoch gibt es einen Zoom-Call. Bis zum Montagabend davor können Fragen eingereicht werden.“ Knapp vier Stunden dauert eine Sitzung durchschnittlich. Bei den bisherigen 41 Zoom-Calls wurden insgesamt 4.980 Antworten auf 996 Fragen gegeben. Nächsten Mittwoch werden es über 5.000 Antworten sein rund um die Themen, die alle Unternehmer betreffen. Die Feedbacks der Teilnehmer und Teilnehmerinnen zeigen eindrucksvoll messbare Resultate: mehr Liquidität, mehr Struktur und ein besseres Verständnis für die eigenen Kennzahlen. Darüber hinaus gibt es umfangreiche Uploads von Videos, Tools und Dokumenten.

„Wir geben Hilfestellung in allen Bereichen des Unternehmertums. Auch angestellte Führungskräfte nehmen unser Angebot wahr“, schwärmt Sascha Driesch. Dabei kommen 90 Prozent der Teilnehmer aus Deutschland, einige aus Österreich und der Schweiz. „Anhand der eingereichten Fragen bereiten wir uns akribisch auf die Meetings vor. Wichtig ist dabei aber auch der Teamaustausch.“ Rund 40 bis 50 Prozent der angemeldeten Unternehmer nehmen jeweils teil. „Wer es nicht schafft, kann sich die Aufzeichnung ansehen.“ Der Unternehmerbaukasten ist definitiv eine Abkürzung zum Erfolg. Aktuell hat Sascha Driesch noch 13 Beteiligungen. Er lebt, wie er sagt, sein zweites Leben. „Das beginnt, sobald man versteht, dass man nur ein Leben hat.“ Diese Weisheit stammt von Konfuzius und ist auch das Lebensmotto seiner Frau Shila. „Ich war an keiner Universität, aber ich habe das Leben studiert“, sagt Sascha Driesch. „Für mich gibt es nur eine Art, glücklich zu sein: Familie und Arbeit miteinander in Einklang zu bringen.“ Das gelingt immer besser, seitdem seine Frau ebenfalls Unternehmerin ist. Sie ist als studierte Betriebswirtin „vom Fach“ und bei allen Veranstaltungen immer am Stand des Unternehmerbaukastens zu finden. „Wir sind einfach ein Dream-Team, weil wir uns perfekt ergänzen.“

UNSERE SPEAKER

Jetstream Members kommen bei den Events in den Genuss, Vorträge hochklassiger Speaker zu erleben. Dabei erhalten sie wertvollen Input und haben auch die Möglichkeit, Fragen an die Hochkaräter stellen zu können. Hier die Speaker der bisherigen Jetstream Events:



Wolfgang Grupp



Stefania lo Gatto



Dr. Reinhard K. Sprenger



Til Schweiger



Moritz Hessel



Michael Mross



Max Otte



Markus Krall



Marc Friedrich

JET STREAM



Koko Petkov



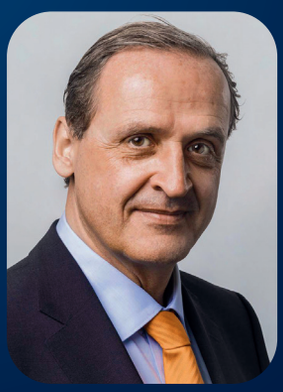
Kai Schimmelfeder



Gleb Tritus



Prof. Dr. Fredmund Malik



Florian Homm



Erdem Nazli



Dominik Kettner



Dieter Bohlen



David Paulson



Daniel Garofoli



Boris Becker



Ben Kühn

„WIR REITEN DIE FORTSCHRITTS-WELLE“

Scheinbar selbstständig denkende Maschinen halten Einzug in die Unternehmenswelt. Das weckt Unsicherheit und Ängste. Viele Firmen sind beim Einsatz der neuen Technik schon durch die schiere Masse an Tools überfordert. MBC testet den Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) im eigenen Unternehmen, um Kunden Empfehlungen zu geben, welche Anwendungen Prozesse optimieren und die Produktivität steigern können.

Künstliche Intelligenz – gehypt, verdammt, bejubelt, verteufelt, überbewertet, unterschätzt. Auf jeden Fall emotional besetzt. „Viele Menschen haben furchtbare Angst, dass KI destruktiv ist, Geschäftsmodelle ruiniert und Arbeitsplätze vernichtet“, sagt Robert Klipp. Der geschäftsführende Gesellschafter von MBC hat dagegen einen sachlichen Blick auf die neue Technologie. „Ich verstehe KI als Chance. Sie stärkt Unternehmen, die lernen, mit ihr umzugehen.“ Selbstverständlich sieht er auch gewisse Risiken. „Aber das sind Themen für 2040 oder vielleicht auch erst 2060.“ Aktuell gehe es vor allem darum, zu verstehen, an welchen Schnittstellen KI am nützlichsten eingesetzt werden könne. Denn: „Niemand kann sie mehr aufhalten. KI wird eine immer größere Rolle in den Arbeitsabläufen von Unternehmen spielen. Also sollten wir sie möglichst effektiv in Prozesse einfügen und uns daran gewöhnen, dass sie Bestandteil unserer Arbeits- und Lebenswelten wird.“

ENORME DATENMENGEN WERDEN GENERIERT

MBC hat sich längst auf den Weg gemacht. „Für uns geht es nicht darum, durch den Einsatz von KI irgendeinen unserer derzeit 66 Arbeitsplätze einzusparen. Wir haben kein Interesse, unseren Copywritern zu kündigen. Im Gegenteil, mithilfe von KI wollen wir sie produktiver machen, damit wir mehr Projekte annehmen können“, betont Robert Klipp. Die Schwierigkeit besteht augenblicklich vor allem darin, sich einen Überblick zu verschaffen – und zu behalten. „Der Markt wird von unendlich vielen KI-Tools kleiner Start-ups überschwemmt“, meint Robert Klipp. Jedes für sich durchaus sinnvoll, aber in der Masse einfach nicht praktikabel. Er ist allerdings sicher, dass die großen Player wie Microsoft, Apple, Google und Adobe nur auf den richtigen Moment warten, die besten Tools in ihre Angebote zu implementieren. „Sie werden ihre Marktmacht nutzen, um Produkte zu optimieren.“

Eine Unannehmlichkeit sieht aber auch der MBC Geschäftsführer, wenn mit KI gewaltig der Output an Texten und Videos vergrößert wird. „Das Internet droht massiv vollgemüllt zu werden, weil KI Inhalte in Rekordzeit produziert. In jeder Sekunde entsteht eine enorme Vielzahl neuer Datenmengen.“ Also braucht es schon deshalb KI, um diese Datenmengen zu bewältigen? „Vielleicht. Vor allem aber erzeugt KI eine gigantische Fortschrittswelle. Ich bin ein großer Freund davon, diese Welle zu reiten“, meint der Autor des im November 2022 erschienenen Buches „Milliardengrab Agenturdienstleistung“ (www.agenturdienstleistung.com). Die entscheidende

„ICH VERSTEHE KI ALS CHANCE. SIE STÄRKT UNTERNEHMEN, DIE LERNEN, MIT IHR UMZUGEHEN.“



MBC GESCHÄFTS-
FÜHRER ROBERT KLIPP
SIEHT GROSSE
CHANCEN IM EINSATZ
KÜNSTLICHER
INTELLIGENZ

Frage lautet natürlich: Wie? Eine Schwierigkeit besteht darin, mit der ungeheuren Geschwindigkeit der Entwicklung Schritt zu halten. Robert Klipp vergleicht sie mit einer anderen Jahrtausenderfindung: „Autos benötigten hundert Jahre, um ihren heutigen Entwicklungsstand zu erreichen. KI wird einen ähnlich weiten Sprung in höchstens zehn Jahren bewältigen.“ Also? „Wer nicht mit der Zeit geht, wird mit der Zeit gehen, und wer seine Zukunft nicht aktiv steuert, steuert in eine ungewisse Zukunft“, zitiert Robert Klipp den bekannten Versandhausunternehmer Josef Neckermann.

„WIR EMPFEHLEN LÖSUNGEN, DIE EINEN DEUTLICH MESSBAREN NUTZEN HABEN.“

MBC hat eine klare Strategie, um KI positiv, effizient und produktiv zu nutzen. „Wir setzen uns jetzt mit dem Thema auseinander.“ Längst ist MBC selbst zum Forschungslabor für den Umgang mit KI geworden. Es wird getestet, ausprobiert, verworfen und für gut befunden. „Das ist ein fließender Prozess.“ Was kann KI besonders exzellent, wozu taugt sie weniger? „Auswertungen von Kennzahlen in Marketing und Sales laufen mit KI besonders effektiv. Ebenso die Erstellung von Tabellen in der Finanzbuchhaltung sowie alle Arten von Analysen“, zählt Robert Klipp auf. Weitere Einsatzfelder: Grafikdesign, Kundenkommunikation, CM-Lösungen und Texterstellung. „Ich rechne auch damit, dass unsere Telefonanlage ab 2025 oder 2026 von einer KI gesteuert wird.“ Kunden profitieren von den MBC Selbstversuchen. „Wir empfehlen grundsätzlich nur Lösungen, die bei uns funktionieren und einen deutlich messbaren Nutzen haben.“ Auf diese Weise können Unternehmen sicher sein, bei ihrem Start mit KI-Tools keine unheilvolle Bruchlandung hinzulegen. Denn die Einsatzmöglichkeiten sind breit gestreut und erweitern sich praktisch stündlich.

EINE KI-MASTERCLASS BRINGT UNTERNEHMEN DEN UMGANG MIT KI NÄHER

Heute lässt sich bereits brillante Programmierleistung über Chat GPT 4 abrufen. Selbst Laien können inzwischen mit relativ geringem Aufwand funktionale Apps erstellen, wenn sie bereit sind, sich in den Umgang mit künstlicher Intelligenz einzuarbeiten. „Die Herausforderung besteht darin, der KI die richtigen Anweisungen zu geben“, meint Robert Klipp. „Das sogenannte Prompten oder Prompting erfordert ein hohes Verständnis maschineller Strukturen.“ Denn die Qualität der Frage an eine KI bestimmt die Qualität ihrer Antwort. Interessanterweise mogelt sich bei unpräziser Anfrage auch eine KI um eine genaue Antwort herum. Anstatt eine geeignetere Frage zu erbitten, speist sie ihren menschlichen Gesprächspartner mit allgemeinen, nichtssagenden und im Zweifel falschen Aussagen ab. „Das ist wie bei einem kleinen Vogel, der aus dem Nest fällt. Wer ihn aufziehen möchte, darf ihn nicht nur mit Mehlwürmern aus dem Angelgeschäft füttern, sondern muss ihn mit den vielfältigen Angeboten an Würmern und Insekten aus der Natur versorgen“, erklärt Robert Klipp. „Ähnlich müssen wir auch die KI richtig füttern, um eine leistungsfähige Einheit heranzuziehen.“ MBC setzt dabei auf Input von außen. „Wir schaffen eine neue Position, um KI in Zukunft optimal einzusetzen.“ Aufgabe des Stelleninhabers wird es sein, das Unternehmen gründlich zu scannen und ausfindig zu machen, an welchen Schnittstellen KI sinnvoll eingesetzt werden kann. Dazu bedarf es eines technischen Verständnisses



„DIE HERAUSFORDERUNG BESTEHT DARIN, DER KI DIE RICHTIGEN ANWEISUNGEN ZU GEBEN.“

und einer gehörigen Portion Fantasie. Denn an der Vorstellungskraft, wo genau KI besonders nützlich sein kann, scheitern Unternehmen oftmals. Der Umgang mit KI ist noch dermaßen neu, dass kaum jemand auch nur ansatzweise ahnt, welche Anwendungen mit ihr möglich sein können.

„Dementsprechend suchen wir einen Chancenseher, der unser Team bereichert und von dem unser gesamtes Unternehmen lernen kann." Das darf natürlich auch ein Quereinsteiger sein, der sich zum Beispiel als Blogger oder YouTuber mit dem Thema KI beschäftigt und sich schon einen Namen gemacht hat. „Wichtig ist, dass er das Zeug dazu mitbringt, unser Verständnis für den Umgang mit KI zu schärfen", betont Robert Klipp. Die neue Position soll eine Brücke schlagen und ausloten, wie viel mehr an zusätzlichem Output für die Firma insgesamt möglich ist und welche Erkenntnisse an Kunden weitergegeben werden können.



Denn Kunden verlangen immer mehr nach Wissen über den Umgang mit KI. Um den aktuellen Wissensdurst zu stillen, gibt es eine neue KI-Masterclass von Dirk Kreuter. Der Onlinekurs erläutert die wichtigsten Fragen und Regeln für ein Verständnis der Funktionsweise von KI und ihre Einsatzmöglichkeiten. Er wird fortwährend mit neuen Videos ergänzt, sodass er stets auf dem neuesten Stand ist. Immerhin legt die Entwicklung der KI ein enormes Tempo vor, mit dem es Schritt zu halten gilt. Die Anregung für die KI-Masterclass kam aus dem Mentoring Programm von Dirk Kreuter. Denn das Thema KI brennt vor allem dem Mittelstand unter den Nägeln. Zumal sie eine zusätzliche Methodik für Unternehmen ist, um schneller und wirksamer zu agieren.

MBC: DAS BESTMÖGLICHE MARKETING FÜR GUTE PRODUKTE

Doch Robert Klipp warnt ausdrücklich vor überstürztem Handeln beim Einsatz von künstlicher Intelligenz. „KI bedeutet nicht Wahrheit!" Zwar werde die Quantität durch den Einsatz von KI recht schnell erhöht, nicht aber in gleicher Weise die Qualität. „Unsere Copywriter checken zum Beispiel jeden Text einer KI auf Plausibilität. Wir benötigen diesen Qualitätscheck, weil wir den Ergebnissen der künstlichen Intelligenz noch nicht zu hundert Prozent vertrauen dürfen." Zum einen muss der Mensch erst lernen, der Maschine die richtigen Fragen zu stellen. Zum anderen kommt es darauf an, der Maschine korrekte Informationen zur Verfügung zu stellen. Diese Voraussetzung ist aufgrund der Menge an fehlerhaften Daten im Internet nicht unbedingt gegeben. „Deshalb lassen wir uns zwar von KI zuarbeiten, werfen aber immer ein wachsames Auge auf ihre Leistungen und haben das letzte Wort, bevor Ergebnisse von künstlicher Intelligenz in unsere Arbeit einfließen."

Entwicklung und Einsatz von KI sind ein Prozess, der gerade mittelständischen Unternehmen viel Kraft abverlangt. Deshalb sieht sich Robert Klipp mit MBC als Ideengeber für Kunden. „Wir arbeiten am Puls der Zeit, investieren in Testabläufe, schätzen ein, was wirklich funktioniert und Umsatz steigert." Als Agentur für den Mittelstand stellt sich MBC täglich der Aufgabe, Marketing für Unternehmen so gut zu machen, wie es ihre Produkte verdienen. Dazu gehört auch Expertise im Umgang mit KI. „In ein, zwei Jahren wird dieses Thema noch einmal richtig Aufschwung bekommen. Dann werden wir sehr gut vorbereitet sein – und mit uns unsere Kunden", verspricht Robert Klipp.

KUNDEN SIND GÄSTE – GÄSTE SIND BESSERE KUNDEN

Auf den ersten Blick sind Maklerbüro und Luxushotel zwei grundverschiedene Welten. Doch nicht in den Augen von Benjamin Dau. Der 37-jährige Unternehmer aus Oldenburg fühlt sich in beiden Universen heimisch und verbindet sie auf ungewöhnlich kreative Weise für sein Business.

Die Geschichte beginnt mit der Ausbildung. „Mein Vater bestand darauf, dass ich eine Ausbildung zum Hotelfachmann absolviere“, erinnert sich Benjamin Dau. Glücklich war er darüber nicht. Aber der Senior blieb stur: „Wenn Du verkaufen möchtest, musst Du lernen, wie Menschen ticken. Das lernst Du am besten im Hotel, wo sie sich heimisch fühlen.“ Dau machte fortan Betten, putzte Zimmer, servierte Essen, arbeitete am Empfang – und beobachtete die Gäste ganz genau. Wie sein Vater vorausgesagt hatte, war das Vier-Sterne-plus-Hotel Seeschlösschen Dreibergen in Bad Zwischenahn eine gute Schule. „Ob Millionär oder gutbürgerlich, alle möchten gleich gut behandelt werden. Die Gäste/Kunden sollen das Hotel glücklicher verlassen, als diese gekommen sind.“ So der Anspruch. Schon der berühmte Hotelier Lorenz Adlon erkannte 1907 die große Bedeutung von Emotionen beim Verkaufen. Lorenz Adlon ist der Gründervater des vielleicht bekanntesten Berliner Hotels, dessen Name für Luxus, höchsten Komfort und internationalen Glanz steht. Mehr als 80 Prozent der Wiederkehrer in gut geführten Hotels bestätigen den Wohlfühlfaktor als großen Treiber des Geschäfts.

DER FÜNF-STERNE-IMMOBILIENMAKLER

Mit sämtlichen Instrumentarien der Luxushotellerie im Gepäck gründete Benjamin Dau die Mayer & Dau Immobilien GmbH.

„OB MILLIONÄR ODER GUTBÜRGERLICH, ALLE MÖCHTEN GLEICH GUT BEHANDELT WERDEN. DIE GÄSTE/KUNDEN SOLLEN DAS HOTEL GLÜCKLICHER VERLASSEN, ALS SIE GEKOMMEN SIND.“

„UNSERE VISION IST ES, DER ARBEIT VON HEUTE UND MORGEN WIEDER EINE FÜNF-STERNE-BEDEUTUNG ZU VERLEIHEN.“

BENJAMIN DAU BETRACHTET LUXUSHOTELS ALS VORBILDER FÜR UNTERNEHMEN



Dabei blieb es nicht. Im Laufe der Jahre folgten eine Unternehmensberatung, eine Marketingagentur, ein Architekturbüro sowie ein Baugeschäft. „Alles zahlt auf dieselbe Marke ein“, sagt Dau. „Wir bieten umfassenden Service aus einer Hand.“ Zusammengefasst wird dieser Ansatz im hauseigenen Immobilienhotel im niedersächsischen Rastede. „Dort übernachten keine Gäste, sondern Käufer werden individuell und sehr persönlich betreut.“ Der Gedanke ist so neu wie kreativ. „Wir verstehen uns als Fünf-Sterne-Immobilienmakler.“ Analog zur bekannten Hotelbewertung.

Die Unternehmensberatung Bedeutungswerk, ursprünglich gegründet, um das eigene Geschäft mit Immobilien operativ und strategisch zu begleiten, bietet ihre Dienstleistung inzwischen auch anderen Firmen an. „Unsere Vision ist es, der Arbeit von heute und morgen wieder eine Fünf-Sterne-Bedeutung zu verleihen“, erklärt Benjamin Dau. Mit den Instrumenten der Luxushotellerie: Achtsamkeit,

Aufmerksamkeit, Verbindlichkeit und Freundlichkeit gepaart mit Zielstrebigkeit. „Dafür muss ein Unternehmen seine Kunden wirklich gut kennen." Für ein Autohaus hat die Beratung das Kundenverhalten analysiert. Dabei fiel auf, dass in jedem Wagen immer die Mittelkonsole geöffnet wird. „Ausnahmslos alle Kunden machen das. Niemand weiß, weshalb." Das Autohaus nutzt dieses Wissen inzwischen und versüßt die Neugier seiner Kunden mit einer kleinen Schokolade. „Dadurch hat der Verkäufer einen positiven Gesprächsopener, denn er fragt zuerst, wie die Nascherei geschmeckt hat."

> „ACHT VON ZEHN KUNDEN GEHEN ZU IHREM FRISEUR, WEIL SIE SICH DORT WOHLFÜHLEN, DER GUTE HAARSCHNITT WIRD VORAUSGESETZT."

POSTKARTEN SIND EIN GUTES VERKAUFSARGUMENT

Dieses Prinzip beherzigt Benjamin Dau auch beim Makeln. „Wir überlegen ganz genau, auf welchen Wegen wir unsere Kunden durch ein Haus führen und wann wir ihnen welche Highlights zeigen. Da überlassen wir nichts dem Zufall." Außerdem erhalten die Kunden zu jedem Geburtstag eine Glückwunschkarte. Doch nicht nur zu ihrem eigenen Wiegenfest, sondern auch zum Kauftag ihres Hauses. Eine sympathische Geste, mit der die Maklerfirma den Kundenkontakt hält.

Überhaupt: Postkarten. „Die sind vielleicht altmodisch", räumt Benjamin Dau ein, „strahlen aber eine enorme Verlässlichkeit und Wertigkeit aus." Zumindest bei der Generation 50/60 plus, die er erreichen möchte. „Unser erfolgreichster Flyer bestand aus einer Postkarte, die einer Zeitung beilag. Obwohl darauf auch unsere Telefonnummer und Mailadresse sowie die Internetseite abgedruckt war, entschieden sich die meisten Interessenten dafür, zur Kontaktaufnahme die Postkarte an uns zu senden." Auch wenn sie dafür extra zum Postkasten gehen und eine längere Laufzeit in Kauf nehmen mussten. „Eine Postkarte ist halt eine handfeste Sache in unserer schnelllebigen Zeit", kommentiert Benjamin Dau.
Die SOS-Funktion stammt auch aus der Luxushotellerie – Save Our Service stellt sicher, dass, wenn dem Unternehmen ein Missgeschick passiert, jeder mit Arbeit sofort handeln kann und dem Kunden etwas Gutes tun soll.

DURCH BERATUNG ZUM OPTIMALEN OBJEKT

Noch eines hat aus seiner Sicht immense Bedeutung: „Glücksmomente." Deshalb sei es äußerst wichtig, sich um die Kundenzufriedenheit zu bemühen. Die entstehe durch Vertrauen und ein starkes Gefühl der Zugehörigkeit. „Acht von zehn Kunden gehen zu ihrem Friseur, weil sie sich dort wohlfühlen, der gute Haarschnitt wird vorausgesetzt", betont Benjamin Dau. Es gehe ihnen um das Erlebnis Kaufen. Das möchte auch er für seine Kunden schaffen. Deshalb veranstaltet sein Unternehmen mehrere Kundenveranstaltungen, an denen jedes Jahr Tausende Kunden als Gäste teilnehmen. „Die grundlegenden Bedürfnisse sind noch dieselben wie vor 50 Jahren", meint er. „In unserer digitalen Welt ist das Gefühl Kaufen aber ein wenig verloren gegangen." Deshalb setzt Benjamin Dau auf persönlichen Kontakt. „Wir bereiten uns darauf vor, indem wir im Team Antworten auf zehn Fragen überlegen, die Kunden stellen könnten. Mit fünf Fragen liegen wir meist richtig." Durch die gedankliche Auseinandersetzung im Vorfeld eines Besichtigungstermins und ein aktives Gespräch währenddessen erschließt sich den Maklern ein Bild der Kundenwünsche. „Oft kennen sie ihre Ansprüche selbst noch nicht zu 100 Prozent." Erst durch gute Beratung finden viele das optimale Objekt.



Über seinen Ansatz, die Mechanismen der Luxushotellerie auf andere Unternehmen zu übertragen, hat der Unternehmer ein Buch geschrieben: „Der Immobilienmakler. Verkaufen wie die Luxushotellerie" (BoD 2022, 120 Seiten, 19,99 Euro). Außerdem spielt er eine Hauptrolle in der Amazon-Prime-Serie „Berater – Leben auf der Überholspur". Es geht um die Lösung von Herausforderungen realer Projekte. Natürlich kommt auch dabei sein innovativer Ansatz zur Anwendung. „Wer das Denken der Luxushotellerie verinnerlicht, kann nichts falsch machen", ist Benjamin Dau überzeugt.

Dirk
Kreuter | Borgmeier
Public Relations GmbH

Wir verlieren nicht gegen den Wettbewerb, wir verlieren gegen unsere Unbekanntheit!



Sichere dir jetzt einen Termin!

„HALTET GEGEN EURE FEINDE ZUSAMMEN!“



BEKANNT WURDE ER MIT KASSENSCHLAGERN WIE „MANTA, MANTA“, „DER BEWEGTE MANN“ UND „KNOCKIN‘ ON HEAVEN’S DOOR“. DOCH TIL SCHWEIGER IST MEHR ALS EIN BEGNADETER SCHAUSPIELER. ER MACHTE SICH AUCH EINEN NAMEN ALS PRODUZENT, REGISSEUR UND GESCHÄFTSMANN. IN DIESEM JAHR WIRD DER ALLROUNDER 60 JAHRE ALT.

Jetstream traf den kommerziell erfolgreichsten deutschen Filmschaffenden anlässlich seines Keynote-Vortrags beim Members Meeting in Dubai zu einem Gespräch über Karriere, Neider, künftige Projekte und die Philosophie des fortwährenden Wachstums.



INTERVIEW MIT SCHAUSPIELER, REGISSEUR UND PRODUZENT Til Schweiger

Til, Du bist neben dem Filmgeschäft auch in anderen Branchen aktiv. Was machst Du alles?
Da ist zunächst natürlich meine Barefoot Films GmbH. Mit Barefoot Home bin ich bald in der Fertighausbranche. Da geht es um Architektur zum Wohlfühlen. Holzbau, natürliche Baustoffe und natürlich energieeffizient. Ich mache nur Sachen, hinter denen ich zu hundert Prozent stehe. Wie mein Barefoot Boat. Darauf bin ich wirklich sehr, sehr stolz. Ich habe es als Außen- und Innenarchitekt für die private Reederei Wurm & Noé gestaltet, die über insgesamt 14 Schiffe verfügt. Das Markenzeichen des Bootes ist mein ganz eigener Stil. Inspiriert vom zwanglosen Lebensgefühl Malibus und dem naturverbundenen Chic der amerikanischen Ostküste, kombiniert mit mediterraner Leichtigkeit. Wir haben die ehemalige MS Johanna im Jahr 2020 umgebaut. Jetzt ist es das schönste Passagierschiff in ganz Europa. Im Lizenzgeschäft fährt es zwischen Linz und Regensburg. Als neues Projekt kommt bald das Til-Schweiger-Fertighaus. Auch ein Lizenzgeschäft.

Du scheinst ein gutes Gespür für Geschäfte zu haben. Alles, was Du anpackst, wird zu Gold. Hat irgendetwas für Dich als Unternehmer nicht funktioniert?
In Hamburg habe ich ein Restaurant eröffnet. Das entwickelte sich zu einem einzigen Alptraum, weil ich den falschen Leuten vertraut habe. Freunde, die sich in der Branche auskennen, rieten mir noch ab. Sie meinten nachdrücklich: „Don't do it!" Aber ich war so verliebt in diese Idee, dass ich den Schritt einfach wagen musste. Komplett von meinem eigenen Geld finanziert. Aber ich bin nun einmal kein Gastronom und habe mir die Finger an dieser Sache verbrannt. Anscheinend musste ich auf dem harten Weg lernen, was der Spruch bedeutet: „Schuster, bleib' bei Deinen Leisten." Letztlich konnte ich das Projekt an einen Nachfolger verkaufen.

Du giltst als einer der reichsten Filmschaffenden in Deutschland mit einem Vermögen von angeblich rund 150 Millionen Euro. Wie bist Du so erfolgreich geworden?
Also zunächst: Diese Listen stimmen alle nicht. Das mit den 150 Millionen ist absoluter Quatsch. Aber ich scheue mich nicht wie andere, kommerzielle Filme zu machen. Das begann schon mit meinem Engagement in der Lindenstraße und setzte sich mit „Manta, Manta" fort. Kollegen meinten, wenn Du diesen Film machst, nimmt Dich keiner mehr ernst. Das ist meines Erachtens das falsche Denken. Ich habe ein Gespür für Filme, die ein breites Publikum erreichen. Bei den Eliten ist Mainstream immer negativ behaftet. Nach dem Motto: Was



einer breiten Masse gefällt, kann denen nur gefallen, weil sie dumm sind. Das war schon immer so im deutschen Kino. Da werden nur die sogenannten Autorenfilme anerkannt. Es gibt das Oberhausener Manifest von 1968, getragen von den wichtigsten deutschen Arthousefilmern der damaligen Zeit. Darin findet sich der bezeichnende Satz: „Wenn ein Film mehr als 1.000 Kinobesucher hat, haben wir etwas falsch gemacht." Ich halte das für Blödsinn. Mit meinen Filmen will ich alle erreichen. Nur auf diese Weise bin ich erfolgreich.

> „MIT MEINEN FILMEN WILL ICH ALLE ERREICHEN. NUR AUF DIESE WEISE BIN ICH ERFOLGREICH."

Was passierte nach „Lindenstraße" und „Manta, Manta"? Wie hat sich Deine Persönlichkeit entwickelt, um zu dem Til Schweiger zu werden, den wir alle kennen?

Der große Produzent Bernd Eichinger hat sich von Anfang an in mich verliebt. Seinetwegen habe ich überhaupt „Manta, Manta" gedreht. Eichinger war der einzige deutsche Produzent, der nach Hollywood-Muster dachte und ein großes Publikum erreichen wollte. Deshalb hat er auch viele Filme in Amerika produziert. Aus diesem Grund war es für mich ein „no brainer", als ich das Angebot für „Manta, Manta" bekam. Allerdings war das nur der Anfang. „Der bewegte Mann" kam dann noch. Regisseur Sönke Wortmann wollte mich dafür allerdings noch nicht einmal zum Casting einladen. Er hatte drei andere Schauspieler im Kopf. Aber Produzent Bernd Eichinger hat insistiert. „Ich erwarte nicht von Dir, dass Du Schweiger besetzt", hat er Wortmann gesagt, „aber ich will, dass Du ihn castest. Wenn Du ihn dann nicht magst, ist das für mich in Ordnung." Der Rest ist bekannt. Ich wurde von dem Caster Horst D. Scheel besetzt und spielte den Axel Feldheim. Aber ohne Bernd wäre ich nie zu der Rolle gekommen. Danach habe ich sofort gesagt, ab jetzt mache ich meine eigenen Filme.

Also war Bernd Eichinger Dein Mentor. Wie hast Du ihn kennengelernt?

Persönlich erst auf der Premiere von „Manta, Manta". Er flog mit einem Helikopter ein. Ich dachte mir: „Hey, sind jetzt alle Filmpremieren so in Deutschland?" Bernd Eichinger und ich kamen vom ersten Moment an gut miteinander klar. Aber dann führten unsere Wege auseinander.

Hast Du schon einmal mit einem Coach zusammengearbeitet oder Dir Videos von einem Coach reingezogen?

Ich hatte für meinen ersten englischsprachigen Film einen sogenannten Dialogcoach. Das war eine verkappte, frustrierte Schauspielerin, die es selbst weder auf der Bühne noch im Film geschafft hat. Die sollte mit mir an den Dialogen, der richtigen Aussprache und so weiter arbeiten. Aber die ganze Zeit über hat sie versucht, mir beizubringen, wie ich meine Rolle ihrer Meinung nach spielen sollte. Statt an den Dialogen



Der Erfolgsschauspieler mit Dirk Kreuter auf der Bühne beim Jetstream Members Meeting in Dubai

zu feilen, musste ich ihr jede Szene vorspielen und sie hat mich pausenlos kritisiert. Das nervte gewaltig. Irgendwann habe ich sie gefragt: „Sag mal, wer bist Du eigentlich?“ Wir haben sie schließlich rausgeworfen und nie wieder von ihr gehört. Das ist bisher meine einzige Erfahrung mit Coaching.

Geld ist Dir nicht besonders wichtig, habe ich gelesen. Hast Du trotzdem geschäftliche Ziele? Gibt es Pläne für kommende Projekte?
Ich hoffe, dass ich weiter die Chancen, die sich mir bieten, entdecke. Das ist ganz wichtig. Allzu oft bekommt man Chancen und läuft unaufmerksam an denen vorbei. Aber es gibt nicht die eine Traumrolle, die ich unbedingt spielen wollte, wie beispielsweise Romeo oder einen General. Ich habe auch nicht das Ziel, einen Oscar zu gewinnen oder ein Unternehmen mit 20.000 Mitarbeitern aufzubauen.

Journalisten arbeiten sich an Dir ab und Du beklagst Dich darüber, dass sie Deinen Erfolg nicht richtig würdigen. Wie gehst Du mit der kritischen Öffentlichkeit um?
Ich habe mich oft darüber geärgert, wie ich zum Teil abgestempelt und behandelt werde, weil ich es als ungerecht empfinde, aber ich leide nicht darunter. Irgendwann habe ich das Spiel halt durchschaut. Egal, was ich mache, ich gewinne bei manchen Journalisten keinen Blumentopf. Wenn ich etwas Neues auf die Beine stelle, ist das immer Scheiße aus Prinzip. Weil sie missgünstig sind und neidisch. Das habe ich dann irgendwann auch gesagt. Seitdem gibt es Voraufführungen meiner Filme nur noch in sehr kleinem Kreis. Natürlich kommt das bei den Medien nicht gut an. Das war mir vorher klar. Aber da mache ich keine Kompromisse. Kritik ist in Ordnung, ungerechte Behandlung nicht. Dann kommen eben Schlagzeilen wie „Er ist in seine Finca geflüchtet“. Ist mir egal. Ich sage trotzdem meine Meinung.

Arbeitest Du im Moment an neuen Filmen?
Ich rede nur über meine Projekte, wenn ich sicher weiß, ich mache den Film. Schließlich bin ich keine Labertasche. Aber es gibt Stoffe, an denen ich zurzeit arbeite und die ich gerne machen würde. Ein Drehbuch für einen deutschen Film ist bereits recht konkret. Andere Projekt müssen erst noch finanziert werden.

Du arbeitest mit einem Vermögensberater zusammen. Nach welchen Kriterien hast Du den ausgewählt?
Ich habe ihn über viele Jahre kennengelernt und mir lange angeschaut. Menschlich mag ich ihn unheimlich. Außerdem hat er erfolgreich mit vermögenden Leuten zusammengearbeitet, die ich gut kenne. Alle waren superglücklich mit dem, was er gemacht hat.

Hast Du einen Anlegertipp für unsere Leser?
Wie soll ich Euch denn einen Anlagetipp geben? Das wäre unter Dirk-Kreuter-Leuten ja wie Eulen nach Athen tragen. Aber eines kann ich tatsächlich sagen: Man sollte kein eigenes Geld in Sachen investieren, von denen man keine Ahnung hat. Das ist der Tipp. Wenn ich den selbst beherzigt hätte, wäre ich näher an den 150 Millionen, die im Netz kursieren. Mit dem Restaurant habe ich leider echt viel verloren.

Dirk Kreuter ist der festen Überzeugung, wenn ein Unternehmen nicht wächst, dann ist es nicht gesund und stirbt irgendwann. Was hältst Du von dieser Philosophie?
Da ist was dran. Obwohl ich nicht weiß, ob das auch auf Filmproduktionen zutrifft. Man kann so etwas leicht überdehnen. Aber hier sitzen ja lauter erfolgreiche Leute. Die wissen schon, was sie machen. Vor allem ist es wichtig, sich gegenseitig zu unterstützen. Nicht neidisch auf andere sein, sondern mit ihnen kooperieren. Voneinander lernen. Feinde lauern sowieso überall. Haltet zusammen, damit sie euch nichts anhaben können.



Til Schweiger im Interview mit Chefredakteur Carsten Borgmeier

„FINANZIELLE FREIHEIT KANN JEDER ERWERBEN“



FINANZEXPERTE MORITZ HESSEL: WER IN AKTIEN INVESTIEREN WILL, SOLLTE ZUERST IN GRUNDLEGENDES WISSEN INVESTIEREN

Nirgends versammeln sich so viele Amateure wie im Investmentbereich. Davon ist Moritz Hessel zutiefst überzeugt. Alle glauben, mitreden und richtig investieren zu können. Doch auch der Umgang mit Aktien will gelernt sein. Dabei haben private Anleger durchaus Chancen, Experten zu werden. Mit Zeit, Wissen und der richtigen Anlage-strategie.

„Viele Anleger geben zu schnell auf“, glaubt Moritz Hessel. „Sie überschätzen, was an der Börse in einem Jahr zu erreichen ist, und unterschätzen die Wirkung der Zeit bei einem Anlagehorizont von zehn Jahren.“ Der 29-Jährige, der Vorstandsmitglied bei der Total Return Capital AG, Spiegel-Bestseller-Autor und Long-Short-Investor ist, hält es zwar für nahezu unmöglich, kontinuierlich und in jeder Marktphase die Kursentwicklungen akkurat vorherzusagen. Doch durch Branchen- und Unternehmensanalysen lasse sich ein Investment-Portfolio ständig optimieren. „Das bedeutet aber, sich für die eigenen Finanzen Zeit zu nehmen und auf ein paar Freizeitaktivitäten zu verzichten“, meint der Experte. „Viele Menschen sind dazu nicht bereit.“ Nur rund zehn Prozent der Deutschen investieren überhaupt in Aktien. Die meisten Sparer vertrauen lieber ihrem Bankberater und kaufen die von ihm empfohlenen Anlageprodukte. „Davon rate ich unbedingt ab, denn rund achtzig Prozent der Fondsmanager schlagen den Index nicht.“ Durch unzureichende Beratung bleibe leider sehr viel Geld für die Leute auf der Strecke.



„BEIM THEMA INVESTIEREN DENKT JEDER, ER KANN SOFORT LOSLEGEN. ABER DER ERSTE UND WICHTIGSTE SCHRITT IST, IN SICH SELBST ZU INVESTIEREN UND FINANZWISSEN ZU ERWERBEN.“

BÜCHER ÜBER FINANZWISSEN FÜR EINSTEIGER

Moritz Hessel weiß, wovon er spricht. Seine Leidenschaft für die Börse begleitet ihn seit der frühen Jugend. Inzwischen berät er seit knapp einem Jahrzehnt Privatpersonen, Unternehmen, Spitzensportler, Family Offices und Stiftungen zur Vermögenssicherung, Asset-Allocation und Krisenvorsorge. Bis November 2021 verantwortete er den Florian Homm Long & Short Börsenbrief als Head of Research. Darüber hinaus beriet er einen prämierten Offshore-Hedgefonds als Adviser. Mit seinen privaten Depots erzielte der Portfoliomanager mehrere Jahre Überrenditen im Vergleich zum Markt. „Zu meinen Kernaufgaben zählen die Total-Return-Strategie (Long-Short-Equity) sowie Rohstoffe und Edelmetalle“, beschreibt er seine Kompetenzen. „In allen Marktphasen Rendite zu erzielen, hat für mich höchste Priorität.“ Im vergangenen Jahr veröffentlichte Moritz Hessel gemeinsam mit Florian Homm das Buch „Die Prinzipien des Wohlstands“ (Finanz-Buch Verlag, 464 Seiten, 25 Euro). Darin beschreiben die beiden Autoren den Vermögensaufbau mit einer langfristigen und nachhaltigen Anlagestrategie. „Beim Thema Investieren denkt jeder, er kann sofort loslegen. Aber der erste und wichtigste Schritt ist, in sich selbst zu investieren und Finanzwissen zu erwerben“, betont Moritz Hessel. „Die meisten Leute machen sich mehr Gedanken über einen neuen Kühlschrank als über ihre Aktien.“ Dabei lasse sich mit den richtigen Büchern das grundlegende Handwerkszeug in nur ein bis zwei Jahren selbstständig erwerben. Zum Start empfiehlt Moritz Hessel neben seinem eigenen Buch die Werke „Der Börse einen Schritt voraus“ von Peter Lynch (Börsenbuchverlag, 384 Seiten, 17 Euro), „The Psychology of Money“ von Morgan Housel (Harriman House, 20 Euro) sowie „100 Baggers“ von Christopher Mayer (Laossez-Faire Books, 224 Seiten, 11,80 Euro).



AKTIEN VON UNTERNEHMEN KAUFEN, DIE IM EIGENEN LEBEN EINE ROLLE SPIELEN

Natürlich macht es einen Unterschied, ob sich jemand hauptberuflich den ganzen Tag mit Investments beschäftigt oder lediglich drei bis vier Stunden pro Woche. Aber ein wichtiger Grundsatz gilt für Profis und Laien gleichermaßen: „Ich muss verstehen, was ich kaufe." Das bedeutet einmal mehr, sich Zeit für Investments zu nehmen, um sie möglichst tiefgreifend kennenzulernen. Moritz Hessel gibt ein Beispiel: „Seit zwölf Jahren habe ich Aktien von Amazon in meinem Depot. Ihr Wert hat sich vervielfacht. Voraussichtlich werde ich sie noch weitere zehn Jahre halten." Da Onlinehandel weltweit immer wichtiger werde, seien die Chancen langfristig sehr viel größer als die Risiken. Eine Markteinschätzung, die auf Wissen beruht. „Viele Anleger realisieren Gewinne gerade aus Unwissenheit viel zu früh", glaubt Moritz Hessel. Doch wie sollte man konkret mit dem Vermögensaufbau starten? „Ich rate jedem, global zu investieren." Die erste Überlegung ist dabei die Frage nach dem Anlagehorizont. „Wer sein Geld zwanzig bis dreißig Jahre für sich arbeiten lassen kann, sollte passiv investieren und den Zinseszinseffekt mitnehmen." Dafür bedürfe es einer gewissen Geduld und gelegentlich einer Optimierung des Depots. „Eine gute Idee ist es, Aktien von Unternehmen zu kaufen, die man aus dem eigenen Leben kennt." Wie Amazon-Anteile. „Denn die schätzt man meistens ganz richtig ein."

> „EINE GUTE IDEE IST ES, AKTIEN VON UNTERNEHMEN ZU KAUFEN, DIE MAN AUS DEM EIGENEN LEBEN KENNT."

EINE WATCHLIST MIT UNTERNEHMEN FÜR ZUKÜNFTIGE INVESTITIONEN

Die Realität sieht anders aus. „Rund 90 Prozent der Anleger investieren in Aktien, zu denen sie überhaupt keine eigene Meinung haben", schüttelt Moritz Hessel den Kopf. „Sie kaufen, weil der Titel gerade gefragt ist und auch von vielen anderen gekauft wird." Natürlich spielt Psychologie dabei oft eine große Rolle. „Die Leute erwerben Wertpapiere meist auf ihrem Allzeithoch und verkaufen am Tiefpunkt." Weshalb ist das so? „Angst lähmt", warnt der Experte. „Wenn alles gut läuft, schauen viele fünfmal am Tag in ihr Depot und erfreuen sich am Kursanstieg. Sobald es nach unten geht, beschäftigen sie sich aus Frust und Angst nicht mehr mit ihren Werten." Ein großer Fehler. „Das führt zu hoher Unsicherheit und Panikverkäufen." Deshalb rät Moritz Hessel: „Der beste Zeitpunkt für den Ankauf von Aktien ist erreicht, wenn man nicht mehr ins Portfolio schauen will." Ein Beispiel für unstetige Kursentwicklungen durch große Schwankungen ist die Meta-Aktie. Vor einem Jahr stand sie bei 330 Dollar, fiel dann binnen kurzer Zeit auf 85 Dollar, um inzwischen wieder bei 300 Dollar zu stehen. „Eine seltene Gelegenheit, das eigene Portfolio mit kleinem Geld aufzuwerten", meint Moritz Hessel. Doch wie entdecken Anleger solche Chancen in einem unübersichtlichen Markt? „Ich führe eine Watchlist mit Unternehmen, die ich kenne und bewerten kann", erklärt der Portfoliomanager. „Dadurch erkenne ich sofort, wenn der Markt in Bewegung gerät, und kann darauf angemessen reagieren." Moritz Hessel weiß, dass es nahezu unmöglich ist, kontinuierlich und in jeder Marktphase Kursentwicklungen akkurat vorherzusagen. „Ich setze meine Energie lieber für die ständige Optimierung eines Investment-Portfolios ein, indem ich Stück für Stück durch Branchen- und Unternehmensanalyse gute Long- und Short-Kandidaten finde." Er strebe danach, Über- und Untertreibungen im Markt zu erkennen und gleichzeitig den fairen Wert einer Anlage einzuschätzen. Das ist seine Total-Return-Strategie. „Der Mix aus Long- und Short-Positionen weist dabei insgesamt ein gutes Chancen-Risiko-Verhältnis auf." Deshalb stelle er sich selten die Frage nach dem perfekten Timing.



Mehr erfahren auf
linktr.ee/moritz.hessel

FÜR DIE ZUKUNFT GERÜSTET IST, WER SICH MIT DEM THEMA FINANZEN AUSEINANDERSETZT

Das funktioniert auch in Krisenphasen. „Aktuell lassen sich in allen Assetklassen historische Höchststände verzeichnen. Gleichzeitig befinden wir uns in politisch unsicheren Zeiten." Eine solche Entwicklung gebe es nach seiner Beobachtung einmal in jedem Jahrzehnt. „Alle hundert Jahre steigt eine neue Weltmacht empor." Jetzt gerade strebe Asien nach vorne. „Dort wird bereits die Hälfte der Weltproduktion erwirtschaftet." Entsprechend ist der Anlagebereich nicht statisch. „Wir investieren nicht nur in Unternehmen, die Wirtschaft und letztlich unsere Welt, sondern auch in Veränderungsprozesse." Das sollte jeder beherzigen, der mit Aktien handeln möchte. Die Börsen sind dynamische Systeme, die bildlich gesprochen auf jeden Luftzug reagieren. So kann der Flügelschlag eines Schmetterlings tatsächlich einen Sturm auf dem Parkett auslösen. „Turbulente Märkte führen immer zu erheblichen und ungeordneten Preisverzerrungen." Darin liegen erhebliche Chancen für Anleger, die sich auskennen. Die Tipps von Moritz Hessel kommen aus der Praxis. Der 29-Jährige hat sich sein Wissen hart erarbeitet. „Ich war ein schlechter Schüler und musste deshalb eine Ausbildung im Einzelhandel beginnen. Da kapierte ich schnell, dass es in meinem Leben nicht darum gehen kann, für monatlich 1.500 Euro jeden Tag zwölf Stunden zu arbeiten." Hessel holte sein Abitur nach, absolvierte ein duales Studium und begann parallel in Aktien zu investieren. Dabei ging es ihm nie um Geld. „Freiheit ist mir wichtig", betont Hessel. Dennoch brachte er es in zehn Jahren zum Millionär. „Für meine finanzielle Freiheit habe ich wirklich alles gegeben und locker 100 Stunden die Woche gearbeitet, teilweise mehr. Seit letztem Jahr habe ich mein Ziel erreicht und verwalte nun erfolgreich meine eigenen Fonds." Moritz Hessel ist überzeugt: „Um für die Zukunft gerüstet zu sein, ist es unabdinglich, sich mit dem Thema Finanzen auseinanderzusetzen."

STRATEGIE SCHLÄGT ZUFALL

MIT „MY BEST RECRUITING“ EIGENES DIGITALES RECRUITING UND ONBOARDING AUFBAUEN

Viele Unternehmen schlagen Alarm, weil sie nicht ausreichend qualifizierte Mitarbeiter finden. Nur wenige kommen auf die Idee, dass es an ihnen selbst liegen könnte. Denn Arbeitnehmer haben fast die freie Auswahl und entscheiden sich deshalb für Unternehmen, die schon im Prozess des Recruitings alles richtig machen.

Ein Unternehmen, das innerhalb kurzer Zeit von 11 auf 65 Mitarbeiter anwächst, macht eine Menge Erfahrungen im Bereich Recruiting. My Best Concept (MBC) hat diesen Prozess durchlaufen. In einer Zeit, die allgemein als Arbeitnehmermarkt bezeichnet wird und in der es eine Herausforderung darstellt, geeignete Fachkräfte zu gewinnen, ist es dem Unternehmen gelungen, kräftig zu wachsen. „Dabei entwickelten wir Konzepte und Tools, die bei uns selbst so hervorragend funktionieren, dass wir sie auch unseren Kunden zur Verfügung stellen“, erklärt Laureen Lerche, als Chief Human Resources Officer (CHRO) seit 2021 Mitglied der Geschäftsführung von MBC. Die gelernte Bankkauffrau studierte internationales Marketing und begann ihre Karriere bereits 2017 bei MBC.

Bei der Markteinführung von „My Best Recruiting“ wird sie von Vertriebsleiter Sebastian Mika unterstützt. Er stieß Anfang 2023 zum Team. Zuvor besetzte er für Stepstone mithilfe von verschiedenen Technologien offene Stellen von Mittelständlern und DAX-Konzernen. Durch vorherige Stationen im Ausland konnte er darüber hinaus internationale Erfahrung sammeln. „Es geht immer um die drei Fragen: Wo findet ein Unternehmen neue qualifizierte Mitarbeiter? Wie spricht es sie an? Und wie überzeugt es Kandidaten von sich?“

SECHS STOLPERSTEINE AUF DEM SCHMALEN PFAD ZU NEUEN MITARBEITERN

So selbstverständlich das in der Theorie klingt, steckt der Weg von der Bedarfsermittlung über die Auswahl geeigneter Kanäle zur Ansprache potenzieller Bewerber bis zum unterschriebenen Arbeitsvertrag und dem Onboarding neuer Mitarbeiter voller Herausforderungen.

„WIR ENTWICKELTEN KONZEPTE UND TOOLS, DIE BEI UNS SELBST SO HERVORRAGEND FUNKTIONIEREN, DASS WIR SIE AUCH UNSEREN KUNDEN ZUR VERFÜGUNG STELLEN.“



Laureen Lerche, Chief Human Resources Officer bei My Best Concept, hat auf Basis eigener HR-Erfolge „My Best Recruiting“ mitentwickelt.

Nicht nur deswegen, weil derzeit Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt weit auseinanderklaffen. „Der Knackpunkt ist das oft fehlende Rüstzeug in Unternehmen“, ist Sebastian Mika überzeugt. Er definiert sechs Wissensfelder, auf denen HR-Abteilungen für einen einwandfreien Recruiting-Prozess Wissen und Erfahrung benötigen: „Sie müssen erstens halbe IT-Spezialisten sein, um mit den vielen Systemen umgehen zu können. Zweitens sollten sie einen qualifizierten Überblick über die 750 bestehenden Recruiting-Plattformen besitzen. Sie benötigen drittens Expertise im Marketing, um online wie bei einer Neukundenakquise die richtigen Botschaften auszusenden. Im Bewerbungsgespräch müssen sie viertens gute Verkäufer sein und fünftens passable Datenanalysten, um Zahlen und Fakten aus dem Recruiting-Prozess korrekt deuten zu können. Kommt es schließlich zum Arbeitsvertrag, benötigen sie auch noch sechstens ausreichende juristische Kenntnisse, damit keine Fehler bei exakten Formulierungen auftreten.“ Jedes einzelne Feld ist ein potenzieller Stolperstein auf dem schmalen Pfad zu neuen Mitarbeitern.

EIN MASSNAHMENPLAN WIE EIN MASSANZUG

Damit werden meist viel zu viele Ressourcen im Unternehmen gebunden, das sich eher intensiv um sein Kerngeschäft kümmern sollte. Laureen Lerche weiß aus eigener Erfahrung: „Es verursacht regelrechten Schmerz, wenn ich eine Menge Zeit zum Beispiel in den Vergleich verschiedener Plattformen und die Formulierung von aufmerksamkeitsstarken Texten investieren muss, obwohl ich mich lieber mit vielversprechenden Kandidaten beschäftigen würde.“ In

der Praxis führt eine solche Überforderung nicht nur zu Frustration, sondern im schlimmsten Fall zu unbesetzten Stellen und der Auswahl ungeeigneter Mitarbeiter aus der Not heraus.

Das neue Produkt „My Best Recruiting“ behebt die Schwachstellen eines Unternehmens bei der Mitarbeitergewinnung mittels eines strukturierten Verfahrens. „In einer Eins-zu-eins-Betreuung erarbeiten wir mit unseren Kunden einen Maßnahmenplan zu den Herausforderungen des jeweiligen Unternehmens, der wie ein Maßanzug sitzt“, erklärt Sebastian Mika. Dabei geht es von Anfang an sowohl um Organisation als auch um Wissensvermittlung. „Unser Ziel ist es, die Kunden innerhalb von sechs bis zwölf Monaten fit im Recruiting zu machen, damit sie ihre Prozesse in Zukunft selbst optimal steuern können“, betont Laureen Lerche.

„UNSERE ANALYSE BASIERT AUSSCHLIESSLICH AUF ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN.“

„WIR GEBEN UNSERE BESTEN ERFOLGE AN UNSERE KUNDEN WEITER.“

IM FLUG ZUM OPTIMALEN RECRUITING-PROZESS

Die Betreuung ist in drei Phasen unterteilt: Take-off, Cruise und Landing. „Zu Beginn nehmen wir uns der größten Schmerzen eines Unternehmens im Bereich der Mitarbeitergewinnung an“, beschreibt Sebastian Mika das Vorgehen. „Liegen zum Beispiel zu wenig Bewerbungen vor, unterstützen wir im ersten Schritt möglicherweise bei der Schaltung hochwertiger Anzeigen in den richtigen Kanälen.“ Gleich darauf folgt eine Stärken- und Potenzialanalyse des Kunden. Welche Kosten verursacht die Mitarbeitergewinnung? Wie lange dauert der Prozess, bis neue Mitarbeiter an Bord kommen? „Unsere Analyse basiert ausschließlich auf Zahlen, Daten und Fakten.“ Dabei geht es um die Sichtbarkeit des Unternehmens in der Öffentlichkeit, die Möglichkeiten, sich vom Wettbewerb abzuheben, und um Priorisierungen im Bewerbungsprozess selbst. Mit den gewonnenen Erkenntnissen beginnt Phase zwei. „Wir befinden uns nach dem Start jetzt im Flug. Die Ergebnisse des Take-off werden in die Praxis des Unternehmens umgesetzt“, so Laureen Lerche. Projektsteuerung und verbindliche Prozesse stehen nun im Fokus. „Wir vereinbaren wöchentlich ein bis zwei Meetings mit dem Kunden, der sich für die Optimierung seines Recruitings Zeit nehmen muss.“ Dabei wird den Mitarbeitern des Unternehmens Wissen vermittelt, das die HR-Abteilung auf den neuesten Stand bringt. In den letzten drei bis vier Monaten des Projekts folgt die Landing-Phase. „Darunter verstehen wir die Vorbereitung des Kunden auf die zukünftig selbstständige Durchführung seines Recruiting-Prozesses“, erklärt Sebastian Mika. „Abschließend werden noch einmal Ziele definiert und Maßnahmenpläne ausgearbeitet.“ Die Begleitung endet, sobald der Kunde das Gefühl hat, seinen Recruiting-Prozess zu beherrschen, und sich in der täglichen Umsetzung sicher fühlt.

EIN TEMPORÄRER CHIEF HUMAN RESOURCES OFFICER

Am Anfang steht jedes Unternehmen bei der Mitarbeitergewinnung an einem anderen Punkt. Beispielsweise kann eine Firma mit 400 Mitarbeitern bereits sehr viel im Recruiting-Prozess richtig machen. Vermutlich verfügt sie über eine Budgetierung für die Besetzung offener Stellen, schaltet Werbung und verfolgt einen Zukunftsplan. „Wir unterstützen dann im strukturellen Bereich“, sagt Laureen Lerche. „Oft gibt es noch Möglichkeiten der Optimierung beim Onboarding, das ein entscheidender erster Schritt für die Mitarbeiterbindung ist. Auch sind die Prozesse im Hintergrund selten ideal, wozu auch IT-Themen gehören.“ Es geht darum, Unternehmen für die Herausforderungen der derzeitigen Arbeitswelt hundertprozentig fit zu machen.

„Unseren Ansatz haben wir erfolgreich im eigenen Unternehmen entwickelt und erzielen damit selbst hervorragende Ergebnisse“, betont Laureen Lerche. Der Vorteil für jeden Kunden: „Wir bieten mit einem flexiblen Team Kompetenz und Wissen eines CHRO für einen Bruchteil des Preises, den ein Unternehmen bezahlen müsste, wenn es selbst eine entsprechende Stelle besetzen würde“, erläutert Sebastian Mika. „Wir geben unsere besten Erfolge an unsere Kunden weiter.“ Seit dem Start von „My Best Recruiting“ hat sich bereits eine zweistellige Anzahl von Unternehmen entschieden, diesen Weg zu gehen, um die Mitarbeitergewinnung zu professionalisieren.

NUR UNTERNEHMEN MIT POTENZIAL QUALIFIZIEREN SICH FÜR „MY BEST RECRUITING“

Doch nicht jedes Unternehmen qualifiziert sich als Kunde für „My Best Recruiting“. Die Messlatte liegt hoch. „Wir selektieren

die Kunden nach Umsetzungsstärke“, definiert Laureen Lerche die Anforderung an Unternehmen. „Denn auch wir haben begrenzte Kapazitäten und investieren deshalb nur in Kunden, mit denen die Qualität der Zusammenarbeit hundertprozentig stimmt.“

Im Einzelnen müssen Unternehmen vier Punkte erfüllen, um sich als Kunden für „My Best Recruiting“ zu qualifizieren. „Unsere erste Frage lautet: Werden regelmäßig neue Mitarbeiter benötigt oder steht großes Wachstum in kurzer Zeit an? Dazu sollten ausreichend Ressourcen sowie ein Marketingbudget für erforderliche Maßnahmen zur Verfügung stehen“, sagt Sebastian Mika. „Punkt zwei: Das Unternehmen möchte langfristig Wissen aufbauen. Drittens muss Einigkeit bestehen, dass wir nicht für Outsourcing zur Verfügung stehen. Wir implementieren optimale Recruiting-Prozesse, um uns nach Abschluss des Projekts zurückzuziehen. Punkt vier: Der neue Kunde muss ausreichend Zeit für unser gemeinsames Projekt mitbringen.“ Dafür erhalten die Unternehmen, die sich für eine Teilnahme an „My Best Recruiting“ qualifizieren, neben einer Eins-zu-eins-Betreuung und fundiertem Know-how die Gewissheit, sich für ein Programm zu entscheiden, an dessen Ende eine erfolgreiche Entwicklung zu einem sichtbaren und begehrten Arbeitgeber steht. Damit erlangen sie einen überaus großen Wettbewerbsvorteil auf dem umkämpften Arbeitsmarkt. Denn Unternehmen, die das Vertrauen von Arbeitnehmern genießen, erhalten Top-Bewerbungen und haben auch in Zeiten des Fachkräftemangels selten Vakanzen.



Vertriebsleiter Sebastian Mika hat seine internationale Expertise mit in das Konzept einfließen lassen.

„DER NEUE KUNDE MUSS AUSREICHEND ZEIT FÜR UNSER GEMEINSAMES PROJEKT MITBRINGEN.“

PODCAST TIPPS

Sie unterhalten und geben uns zugleich neue Impulse: Podcasts.

Die Erfahrungen von anderen Menschen, die in ihrem Bereich vieles erreicht

haben und ihr Wissen gern weitergeben, sind stets eine Bereicherung.



THE TIM FERRISS SHOW

Host: Tim Ferriss



FOLGE 60
GAST: ARNOLD SCHWARZENEGGER

In dieser Episode ist Arnold Schwarzenegger zu Gast. Genauer, Tim Ferriss ist zu Gast an Arnold Schwarzeneggers Küchentisch. Dort plaudert der ehemalige Mr. Olympia, Terminator und Gouverneur von Kalifornien mit Ferriss über gelernte Lektionen, Lieblingsbücher und vieles mehr. Man hört viele außergewöhnliche Geschichten, die der Gastgeber – und somit vermutlich auch die meisten Hörer– bislang nicht kannte. Los geht's mit dem Thema psychologische Kriegsführung und wie Arnold Schwarzenegger sie gezielt einsetzt, um zu gewinnen.

FOLGE 107
GAST: JOCKO WILLINK

Tim Ferriss im Gespräch mit seinem Freund Jocko Willink, Autor des Buches „Extreme Ownership – mit Verantwortung führen: Was Führungskräfte von den Navy SEALs lernen können". In den Augen des ehemaligen Elitesoldaten übernehmen gute Führungskräfte vor allem Verantwortung für die eigenen Fehler, lernen aus Misserfolgen und entwickeln neue Lösungsansätze. Diese Skills und Erfahrungen seien so essenziell, dass jeder Mensch sie haben sollte. Weitere Themen: Rituale am Morgen, mentale Stärke und das Leben nach dem Militär.

FOLGE 343
GAST: SETH GODIN

Seth Godin ist Unternehmer, Autor und Blogger. Bereits 1986 bot er mit seiner Book-Packaging-Firma Verlagen fertige Bücher an. Weitere Firmen folgten in den Bereichen Online-Marketing und Online-Community. Als Autor verfasste Godin Bücher zu Internet- und Marketingthemen, die in mehrere Sprachen übersetzt wurden. Im Podcast äußert er sich unter anderem dazu, wie er Grenzen setzt und „Nein" zu uninteressanten Aufgaben sagt. Außerdem spricht er über Zeiteinteilung. Seth Godin definiert bewusst Tagesabschnitte, in denen er weder Fernsehen und soziale Medien nutzt noch an Meetings teilnimmt.

Spotify / Apple Podcasts / Overcast

OMR PODCAST

Host: Philipp Westermeyer



FOLGE 437
GAST: ULI HOENESS

Uli Hoeneß ist Kult- und Reizfigur in einem. Er polarisiert – nicht nur mit Absicht, sondern auch gezielt, um den FC Bayern nach vorne zu bringen. Im Podcast äußert er sich offen und ehrlich zu den Gründen für den wirtschaftlichen Erfolg seines Vereins. Doch wie arrangiert sich heutzutage die Marke FC Bayern mit den Marken der einzelnen Spieler? Welche Rolle spielt dabei für einen Fußballkonzern ein familiäres Umfeld im Verein? Außerdem erklärt er seinen Hang zum Analogen und wie er es schafft, in der technikgetriebenen Welt ohne Mails, WhatsApp und Instagram auszukommen.

FOLGE 529
GAST: REINHOLD WÜRTH

In Freizeitkleidung einen geschäftlichen Termin wahrzunehmen, findet Reinhold Würth ungehörig und respektlos. Deshalb erwartet er auch von seinen Managern, bei Meetings Krawatte zu tragen. Der Schlüssel für seinen Erfolg waren die großen Erfolge im Vertrieb – auch wegen des verbindlichen Auftretens. Der Jahrhundertunternehmer, der in seinem 79. Geschäftsjahr tätig ist, baute den Schraubenhandel seines Vaters zum Weltkonzern auf. Im Podcast spricht er unter anderem darüber, was ihn als Unternehmer inspiriert und wie der E-Commerce auch sein Unternehmen verändert.

Spotify / Apple Podcasts / YouTube

„WIE ES MIT UNSERER WELT WEITERGEHT, HÄNGT AN DER KLUGHEIT ODER DUMMHEIT DER MENSCHEN."

Reinhold Würth





Stets auf die Sache fokussiert: Gastgeber Dirk Kreuter

JETSTREAM
MEMBERS MEETING

Das zweite Members Meeting des Jahres fand vom 11. bis 13. Juni in Dubai statt. Wie stets bei den Treffen, gab es einen fruchtbaren Austausch unter den Members sowie interessante Vorträge von hochkarätigen Speakern.



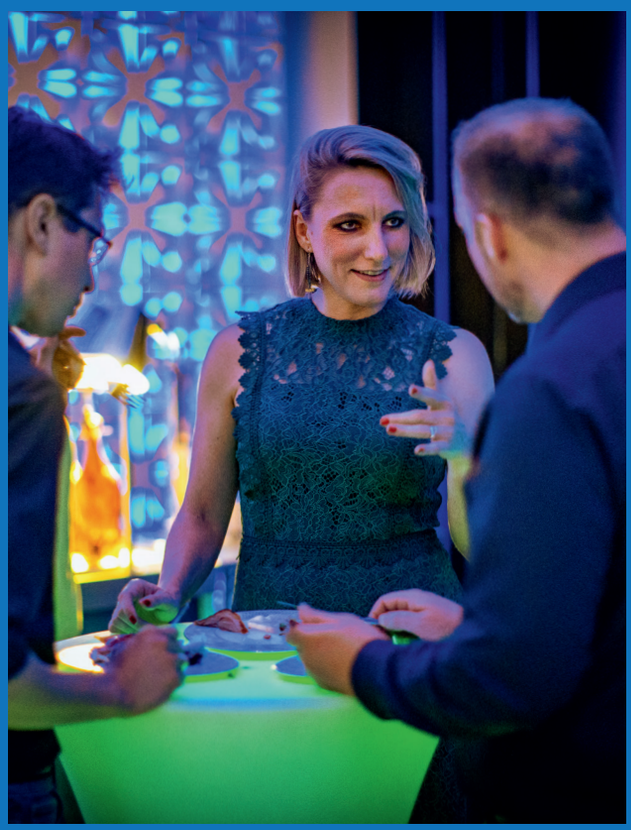
Lisa Göppert, Geschäftsführerin des Bestseller Verlages und von My Best Concept, im Gespräch mit Dirk Kreuter



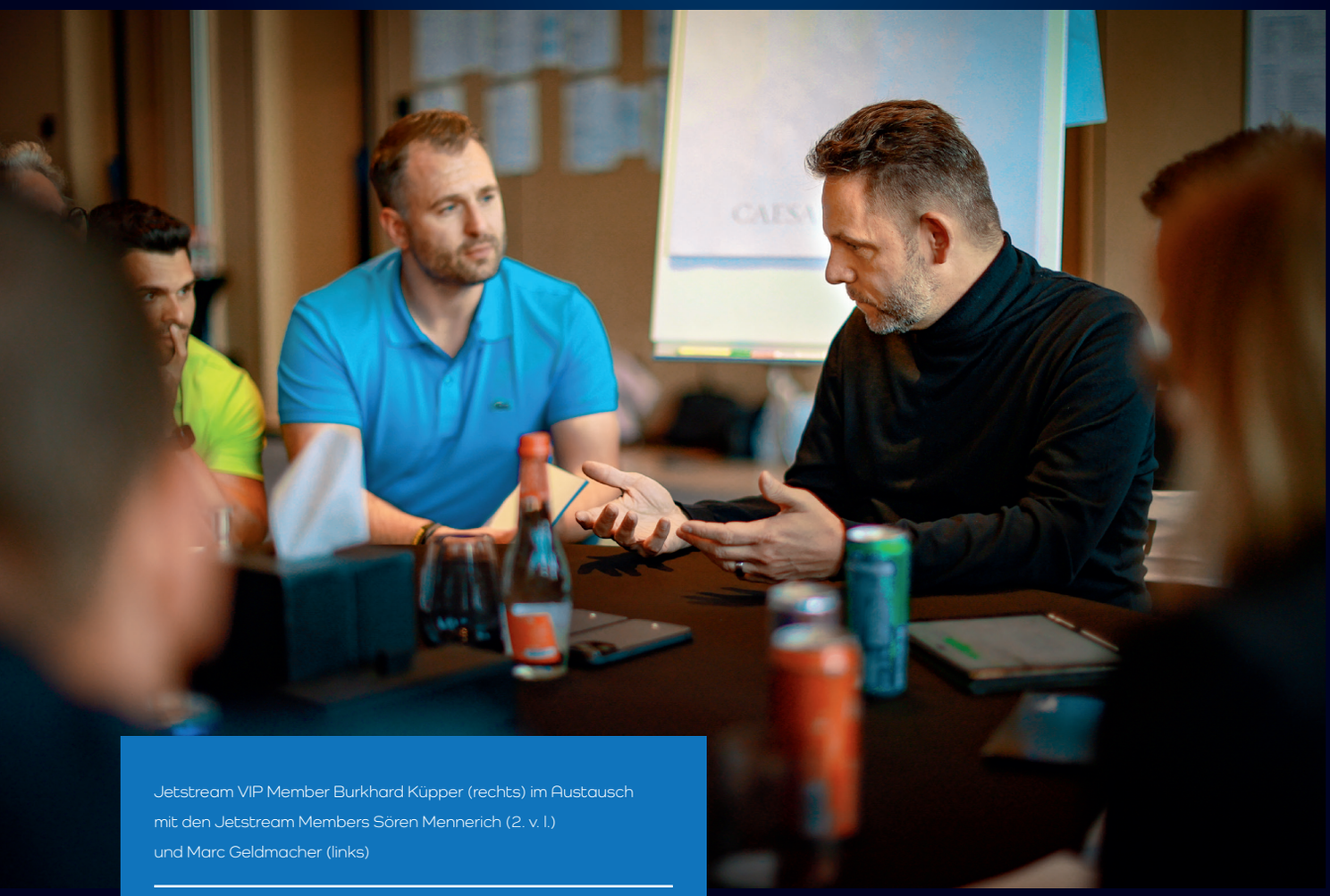
Dr. Adnan Chilwan, Group CEO der Dubai Islamic Bank, war zu Gast beim Jetstream Members Meeting.

Petra Isabel Schlerit von der XR-C Academy GmbH hielt einen Vortrag über das Thema Virtual Reality und Augmented Reality.





Svenja Styles (Bild rechts), Eventmanagerin aus dem Jetstream Team, im Austausch mit Jetstream Members beim Dinner



Jetstream VIP Member Burkhard Küpper (rechts) im Austausch mit den Jetstream Members Sören Mennerich (2. v. l.) und Marc Geldmacher (links)



Dirk Kreuter im Rahmen des „Immobilien-Seminars“ vor dem Meeting



SEMINARE & MEETINGS

DUBAI 2023

02.-04.10.	SKALIEREN & EXPANDIEREN
05.-09.10.	JETSTREAM MEMBERS MEETING
10.10.	JETSTREAM VIP MEETING
11.-13.10.	ÜBERZEUGEND PRÄSENTIEREN FÜR UNTERNEHMER
07.-09.12.	SYSTEMVERTRIEB
10.-12.12.	JETSTREAM MEMBERS MEETING

IMPRESSUM

Herausgeber:
Jetstream Management
Consultancies L.L.C
Opus Tower, B1103
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
Steffen Peschges
(Redaktionsdirektor),
Christian Schommers,
Hannah Bädjer

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

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

Erscheinungsweise:
vierteljährlich

Druck:
Lehmann Offset Druck GmbH
Gutenbergring 39
22848 Norderstedt

Bilder:
Dirk Kreuter; Inka Englisch;
Lukas Gojda, ink drop,
Kertu, Rastislav Sedlak SK, –
stock.adobe.com



Unternehmer
Baukasten

DIE EFFEKTIVSTEN HEBEL FÜR MEHR GEWINN IN DEINEM UNTERNEHMEN!

Weitere Infos:

unternehmerbaukasten.de

MY BEST *Strategy*

MY BEST CONCEPT

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

Schnall Dich an und setz den Helm auf – mit unserer My Best Strategy von My Best Concept erreichst Du Deinen Markt im Raketentempo!

- → Du generierst mehr Umsatz durch innovative Fahrpläne für die Online-Sichtbarkeit Deines Unternehmens
- → Du dominierst den Markt, weil Du Kunden 24/7 genau dort erreichst, wo sie gerade sind
- → Du profitierst von der Erfahrung aus über 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!