

Podcast Igor Scaldine & Frank Peters 24.04.2023 Deutsche Übersetzung

Ganz genau. Okay. In der einleitenden Diskussion, die wir vor der Ausstrahlung hatten, haben wir über Definitionen gesprochen. Und ich denke, hier müssen wir ansetzen. Unternehmertum. Ist das wirklich das richtige Wort für das, worüber wir in den nächsten paar Folgen sprechen werden?

Ja, das ist ein guter Anfang, denn Unternehmertum ist einer dieser Begriffe, die sich die Leute ausleihen und nach Belieben verwenden. Und meiner Meinung nach stiftet er mehr Verwirrung als er hilft. Also, was ist Unternehmertum? Unternehmertum bedeutet im Grunde, dass man ein Unternehmen gründet.

Wenn Sie also etwas aufbauen und verkaufen wollen, um einen Wert für sich selbst zu schaffen, bauen Sie ein Unternehmen auf. Unter einem Unternehmen verstehe ich, und ich würde sagen, in den meisten Ländern ist ein Unternehmen eine Gruppe von Menschen, mindestens zwei Menschen, die auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten und sich dieselben Ressourcen teilen. Das ist also Unternehmertum, wenn man ein Unternehmen gründet. Und diese Unterscheidungen und Definitionen sind wichtig, denn wenn man allein ist und sich dafür begeistert, an einem Projekt zu arbeiten, oder wenn man in einem Unternehmen arbeitet, innerhalb eines Unternehmens, und Dinge auf eigene Faust erforschen möchte, ist das eine tolle Sache.

Es ist schön. Ich sage nicht, dass das falsch ist, aber ich würde das nicht als Unternehmertum bezeichnen, weil Sie nicht Ihr Unternehmen gründen. Sie sind nicht derjenige, der die Autonomie hat, Entscheidungen zu treffen. Sie können wahrscheinlich auch nicht selbst entscheiden, was Sie der Gesellschaft anbieten. Es ist also ein heikles Wort, und ich ziehe es vor, es als Unternehmen zu verwenden, das eine Gruppe von Menschen ist, die auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten.

Unternehmergeist, denn für mich ist das Unternehmen nichts anderes als der rechtliche Rahmen. Es ist ein Dokument, das besagt, dass es eine rechtliche Struktur gibt. Es hat so viel Kapital. Es hat eine ganze Reihe von Rechtsfragen. Und das ist für mich das Unternehmen. Aber Sie gehen noch weiter und sagen, dass es beim Unternehmertum um Menschen geht, die etwas tun, das Probleme löst und einen Mehrwert für andere Menschen schafft. Ist es das, was du unter Unternehmertum verstehst?

Genau. Ja. Es ist eine Gruppe von Menschen, die auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten und dieselben Ressourcen nutzen.

Okay. Wir gehen also weiter und fragen: Wann sollte jemand dieses Ziel verfolgen, etwas zu produzieren, das einen Mehrwert schafft, indem er dieselben Ressourcen teilt und gemeinsam in dieselbe Richtung geht? Wann sollten sie das tun, wenn man das immer noch als Unternehmertum bezeichnet?

Das ist eine interessante Frage, denn die Leute, die in den sozialen Medien oder im Fernsehen über Unternehmertum sprechen, wollen Ihnen die Idee verkaufen, dass Unternehmertum der einzig mögliche Weg zum Glück, zu einem sinnerfüllten Leben und zu finanziellem Erfolg ist, was garantiert nicht der Fall ist. Es ist nur einer von vielen Wegen.

Es ist also gut, den ersten Platz in Betracht zu ziehen. Es ist nicht die Wunderwaffe, die einen glücklich macht, die einen glücklich macht und so weiter. Und auch, dass man nicht unbedingt Unternehmer sein muss, um einen Mehrwert für die Gesellschaft zu schaffen oder um reich zu werden. Meiner Ansicht nach und aus meiner Erfahrung heraus ist das auch bei mir der Fall. Ich

glaube, dass die Menschen Unternehmer sein wollen, wenn sie der Gesellschaft nicht auf die Art und Weise, wie sie es wollen, einen Mehrwert bieten können.

Als Angestellter kann man das im Grunde nicht erreichen. Man kann das nicht als Freiberufler tun. Man kann das nicht als Student tun. Man muss Leute anwerben und ihnen die Idee verkaufen, dass man der Gesellschaft auf diese Weise einen Mehrwert bieten will, oder auf eine Art und Weise, die von dem abhängt, was man verkaufen will.

Aber das ist der Punkt, den die Leute meiner Meinung nach in erster Linie berücksichtigen müssen. Okay, ich will ein besseres Produkt bauen. Sagen wir mal, ich möchte ein besseres Smartphone bauen. Okay, was ist wahrscheinlicher, damit Erfolg zu haben? Soll ich also mein Unternehmen gründen, weil Apple, Samsung oder Motorola nicht das tun, was ich will? Sie scheinen nicht in die Richtung zu gehen, in die ein Smartphone meiner Meinung nach gehen sollte.

Oder sollte ich ein hochrangiger Direktor, ein Vizepräsident eines dieser Unternehmen sein, und ich würde einen größeren Mehrwert schaffen, weil sie mit meinen Vorstellungen übereinstimmen?

Das ist also die erste Frage, die die Leute beantworten müssen. Und ich denke, dass dies mit meiner Geschichte zusammenhängt, denn ich kann das mit vielen Inhalten über Brasilien sagen. Und ich würde sagen, das gilt auch für andere Teile der Welt, aber ich will nicht arrogant sein. Ich kenne 99,9 % der Welt nicht.

Aber in Brasilien werden Unternehmer normalerweise aus der Notwendigkeit heraus geboren, Unternehmer zu sein. Sie können es sich nicht aussuchen. Als Beispiel kann ich Ihnen meinen Vater nennen.

Mein Vater hat über 30 Jahre lang für ein Unternehmen gearbeitet. Und eines Tages wurde er aus vielen Gründen entlassen, zum Beispiel aus wirtschaftlichen Gründen. Und er war alt. Er hatte keinen Abschluss. Er konnte keinen guten Job mehr bekommen. Also musste er Unternehmer werden, weil er eine Fähigkeit beherrschen musste. In seinem Fall, ich werde mir das Wort nicht merken, aber er ist jemand, der mit Metallen arbeitet. Er baute Tore, Fenster aus Metall. Und er musste jemand sein, ein Unternehmer in diesem Segment sein, weil er nichts anderes finden würde. Und natürlich könnten Sie, die Sie zuhören, in dieser Situation sein. Und ich will nicht sagen, dass das auch in Ordnung ist. Sie können Unternehmer sein, wenn Sie Unternehmer sein müssen.

Aber um ein erfolgreicher Unternehmer zu sein, müssen Sie einen Mehrwert schaffen, wie es jedes andere Unternehmen auch tut. Das ist meine Meinung dazu.

Der wichtigste Punkt, die wichtigste Erkenntnis ist also, dass man für andere Menschen, für die Gesellschaft im Allgemeinen, einen Mehrwert schaffen muss. Das ist das Wichtigste, was man daraus mitnehmen kann.

Ja. Das ist für mich eine faszinierende Sache, denn natürlich wird es immer Ausnahmen geben. Aber wenn man bedenkt, wie die kapitalistische Welt funktioniert, zahlen die Menschen für etwas, das sie schätzen.

Manche Leute zahlen für etwas, das sie in keiner Weise schätzen. Die Art und Weise, wie man ein Unternehmen aufbaut und wie man erfolgreich ein Unternehmen aufbaut, besteht also darin, einen Mehrwert zu schaffen, für den die Menschen bereit sind, zu zahlen.

Und deshalb haben wir Unternehmen. Es scheint offensichtlich zu sein, aber manchmal, wenn ich mit jungen Unternehmern und noch mehr älteren Menschen spreche, die in den späten 40ern, 50ern, 60ern darüber nachdenken, ein Unternehmen zu gründen, denken die Leute, dass nur der Besitz eines Unternehmens ein Zeichen von Erfolg ist.

Denn wenn man ein Unternehmen hat, wird man etwas verkaufen, und die Leute müssen das, was man verkauft, auch kaufen. Aber das ist ein großer Irrtum, denn die Leute müssen das, was man verkauft, nicht kaufen. Sie wollen es von vielen anderen Unternehmen kaufen.

Man muss also ein Unternehmen aufbauen und darüber nachdenken, wie man einen Mehrwert schaffen kann und was man verkaufen kann, was andere nicht verkaufen, oder man kann etwas verkaufen, was andere verkaufen, aber billiger. Das ist also auch eine wichtige Überlegung.

Okay. Wenn ich diesen Gedankengang weiterverfolge, dann ist das etwas, was die Leute nicht wirklich verstehen. Es ist wirklich ein komplexes Thema. Die Leute missbrauchen auch das Wort Leidenschaft. Man muss leidenschaftlich dabei sein. Und Cal Newport schrieb in einem seiner Bücher, Leidenschaft sei das Letzte, was man brauche. Man muss gut in seinem Job sein.

Wenn Sie gut sind in dem, was Sie tun, dann schaffen Sie einen Mehrwert. Das wäre ein logisches, ein mögliches logisches Argument. Und dann haben Sie irgendwann Ihr Unternehmen verkauft. Haben Sie also keinen Mehrwert mehr geschaffen oder waren Sie nicht mehr leidenschaftlich? Was ist die Geschichte dahinter?

Ja, genau. Ich werde also beide Fragen mit meiner Geschichte beantworten. Als ich anfang, habe ich meine Geschichte in einem anderen Podcast erzählt, aber im Grunde habe ich mein Arbeitsfeld komplett gewechselt. Ich habe einen Abschluss in Molkereitechnik, aber ich sah nicht viele Möglichkeiten, und durch meine Motivation, mich beruflich zu verändern, und ein bisschen Glück bin ich fast per Fallschirm zum Marketing gekommen. Es war also unerwartet, in diesem Bereich zu landen.

Ich kam also nach Brasilien, um als Freiberufler zu arbeiten, als freiberuflicher Werbetexter. Ich habe mich mit Agenten meines Freundes zusammengetan. Und ich begann, andere Unternehmer aus der Stadt, in der ich lebe, zu treffen. Und dann habe ich angefangen, viel freiberuflich zu arbeiten. Und irgendwann bekam ich so viel, so viel Nachfrage, weil ich gute Arbeit leistete, was das Schreiben und das strategische Denken anging, dass viele Kunden anfangen zu fragen: Oh, du machst das. Sie machen das. Und ich habe mir überlegt, dass ich das nicht mache, aber ich könnte jemanden beauftragen, das für mich zu tun. Und ich dachte, wie ich es schon erklärt habe. Also dachte ich, okay, wenn ich also anfang, Leute zu rekrutieren und Leute einzustellen, werde ich dann einen Mehrwert für diese Kunden schaffen? Und die Antwort war ja.

Also beschloss ich, meinen ersten Mitarbeiter einzustellen, dann den zweiten, und dann ging es immer schneller voran. Ein wichtiger Aspekt dieser Geschichte ist jedoch, dass ich nicht zum Unternehmer wurde, weil ich geduldig war, was ich tat. Und das ist auch völlig in Ordnung.

Ich denke, es ist sehr irreführend zu denken, dass man das, was man tut, aus zwei Gründen lieben muss. Der erste ist der von Ihnen erwähnte von Cal Newport. Er hat ein wirklich gutes Buch geschrieben, das meiner Meinung nach den besten Titel trägt: "So gut, dass sie dich nicht ignorieren können".

Sein Standpunkt ist: Okay, die Leute denken, dass du leidenschaftlich bist und dass du in einer Sache gut sein wirst. Connor Ports Argument ist, dass man gut in etwas ist und dass man leidenschaftlich wird, weil man gut darin ist. Das ist sein Argument.

Ich denke also, wenn man gut in etwas ist und sich anstrengt und Energie aufwendet, beginnt man automatisch zu lieben, was man tut. Das ist der erste Punkt. Und das Zweite ist meiner Erfahrung nach, und damit sind die Fragen angesprochen, warum ich mein Unternehmen verkauft habe, dass ich glaube, dass sich das im Laufe des Lebens ändern wird.

Ich glaube, wenn man sich jetzt das schnappt, wofür man eine Leidenschaft hat, und denkt, dass man das nicht ändern kann, dann ist das fast eine Formel für ein unglückliches Leben. Natürlich bin ich erst 31 Jahre alt, und meine Meinung kann sich ändern, aber ich kann mir nicht vorstellen, dass ich und viele andere Menschen, die ich kenne, 70, 75 oder 85 Jahre lang dieselbe Leidenschaft haben.

Das ist also etwas, das sich ändern wird. In meinem Fall war es genau so, wie es passiert ist. Ich habe also angefangen, Leute einzustellen, weil ich die Nachfrage von Kunden hatte. Dann verliebte ich mich in das Unternehmertum, weil ich begann, Management, Produktmarketing und den Markt selbst zu studieren.

Das hat mich wirklich fasziniert, ich habe Bücher gelesen und bin zu Konferenzen gegangen. Es war ein Feedback-Zyklus, denn ich war gut darin. Ich wurde also leidenschaftlicher, und das machte mich besser und so weiter.

Aber irgendwann merkte ich, dass ich zunächst nicht mehr so begeistert war, weil ich mich den ganzen Tag mit bürokratischen Dingen wie Einstellungen, Entlassungen, Kundenkontakten und Verträgen beschäftigte.

Darin war ich nicht gut. Außerdem wurde mir klar, dass ich mit meinem Profil als Einzelperson nicht so viel zum Aufbau des Unternehmens beitragen konnte. Ich hatte also etwa 21, 22 Mitarbeiter, und mir wurde klar: Okay, wenn sie jemanden an meiner Stelle hätten, der ein anderes Profil hat, ein feindseligeres, der bereit ist, alles zu tun, was möglich ist, um ein Unternehmen zu vergrößern, dann würde diese Person mehr Wert schaffen als ich. Und das war meine Überlegung. Also dachte ich, oh, der Ort, an dem ich bin, ist bequem. Aber zunächst einmal bin ich nicht sehr begeistert. Es gibt also eine emotionale Motivation, das Unternehmen zu verkaufen.

Und zweitens glaube ich, dass andere Leute in dieser Position einen besseren Job machen können als ich. Also habe ich angefangen, über einen Verkauf nachzudenken, und so ist es dann auch gekommen. Ich habe an jemanden verkauft, der viel kompetenter ist als ich und der viel besser weiß, was ich als Eigentümer eines Unternehmens mit 22 Mitarbeitern zu tun habe. Das ist der Grund dafür.

Und ich verstehe, dass es schwer ist, sich das vorzustellen, wenn man in einer anderen Position ist als ich. Aber es hat sich herausgestellt, dass es sehr offensichtlich ist, wenn man ein erfolgreiches Unternehmen hat, dass man anfängt zu denken, okay, was als nächstes?

Werde ich so weiterarbeiten wie bisher? Ich werde das Unternehmen verkaufen. Ich werde Partner mitbringen. Und der Verkauf des Unternehmens ist für jemanden, der ein erfolgreiches Unternehmen hat, eine sehr häufige Option.

Das ist nichts Ungewöhnliches oder Unbekanntes, nur damit die Zuhörer es wissen. Ich bin da keine Ausnahme. Menschen, die ein erfolgreiches Unternehmen haben, denken oft darüber nach, ihr Unternehmen zu verkaufen, und die meisten von ihnen sind erfolgreich.

Um es also ein wenig zusammenzufassen: Es geht darum, was Sie tun können, was Sie gerne tun, wie erfolgreich Sie dabei sind. Und wenn man dann merkt, dass man

überfordert ist, dann ist es vielleicht an der Zeit, sich neu zu orientieren und eine andere Alternative zu wählen. Aus welchen Gründen auch immer, sei es aus emotionalen Gründen, aus logischen Gründen, aus Gründen der Wertschöpfung, es gibt viele Gründe dafür. Und am Ende des Tages müssen Sie in der Lage sein, in den Spiegel zu schauen und zu sagen: Mir gefällt, was ich sehe. Ja. Und nicht unglücklich sein.

Ja. Und ich denke, eine gute Möglichkeit, darüber nachzudenken, ist, wo Sie heute stehen. Sind Sie als Unternehmer, Student oder Angestellter in der Lage, den Wert zu schaffen, zu dem Sie sich selbst in der Lage sehen?

Denn wenn nicht, sollten Sie andere Dinge in Betracht ziehen. Denn es ist wie mit der Bedeutung: Sie wollen dort, wo Sie sind, einen Mehrwert schaffen. Ich habe zum Beispiel einen Freund, der mit mir in der High School studiert hat. Er lebt auf dem Land in einem brasilianischen Bundesstaat namens Minas Gerais.

Und wenn ich ihn heute treffe, ist er ein Künstler. Er lebt in einer sehr kleinen Stadt. Er stellt Kunstwerke aus Farben, Armbänder und solche Dinge her. Und er ist sehr glücklich, weil er in dem, was er tut, wirklich einen Wert sieht.

Denn wenn er etwas verschenkt oder wenn jemand ein Armband kauft, um es seiner Freundin zu schenken oder so etwas, dann spürt er wirklich einen Wert darin. Und das ist völlig in Ordnung.

Ich denke, das ist der Punkt. Man muss das Gefühl haben, dass man einen Mehrwert schafft. Die meisten Probleme, die ich in Bezug auf existenzielle Krisen studiert habe, entstehen, weil man nicht das Gefühl hat, dass man irgendjemandem etwas hinzufügt - das ist ein ziemlich gefährliches Gefühl. Und um meinen Gedanken zu Ende zu bringen, etwas, worüber ich wirklich nachdenke: Es gibt dieses berühmte Interview von Steve Jobs, nicht eines der berühmten.

Es ist nicht so populär wie die Stanford-Rede, aber es macht sehr viel Sinn, denn er sagt etwas wie: Wenn wir aufwachsen, neigen wir dazu zu denken, dass das Leben so ist, wie es ist, und dass wir nicht viel daran ändern können. Wir können uns also bewegen, aber wir können uns bewegen und versuchen, nicht die Wände einzuschlagen und in die Richtung weiterzugehen, die bereits existiert. Aber wenn man darüber nachdenkt, und das hat Steve Jobs so gesagt. Wenn man darüber nachdenkt, gibt es eine Menge unvollkommener Dinge in der Welt. Wenn man sich umschaut, gibt es eine Menge Dinge, die nicht richtig funktionieren. Es gibt viele Dinge, die funktionieren, aber nicht so, wie sie am besten funktionieren sollten. Es gibt Dinge, die funktionieren, aber anderen Menschen schaden. Es gibt also eine Menge Probleme zu lösen. Wer sagt denn, dass Sie nicht die Person sind, die dieses Problem lösen und einen Mehrwert schaffen kann?

Das ist etwas, worüber ich wirklich nachdenke, denn es ist offensichtlich, wenn man Steve Jobs zuhört, wie er darüber spricht. Aber in 99 % der Fälle, und dazu zähle ich auch diese Personen, denken wir nicht, dass es Alternativen gibt. Wir denken, dass wir den Weg einschlagen sollten, den andere vor uns eingeschlagen haben.

Ich muss sagen, dass in all den Gesprächen, die wir in den letzten Monaten geführt haben - und es waren viele -, eine Sache hervorsteht und sich fast in mein Gehirn eingebrannt hat: Bringt das, was ich tue, einen Mehrwert? Und ich bin gerade dabei, mich umzustrukturieren und neu zu positionieren. Und das steht ganz oben auf der Seite: Bringt das einen Mehrwert?

Igor, du gibst uns also ein paar Hausaufgaben auf.

Igor Ja. Ich habe mir diese Hausaufgaben deshalb ausgedacht, weil wir meistens - nicht nur im Unternehmertum, sondern im ganzen Leben - keine Entscheidung treffen, weil wir Angst vor dem Ergebnis haben. Und meistens unterschätzen wir die Auswirkungen dessen, was als Gutes passieren kann, und wir überschätzen das, was als Schlechtes passieren kann, weil wir Veränderungen nicht mögen. Unsere Gehirne mögen keine Veränderungen. Wenn du etwas zu essen hast, wenn du ein Dach über dem Kopf hast und wenn du jemanden um dich hast, warum willst du dich dann verändern? Das ist nicht gut. Unser Gehirn will das sicher nicht.

Es ist also schwierig. Und es gibt diese Übung von Tim Ferriss. Es gibt einen TED-Vortrag darüber. Und es gibt einen Blogbeitrag darüber, wenn Sie bei Google nach "Fear Setting" suchen, der im Wesentlichen darin besteht, dass Sie schreiben.

Schreiben, ich empfehle, auf Papier zu schreiben. Ich denke, es ist einfacher, es zu rationalisieren und nützlicher zu machen. Und Sie schreiben die Entscheidung auf, die Sie treffen müssen oder die Sie in Erwägung gezogen haben.

Sagen wir, es geht darum, ein Geschäft zu eröffnen. Es muss nicht diese Entscheidung sein, aber nehmen wir an, es ist die Eröffnung eines Geschäfts. Sie werden schreiben, ich möchte ein Geschäft eröffnen. Und darunter schreiben Sie: Was ist das Worst-Case-Szenario? Ich verwende jetzt einfach ein Beispiel, um es deutlicher zu machen.

Nehmen wir an, ich möchte ein Unternehmen eröffnen, und das Schlimmste, was passieren kann, ist, dass mein Unternehmen scheitert. Ich erhalte kein Einkommen. Vielleicht bekomme ich Schulden und muss zu meinen Eltern ziehen. Das ist vielleicht das Worst-Case-Szenario.

Okay. Ausgehend von diesem Worst-Case-Szenario werden Sie zwei Listen schreiben. Die erste Liste ist also, wie Sie das verhindern können. Und Sie machen ein fünf- bis zehnminütiges Brainstorming, was Sie tun können, um das zu verhindern.

Okay. In meinem Beispiel könnte ich also Geld sparen. Ich könnte mit einem Freund sprechen und ihm sagen, dass ich vielleicht in sein Haus ziehen muss, wenn mein Geschäft nicht funktioniert. Ich würde also eine Liste mit vermeidbaren Dingen erstellen.

Und für die andere Liste, die Sie erstellen, nehmen Sie sich ebenfalls fünf bis zehn Minuten Zeit. Sie werden auflisten, was Sie tun können, um das Schlimmste zu verhindern, wenn dieses Szenario eintritt. Und dann machen Sie ein Brainstorming.

Okay. In meinem Beispiel könnte ich also Geld sparen. Ich könnte vielleicht mit einem Freund sprechen und ihm sagen, dass ich vielleicht in sein Haus ziehen muss, wenn mein Geschäft nicht funktioniert. Ich würde also eine Liste mit vermeidbaren Dingen erstellen.

Und für die andere Liste, die Sie erstellen, nehmen Sie sich ebenfalls fünf bis zehn Minuten Zeit. Sie werden auflisten, was Sie tun können, um das Schlimmste zu verhindern, wenn dieses Szenario eintritt. Und dann machen Sie ein Brainstorming.

Okay. Wenn ich Schulden habe, dann muss ich Geld sparen, vielleicht einen Teilzeitjob annehmen, vielleicht freiberuflich arbeiten, vielleicht Geld von meinen Eltern leihen. Sie müssen Ihr Brainstorming auf Ihren Kontext abstimmen.

Und diese Übung hilft Ihnen, das Worst-Case-Szenario zu erkennen, das sehr wahrscheinlich eintritt, aber nehmen wir an, es passiert. Das ist keine große Sache. Sie werden es doch überleben, oder?

Und es hilft Ihnen auch, die Maßnahmen aufzulisten, die Sie ergreifen müssen, um erfolgreich zu sein. Also, was Sie tun müssen, um zu verhindern, und was Sie tun müssen, um zu reparieren, wenn es nicht funktioniert.

Ich empfehle diese Übung wirklich. Ich mache sie oft, ich würde sagen, 10 bis 12 Mal im Jahr, zumindest über viele Jahre hinweg. Und es hilft, schwierige Entscheidungen zu rationalisieren, denn wenn man nicht rationalisiert, wird es sich immer schwerer anfühlen, als es tatsächlich ist. Ich empfehle das also wirklich.