

Claudia Hupprich

Success Journey

Die Erfolgsreise zu Ihren Zielen

Mit eigener
Website



HAUFE.

Claudia Hupprich

Success Journey

Die Erfolgsreise zu Ihren Zielen

1. Auflage

Haufe Group
Freiburg · München · Stuttgart

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

| | |
|-------------------------------|------------------------|
| Print: ISBN 978-3-648-13585-3 | Bestell-Nr. 10390-0001 |
| ePub: ISBN 978-3-648-13586-0 | Bestell-Nr. 10390-0100 |
| ePDF: ISBN 978-3-648-13587-7 | Bestell-Nr. 10390-0150 |

Claudia Hupprich

Success Journey – Die Erfolgsreise zu Ihren Zielen

1. Auflage 2020

© 2020 Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg

www.haufe.de

info@haufe.de

Bildnachweis (Cover): Man As Thep, Adobe Stock

Produktmanagement: Jürgen Fischer

Lektorat: Helmut Haunreiter, Marktl am Inn

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die der Vervielfältigung, des auszugsweisen Nachdrucks, der Übersetzung und der Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen, vorbehalten. Alle Angaben/Daten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|------------|
| Vorwort | 9 |
| Geleitwort von Dr. Renée Moore | 13 |
| Was Ihnen dieses Buch bringt | 15 |
| So arbeiten Sie effektiv mit diesem Buch | 17 |
| | |
| 1 Los geht's, aber wohin? | 21 |
| 1.1 Schöne neue Welt | 22 |
| 1.2 Warum »SMART« in die Mottenkiste gehört | 24 |
| 1.3 Wo hat sich das Ziel versteckt? | 27 |
| 1.4 Was ein gutes Ziel wirklich ausmacht | 34 |
| 1.5 Sind Sie bereit, den Hafen zu verlassen? | 44 |
| | |
| 2 Die Reiseroute klären | 49 |
| 2.1 Den »Motivations-Booster« erschaffen | 50 |
| 2.2 Lineare und nichtlineare Planungsstrategie unterscheiden | 55 |
| 2.3 Die Stationen der Reise festlegen | 57 |
| 2.4 »Must have«-Meilensteine integrieren | 66 |
| | |
| 3 Das richtige Gepäck an Bord nehmen | 69 |
| 3.1 Die Schatztruhe gehört in die Kapitänskajüte | 71 |
| 3.2 Stärken in der Kombüse stärken | 74 |
| 3.3 Kompetenzen aus dem Lagerraum holen | 81 |
| 3.4 Das positive Selbstbild als Gallionsfigur nehmen | 84 |
| 3.5 Beharrlich und flexibel die Ladung verankern | 86 |
| 3.6 Das Logbuch etablieren | 90 |
| 3.7 Selbstdisziplin als Segel nutzen | 91 |
| 3.8 Zielorientiert statt problemfixiert | 96 |
| | |
| 4 Externe Expeditionsexperten rekrutieren | 101 |
| 4.1 Das Leben als Einzelkämpfer ist hart | 102 |
| 4.2 So finden Sie Verbündete | 107 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| 5 | Das »Dream-Team« an Bord nehmen | 117 |
| 5.1 | Guck mal, wer da spricht | 118 |
| 5.2 | Bestandsaufnahme der Mannschaft | 125 |
| 5.3 | Potenzielle Meuterer erkennen | 127 |
| 5.4 | Neue Mitglieder rekrutieren | 135 |
| | | |
| 6 | Zielpiraten richtig managen | 141 |
| 6.1 | So erkennen Sie Zielpiraten | 145 |
| 6.2 | Die Weisheiten von Herrn Weisses | 146 |
| 6.3 | Was Fake News mit Spinat zu tun haben | 149 |
| | | |
| 7 | Den Sumpf der schlechten Strategien vermeiden | 159 |
| 7.1 | Wo tierische Gefahren lauern | 162 |
| 7.2 | Vertrauen Sie sich? | 166 |
| 7.3 | Give me Drama, Baby! | 168 |
| 7.4 | Ein Hoch auf die Eltern! | 175 |
| 7.5 | Her mit den Affen! | 179 |
| | | |
| 8 | Glaubenssatzberge überwinden | 183 |
| 8.1 | Wie Filter Glaubenssätze entstehen lassen | 189 |
| 8.2 | Wie sich zielrelevante Glaubenssätze identifizieren lassen | 192 |
| 8.3 | Wie Glaubenssätze überhaupt entstehen | 198 |
| | | |
| 9 | Sich im Wertedschungel zurechtfinden | 205 |
| 9.1 | Welchen Wert haben Werte? | 206 |
| 9.2 | Werte im internationalen Kontext | 210 |
| 9.3 | Wertesysteme der Generationen | 213 |
| 9.4 | Das eigene Wertesystem verstehen | 215 |
| | | |
| 10 | Die schwarzen Löcher der Stagnation erkennen | 221 |
| 10.1 | Mit Flauten sinnvoll umgehen | 222 |
| 10.2 | Mit Resilienz aus dem Sturmtief | 228 |
| | | |
| 11 | Stressklippen umschiffen | 239 |
| 11.1 | Achtsamkeit in den Alltag integrieren | 246 |
| 11.2 | »Panta rhei« – wenn alles fließt | 254 |
| 11.3 | Entspannungsiseln erschaffen | 256 |

| | | |
|-----------|--------------------------------------|-----|
| 12 | Den Endspurt im Blick | 261 |
| 12.1 | Let's party! | 262 |
| 12.2 | Mit Niederlagen umgehen | 263 |
| 12.3 | Der Blick zurück | 264 |
| | | |
| 13 | Leinen los. Jetzt! | 267 |
| | | |
| | Übersicht – die Übungen | 271 |
| | | |
| | Über die Autorin | 273 |
| | | |
| | Literaturverzeichnis | 281 |
| | Stichwortverzeichnis | 283 |

Vorwort

Ich werde nie diesen Moment vergessen, als meine Kundin in unser Büro zum geplanten Coachingtermin kam.

Wir hatten uns zu diesem Zeitpunkt schon mehrere Male getroffen. Ihr Wunsch in Sachen Coaching war es, sich beruflich neu auszurichten, da sie im aktuellen Arbeitsumfeld aus verschiedenen Gründen extrem unzufrieden war. Sie fühlte sich ausgegallt, war frustriert und hatte das dringende Bedürfnis, etwas zu ändern, wusste aber nicht, wo genau und vor allem auch wie sie ansetzen sollte.

In den zurückliegenden Coachingterminen hatten wir gemeinsam herausgearbeitet, was alles in ihrer gegenwärtigen Situation für sie nicht stimmig war, und hatten auch diverse mögliche Handlungsoptionen identifiziert. Denn ich glaube fest daran, dass es nie die eine passgenaue Antwort auf eine Frage gibt, sondern einen ganzen Strauß an Optionen, die es nur herauszufinden gilt.

Im letzten Gespräch passierte es dann: Die Augen meiner Gesprächspartnerin fingen an zu strahlen und sie war auf einmal voller Energie, als sie ein für sich passendes, wirklich attraktives Ziel entdeckte. Ein Ziel, von dem sie sich nahezu magnetisch angezogen fühlte, das so eine Strahlkraft besaß, dass man die daraus resultierende Motivation im Raum regelrecht spüren konnte.

Solch einen Moment finde ich in meiner Arbeit als Business Coach immer wieder unglaublich faszinierend: Wenn der Fokus meines Gegenübers vom jeweiligen Problem hin zu einem attraktiven Ziel wechselt. Als Coach gebe ich selbstverständlich gerne Impulse, wie Menschen für sich attraktive Ziele entdecken. Das eigentliche Ziel kann ich natürlich nie vorgeben.

Aber das muss ich auch gar nicht. Denn fast immer existiert die Lösung für die jeweilige Fragestellung bereits und muss nur noch durch den Coachingprozess ans Licht gebracht werden.

Bevor ich meine Kundin zu einer weiteren Coachingsession wiedertraf, hatte sie in vorherigen gemeinsamen Meetings nicht nur ein für sich passendes Ziel entdeckt und jede Menge Motivation dafür gefunden, sondern auch bereits erste Gedanken in

Richtung Umsetzung entwickelt. Ich freute mich auf ein weiteres produktives Meeting mit ihr.

Aber als sie nun zum aktuellen Termin in meinem Büro erschien, war auf einen Blick klar, dass sich ihre Stimmung und die Motivation seit dem vorausgegangenen Treffen grundlegend geändert hatten. Das Strahlen in ihren Augen war weg, dafür gab es nach unten hängende Schultern und Anzeichen von Frust in ihrem Gesicht.

Was war zwischenzeitlich passiert?

Sie hatte mit Schwung und Elan und voller Motivation einigen Menschen in ihrem Umfeld von ihrem Ziel erzählt. Allerdings hatte sie nicht mit dem Gegenwind gerechnet, der ihr aus ihrem nächsten Umfeld teilweise heftig entgegenschlug. Denn nicht jeder, dem sie von ihrer Idee, ihrem neuen, großen und spannenden Ziel erzählte, teilte ihre Begeisterung. Das Gegenteil schien eher der Fall zu sein. Das negative Feedback reichte von mildem Zweifel bis hin zu verständnislosem Kopfschütteln und überlagerte interessanterweise bei meiner Klientin völlig die positiven Rückmeldungen, die sie auch erhalten hatte. Sie war aufgrund des Feedbacks so verunsichert, dass sie kurz davor war, an genau dem Punkt zu bleiben, an dem sie sich aktuell befand, nämlich den aktuellen Frust zu akzeptieren und lieber nichts zu ändern.

Als ich ihr dann von dem Konzept der in diesem Buch beschriebenen SUCCESS JOURNEY¹ erzählte, entdeckte sie für sich, dass das erhaltene Feedback nur eine Herausforderung auf dem Weg zu ihrem Ziel darstellte, aber noch lange kein Hinderungsgrund war.

Denn der Weg von der eigenen Ausgangssituation hin zu einem wirklich attraktiven, motivierenden und anziehenden Ziel ist leider so gut wie nie eine Gerade, sondern ein Weg, der auch Höhen und Tiefen umfasst, genauso wie Hindernisse, die bewältigt werden müssen.

Viele Menschen scheitern auf dem Weg zu ihrem Ziel. Und das ist vor allem deshalb bitter, weil sie oftmals gar nicht merken, wie nahe sie bereits am Ziel waren.

1 Mit dem Begriff SUCCESS JOURNEY ist das Konzept einer erfolgreichen Reise zu dem jeweiligen persönlichen Ziel gemeint. Ich verwende diesen Begriff als Leitgedanken und »roten Faden« im vorliegenden Buch, genauso wie in meinem Vortrag und meinem Podcast mit dem gleichen Titel.

Ich habe in den letzten Jahren sehr viele Menschen in Coachings und Workshops begleitet, damit sie die passenden attraktiven Ziele für sich entdecken, die eigene Reise zum Ziel planen und das jeweilige Ziel erreichen. So sind teils sehr spannende und erfolgreiche SUCCESS JOURNEYS, also tolle Reisen zum jeweils individuellen Ziel entstanden.

Aus diesen Coachings hat sich über die Jahre ein Konzept entwickelt, das ich in diesem Buch gerne mit Ihnen teile. Wenn Sie mir ein bisschen Zeit und Aufmerksamkeit schenken, nehme ich Sie mit auf eine erfolgversprechende Reise zu Ihren Zielen. Vom ersten Aufspüren eines möglichen Ziels über den wirksamen Umgang mit möglichen Hindernissen bis hin zum Feiern des tatsächlichen Erreichens Ihres Ziels. Lassen Sie uns gemeinsam einen Blick auf all die Hindernisse werfen, die auf der Reise zum Ziel auftauchen können, und lassen Sie uns auch anschauen, wie Sie mit diesen am besten umgehen. Sie werden unterwegs Zielpiraten erkennen, Glaubenssatzgebirge bezwingen, tückische Strategiesümpfe vermeiden und Stressklippen umschiffen lernen. Und das alles wird mit jeder Menge praxiserprobter Tipps kombiniert und schöpft gleichzeitig aus einem reichhaltigen Hintergrundwissen.

Seien Sie neugierig auf Ihre ganz persönliche SUCCESS JOURNEY. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg beim Umsetzen.

Claudia Hupprich
www.claudia-hupprich.com

Geleitwort von Dr. Renée Moore

Ich bin auf einer kleinen Farm in Texas aufgewachsen. Das Leben in meiner Familie war damals oft von vielen Sorgen geprägt. Tornados, Überschwemmungen, aber auch manchmal knappes Essen gehörten zu meiner Kindheit.

Mir war schon früh klar, was ich wollte, nämlich raus aus dieser Welt und erfolgreich und glücklich sein. Deshalb habe ich mir immer wieder anspruchsvolle und herausfordernde Ziele in meinem Leben gesetzt und diese mit viel Ehrgeiz und Motivation verfolgt. Anfangs lag mein Fokus auf einem guten Schulabschluss, deshalb habe ich oft schon morgens um 4 Uhr in der Frühe mit dem Lernen begonnen, um ein Stipendium für die Universität zu erhalten.

Dann kamen das Studium und meine Promotion in Neurowissenschaften. Anschließend startete ich eine steile Vertriebskarriere im Pharmabereich und realisierte danach meinen Traum von einem eigenen Unternehmen mit zehn Firmen in neun Ländern. Dieses Unternehmen habe ich sehr erfolgreich verkauft, um mich einem weiteren Traum zu widmen.

Heute erzähle ich in Vorträgen und Workshops, wie Menschen aus der Komfortzone heraus über ihre persönlichen Grenzen gehen können, um ihre eigenen Lebensträume zu verwirklichen.

Als Claudia mir von ihrem neuen Buchprojekt SUCCESS JOURNEY erzählte und mich fragte, ob ich Lust hätte, meine Gedanken zum Thema Ziele in diesem Geleitwort mit Ihnen zu teilen, musste ich nicht lange überlegen, sondern habe gerne von ganzem Herzen »ja« gesagt.

Claudia und ich haben uns vor einiger Zeit auf der Akademie der German Speakers Association (GSA) in einem meiner Workshops kennengelernt. Mittlerweile ist sie zertifizierte professionelle Vortragsrednerin, inspiriert viele Menschen in ihren Vorträgen, wie sie erfolgreich die Reise zu den eigenen Zielen unternehmen, und ist sogar Finalistin des Newcomer Awards der GSA. Sie ist eine echte Powerfrau: umsetzungsstark, authentisch, mit einer hohen Fachexpertise, die Herausforderungen gerne annimmt und sich von Rückschlägen nicht beeindrucken lässt.

Claudia unterstützt so wie ich Menschen und Organisationen, die Ziele erreichen möchten, und wir teilen beide die Leidenschaft, Menschen nach vorne zu bringen und sie dabei zu unterstützen, aus der eigenen Komfortzone herauszukommen und spannendes Terrain für sich neu zu entdecken.

Über das Thema »Ziele erreichen« ist bereits viel geschrieben worden. Braucht es denn noch dieses weitere Buch? Ich denke, ja, unbedingt. Denn SUCCESS JOURNEY unterscheidet sich überaus wohltuend von so manchem »Tschakka-du-schaffst-daschon-irgendwie«-Postulat. Das Buch nimmt uns als Leser mit auf eine gedankliche Reise, die gleichermaßen motiviert wie auch inspiriert. Mögliche Herausforderungen und Hindernisse auf dem Weg zum Ziel werden Ihnen mit eingängigen und teilweise sehr humorvollen Metaphern beschrieben, die überaus einprägsam und alltagstauglich sind und daher im Gedächtnis bleiben. Sie erfahren jede Menge Hintergründe zu den einzelnen Stationen der SUCCESS JOURNEY, einfach und wirklich gut verständlich erklärt. Und die vielen Impulse in Form von Übungen und Checklisten sind 100% praxistauglich und stellen sicher, dass Sie das Gelesene auch gleich umsetzen können.

Ich kann dieses Buch allen denjenigen nur ans Herz legen, die nicht länger bloß auf die Auf und Abs des Lebens reagieren wollen, sondern ihr Leben und den Weg zu ihren Zielen erfolgreich gestalten möchten.

Legen Sie los, hauen Sie eine Delle ins Universum, machen Sie sich auf den Weg zu Ihrem Ziel, denn es wartet darauf, von Ihnen entdeckt zu werden.

Herzlichst, Ihre Dr. Renée Moore
www.reneemoore.com

Über Dr. Renée Moore

Dr. Renée Moore ist »Deutschlands führende Motivations-Expertin« (RTL) und »The New Global Leader« (Huffington Post). In den letzten 15 Jahren bereiste sie die Welt als professionelle Motivationsrednerin und hat Zehntausende von Zuhörern in vielen Ländern Europas, Asiens und Lateinamerikas auf ihrem Weg zum beruflichen und persönlichen Erfolg inspiriert.

Was Ihnen dieses Buch bringt

Wenn Sie dieses Buch gelesen haben und die jeweiligen Inhalte umsetzen, dann werden Sie ...

- ... ein sehr gutes Verständnis davon haben, was ein für Sie persönlich wirklich sinnvolles Ziel ausmacht
- ... einen klaren Blick auf Ihre persönlichen Ziele erhalten
- ... genau verstehen, wie eine erfolgreiche Reise zu Ihren Zielen, sprich Ihre persönliche SUCCESS JOURNEY, von Ihnen gestaltet werden kann
- ... sinnvolle Handlungsalternativen auf dem Weg zu Ihren Zielen verstehen
- ... den Weg auswählen können, der zu Ihnen und Ihrer aktuellen Situation am besten passt
- ... einen erfolgversprechenden Umsetzungsplan aufstellen können, der Sie zu den von Ihnen gewählten Zielen bringt
- ... praktische Strategien zum Durchhalten besitzen, die Ihnen helfen, wenn es auf der Reise zu Ihren Zielen einmal anstrengend wird
- ... immun sein gegen irgendwelche »Tschakka-du-schaffst-das-schon«-Tiraden
- ... Lust haben loszulegen, um die Reise zu Ihren Zielen, Ihre SUCCESS JOURNEY, erfolgreich zu gestalten

So arbeiten Sie effektiv mit diesem Buch

Dieses Buch nimmt Sie mit auf eine imaginäre Reise. Es ist die Reise zu Ihren Zielen, vom Beginn der Zielfindung über die Vorbereitung dieser Reise, die einzelnen Reise-etappen bis hin zu Ihrem erfolgreichen Ankommen am Ziel.

Sie erfahren im ersten Kapitel, wie sich die Anforderungen an Ziele in unserer heutzutage sehr schnelllebigen Welt geändert haben und warum die alte SMART-Formel zwar nicht falsch ist, aber Sie auch nicht wirklich weiterbringt. Sie lernen eine neue Perspektive kennen, aus der Sie Ziele zukunftstauglich definieren und optimal für Ihre persönliche SUCCESS JOURNEY beschreiben können.

Im zweiten Kapitel erhalten Sie einen wichtigen Motivationsschub für Ihre Reise, der Sie nicht nur am Start, sondern auch auf allen weiteren Etappen begleiten wird. Sie lernen, zwischen linearen und nichtlinearen Planungsstrategien zu unterscheiden, und erhalten konkrete Praxistipps dazu, wie Sie die Stationen Ihrer persönlichen Reise zum Ziel, Ihrer SUCCESS JOURNEY, am besten planen. Sie erkennen, welche wichtigen »Must have«-Meilensteine Ihre Planung enthalten sollte und welche »Nice-to-haves« Sie sparen können, um wertvolle Zeit zu gewinnen.

Mit welchem Gepäck Sie bildlich gesprochen zu Ihrer Reise aufbrechen sollten, erfahren Sie in Kapitel 3. Hier geht es vor allem darum, den Fokus auf die eigenen Kompetenzen und Fähigkeiten sowie ein positives Selbstbild zu lenken – damit Sie gestärkt Ihre SUCCESS JOURNEY starten können. Und es gibt jede Menge Beispiele und Ideen dafür, was Sie für Ihre Reise zu Ihrem Ziel mit an Bord nehmen sollten.

Das vierte Kapitel ist eine Aufforderung an Sie, Ihre SUCCESS JOURNEY nicht als Einzelkämpfer durchzuziehen, sondern sich stattdessen frühzeitig zu überlegen, wer Sie auf dieser Reise unterstützen kann. Sie werden nach dem Lesen des Kapitels verstehen, warum es so viel entspannter und zielorientierter ist, geeignete externe Expeditionsexperten, sprich Zielunterstützer, für sich zu gewinnen, und bekommen Ideen, wann und wo Sie diese an Bord holen können.

Wie Sie Ihr »Dream-Team«, Ihre perfekte Mannschaft mit an Bord nehmen, verrät Ihnen das fünfte Kapitel. Sie lernen potenzielle Meuterer wie den Zwergenmacher,

Dunkelseher oder Druckmacher kennen und erhalten wertvolle Tipps dazu, wie Sie die für Sie passende Mannschaft für Ihre SUCCESS JOURNEY zusammenstellen.

Das sechste Kapitel widmet sich einer der größten Gefahren auf einer SUCCESS JOURNEY, nämlich dem Kapern der eigenen Ziele durch Zielpiraten. Sie lernen nicht nur einige dieser räuberischen Gesellen kennen, sondern bekommen auch praxistaugliche Strategien an die Hand, um Zielpiraten in der Zukunft schneller zu durchschauen und effiziente Abwehrstrategien parat zu haben.

Den Sumpf der schlechten Strategien betreten wir dann gemeinsam im siebten Kapitel. Hier handelt es sich nicht nur um extrem unwegsames Gelände, sondern es lauern dort auch jede Menge Gefahren in Form von teilweise sinnfreien und ineffektiven Strategien. Dieses Kapitel erklärt, woher schlechte Strategien kommen und wie schräg diese teilweise verlaufen. Sie werden auch verstehen, warum manche Strategien auf Autopilot laufen und wie Sie zukünftig verbale Köder, die andere Menschen Ihnen anbieten, erfolgreich ignorieren. Und Sie erhalten wirklich praxiserprobte Tipps dazu, wie Sie auf Ihrer SUCCESS JOURNEY mit den Strategien von nervigen Drama-Queens, unpraktischen Kinderlogikern und pflegebedürftigen Büroaffen in Zukunft am besten umgehen.

Im achten Kapitel heißt es dann: »Raus aus dem Sumpf und rüber über den Berg!« Nämlich den Glaubenssatzberg. Was es mit Glaubenssätzen so auf sich hat und warum diese nicht nur einen ungeheuren Referenzrahmen für unser menschliches Verhalten bilden, sondern negative Glaubenssätze auch zu regelrechten Glaubenssatzbergmassiven auf unserer Reise werden können, erfahren Sie in diesem Kapitel. Aber selbstverständlich nicht nur das. Sondern Sie erhalten eine Vielzahl an Tipps, wie Sie Glaubenssatzberge frühzeitig erkennen können, wie Sie diese bezwingen können oder – wenn Sie möchten – diese auch mit einer gezielten Sprengung in eine leicht überwindbare Schotterpiste verwandeln.

Sollten Sie sich auf Ihrer SUCCESS JOURNEY einmal im Wertedschungel verirren, hilft Ihnen das neunte Kapitel, aus diesem Dickicht wieder herauszufinden und klare Sicht auf Ihr Ziel zu bekommen. Sie werden erkennen, welchen wichtigen Einfluss Ihr persönliches Wertesystem hat und wie es eine Art Kompass auf der Reise zu Ihrem Ziel bildet. Und Sie lernen Schritt für Schritt Ihr eigenes Wertesystem zu verstehen, um stimmige Entscheidungen zu treffen und Ziele zu verfolgen, die kompatibel zu Ihren eigenen Werten sind.

Für den Fall, dass Ihre SUCCESS JOURNEY streckenweise nicht so läuft wie geplant und es langsamer oder viel stürmischer als geplant zugeht, erhalten Sie im zehnten

Kapitel eine Vielzahl von Ideen dazu, wie Sie erfolgreich wieder die Fahrt in einem für Sie angenehmen Tempo aufnehmen können. Der Auf- und Ausbau der eigenen Resilienzfähigkeit ist ein Teil davon. Dieses Kapitel zeigt Ihnen, wie das funktioniert.

Nach der Lektüre des elften Kapitels werden Sie die gefährlichen Stressklippen auf Ihrer SUCCESS JOURNEY entspannt umschiffen und einen klaren Blick und Fokus bewahren, um entspannt Ihr Ziel zu erreichen. Sie erhalten in diesem Kapitel nicht nur jede Menge Ideen und Praxistipps dazu, wie Sie Stressgefühle reduzieren, sondern auch wie Sie Entspannungsiseln erfolgreich in Ihren Alltag integrieren können, um stressfrei und gelassen zum Ziel zu gelangen.

Das zwölfte Kapitel schaut auf die letzte Etappe Ihrer SUCCESS JOURNEY. Hier erfahren Sie, wie Sie Ihre Erfahrungen aus der aktuellen Reise zu Ihrem Ziel in einen oft unterschätzten und unschätzbar wichtigen Mehrwert verwandeln, um daraus eine solide Basis für die nächste Reise zu schaffen.

Und das letzte Kapitel möchte Sie dazu anstiften und motivieren, sich das Zitat des Autors Neale Donald Walsch zu Herzen zu nehmen:

Das Leben fängt erst so richtig am Ende der eigenen Komfortzone an.
Neale Donald Walsch, Autor

Sie finden in diesem Buch immer wieder Ausschnitte aus Interviews mit verschiedenen Menschen, die berichten, wie sie ihre jeweils persönliche SUCCESS JOURNEY gemeistert haben. Selbstverständlich bleibt die Anonymität der jeweiligen Gesprächspartner gewahrt. Die verschiedenen Aspekte in Sachen Ziele und Zielerreichung haben mich in den vielen Gesprächen immer wieder fasziniert und berührt. Es sind Geschichten, die zeigen, mit welchen Herausforderungen man es auf dem Weg zum Ziel zu tun hat, wie man durchhält, wie man Zielunterstützer findet und wie man mit Zielpiraten umgeht. Lassen Sie sich von diesen Erfahrungsberichten inspirieren und nehmen Sie daraus das für Sie Passende mit.

Sie können die einzelnen Kapitel des Buchs unabhängig voneinander lesen, so wie es für Sie passt. Mein Tipp ist jedoch: Lesen Sie zu Beginn die einzelnen Etappen der SUCCESS JOURNEY nacheinander durch und widmen Sie sich danach ausführlich den Kapiteln, die aktuell die für Sie größte Relevanz besitzen.

Sie finden im Buch jede Menge praktischer Tipps und Hilfsmittel, wie zum Beispiel Übungen oder Checklisten, die Ihnen helfen, Ihre persönliche SUCCESS JOURNEY erfolgreich zu gestalten. Machen Sie aus Ihrem Buchexemplar nicht nur ein Buch zum Lesen, sondern ein echtes Arbeitsbuch, das Sie unterstützt, Ihre Ziele erfolgreich zu erreichen.

Nutzen Sie die freien Seiten für Ihre persönlichen Notizen, fügen Sie, wo auch immer Sie möchten, persönliche Gedanken schriftlich hinzu. Unterstreichen Sie, skizzieren Sie, notieren Sie, zeichnen Sie.

Lassen Sie Ihren Ideen freien Lauf!

Darüber hinaus stehen Ihnen alle im Buch enthaltenen Checklisten und Hilfsmittel sowie weitere praktische Übungen in digitaler Form zur Verfügung. Im Download-Bereich der Webseite www.success-journey.de erhalten Sie Zugang zu allen Materialien dieses Buchs sowie zusätzlichen Übungen und Checklisten.

Wenn man ein Buch schreibt, ist eine der obersten Maxime natürlich auch die Lesbarkeit. Aus diesem Grund verwende ich in den meisten Fällen die männliche Form eines Begriffs, da mich selbst als Leserin oft Formulierungen wie »Managerinnen und Manager« oder »Teamleiterinnen und Teamleiter« vom Inhalt eher ablenken. Wenn Sie also zum Beispiel »der Manager«, »der Teamleiter« oder »der Unternehmer« lesen, sind selbstverständlich damit auch immer Managerinnen, Teamleiterinnen oder Unternehmerinnen gemeint.

Wenn Sie Fragen, Hinweise und Anmerkungen zum Buch haben, freue ich mich über eine Nachricht von Ihnen successjourney@claudia-hupprich.com.

Viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg auf Ihrer persönlichen SUCCESS JOURNEY!

Ihre Claudia Hupprich



Mehr Informationen zum Thema Ziele erreichen finden Sie auch auf meiner persönlichen Website www.claudia-hupprich.com. Schauen Sie doch gleich einmal vorbei!

6 Zielpiraten richtig managen

Was Ihnen dieses Kapitel bringt



In diesem Kapitel verrate ich Ihnen, wie Sie erfolgreich mit einer der größten Gefahren auf dem Weg zum Ziel umgehen: mit Zielpiraten! Sie werden nicht nur einige dieser räuberischen Gesellen kennenlernen, sondern, nachdem Sie dieses Kapitel gelesen haben, Zielpiraten in Zukunft schnell erkennen. Außerdem werden Sie deren Strategien zukünftig schneller durchschauen und sich dadurch erfolgreich wehren können. Übrigens, um möglichen Missverständnissen vorzubeugen: Bei den Zielpiraten handelt es sich, anders als bei den Mitgliedern des inneren Teams aus dem vorherigen Kapitel, um ganz reale Menschen.



Kennen Sie dieses Glitzern in den Augen eines Menschen, wenn er Ihnen von einem großen Wunsch erzählt? Wenn er sich vorstellt, wie es wäre, am Ziel schon angekommen zu sein, und dieses Zielbild genießt?

Und wissen Sie auch, wie man dieses Funkeln, dieses Glitzern direkt wieder abstellen kann? Meistens genügt dazu eine einzige Frage: »Und, wie weit bist du denn schon?« Dann ist das Funkeln in den Augen des Gesprächspartners meistens sofort weg. Als wenn man es mit einem Lichtschalter ausgeknipst hätte. Klack, aus. Denn aus einem Wunsch ein konkretes Ziel zu machen, ist manchmal alles andere als trivial.

Viele von uns laufen jahrelang mit einem großen Wunsch durch das Leben, ohne dass irgendetwas Nennenswertes zu seiner Verwirklichung passiert. Vielleicht kennen ja auch Sie das Gefühl, wenn der Wunsch ein Wunsch bleibt und das Ziel noch in weiter Ferne ist?

Ich gebe offen zu, ich hatte einmal einen solchen Wunsch: Denn ich wollte meinen eigenen Namen auf einem Buchcover sehen. In meiner Wunschwelt hatte ich mir das wunderbar vorgestellt. Ein Buch von mir selbst geschrieben, beim Buchhändler des Vertrauens oder auch online erhältlich. Meine Kunden, Menschen aus meinem Netzwerk, Freunde, sie würden staunen, wenn das Buch erscheinen würde. Aber es gab auch jede Menge Gründe, warum aus diesem Wunsch lange Zeit kein Ziel und entsprechend auch keine Realität wurde: die Gründung des eigenen Beratungsunternehmens, die Renovierung eines großen Hauses, neue Projekte, die Liste an Erklärungen war lang.

Manchmal schlummerte der Wunsch so vor sich hin, jedoch vergessen war er nie. Und wenn jemand in meinem Umfeld, aus meinem Netzwerk, ein Buch veröffentlicht hatte, war ich buchstäblich grün vor Neid und der Wunsch war wieder fordernd und präsent.

Als ich einer Bekannten dann von einem anstehenden neuen Vortrag erzählte, fragte sie: »Das Vortragsthema klingt total spannend. Wäre das nicht auch eine Idee für ein Buch?«

Diese Frage war eine Art Schlüsselmoment, denn ich merkte, dass es zum Schreiben eines Buches keinen perfekten Zeitpunkt gibt. Anstatt auf den richtigen Zeitpunkt zu warten, muss man aus dem Wunsch ein Ziel machen, dieses konkretisieren und

dann loslegen. Als sich diese Erkenntnis in meinen Gedanken formte, hat mich das ungemein motiviert. Also habe ich recherchiert, die Buchidee skizziert und Exposé an Verlage geschickt.

Und dann kamen erste Zweifel auf: Schaffe ich das? Das kriege ich bestimmt nie hin. Auf welchem Stapel landet mein Exposé bei den Verlagen? Wer kennt mich schon? Ist mein Thema überhaupt spannend genug? Oder liegt mein Exposé eventuell schon längst in einem Altpapiercontainer mit dem Schild »belanglose Exposé von unbekanntem Mochtegernautoren«?

Zum Glück kam mir in dieser Zeit des Zweifelns eine gute Idee. Denn ich hatte kurz vorher in einem Artikel von den Ergebnissen einer Studie der Emory University Atlanta gelesen. Die Studienergebnisse besagten kurz gesagt: Je mehr Gäste bei einer Hochzeitsfeier teilnehmen, desto länger hält die Ehe. Dieses Studienergebnis hatte zwar auf den ersten Blick nicht direkt etwas mit meiner potenziellen Autorenkarriere zu tun, aber wurde – auf mein Anliegen adaptiert – zu einem wichtigen Motivator. Denn ich dachte mir: Je mehr Menschen ich von meinem Ziel erzähle, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass ich mein Ziel erreiche. Ich habe also immer dann, wenn sich eine Gelegenheit bot, meinen Mitmenschen erzählt, dass ich ein Buch schreibe. Freunde, Kollegen, Kunden, sogar die Bäckereifachverkäuferin um die Ecke wusste: Die Claudia Hupprich schreibt ein Buch!

Und dann habe ich etwas gehört: Feedback.

»Du willst wirklich ein Buch veröffentlichen?«

»Ich meine es ja nur gut mit dir, aber ist Schreiben wirklich dein Ding?«

»Also wirklich, einen Verlag zu finden ist heutzutage total schwer, fast unmöglich, wie ein Sechser im Lotto.«

Natürlich habe ich dann nachgehakt, ob der jeweilige Mensch, von dem ich das Feedback erhalten hatte, mir vielleicht Tipps geben oder seine Erfahrungen zum Thema Autorenkarriere mit mir teilen könnte. Es ging mehr darum, aus den Erfahrungen anderer zu lernen beziehungsweise so meine SUCCESS JOURNEY zu verfolgen und Buchautorin zu werden. Aber die Antworten auf meine Nachfragen liefen immer nach dem gleichen Schema: »So konkret kann ich jetzt leider keine Tipps geben ...

aber das weiß man doch ... also das ist doch klar ... ein Buch veröffentlichen ... da scheitern doch die meisten ...«

Wissen Sie, was ich gemacht habe, wenn mich diese Kommentare mal wieder frustrierten und ich spürte, wie Zweifel in Bezug auf mein Ziel aufkamen? Ich habe mich in eine Buchhandlung gestellt und Druckerschwärze förmlich eingeatmet. In den vergangenen Jahren gab es jedes Jahr mehr als 70.000 Neuerscheinungen auf dem Buchmarkt. Ist es wirklich so schwer, ein Buch zu veröffentlichen?

Heute weiß ich: Es ist selbstverständlich kein Spaziergang. Aber es ist definitiv machbar.

*Andere können dich vorübergehend aufhalten.
Du bist der Einzige, der es dauerhaft tun kann.*
Hilary Hinton »Zig« Ziglar, Motivationstrainer

Hätte ich damals auf die Kommentare einiger Zeitgenossen gehört, wäre mein erstes Buch »Wuselmanagement: Wie Sie den inneren Kritiker für sich gewinnen« nie erschienen.

Wie wäre es also, wenn man sich auf eine SUCCESS JOURNEY begibt und sich von Anfang an innerlich dafür wappnet, dass ein Großteil des Feedbacks eventuell nicht positiv ist? Wie geht man damit um, wenn ein großer Teil der Menschen an den eigenen Ideen oder Zielen herumnörgelt?

Für Menschen, die notorisch und beharrlich an den Zielen anderer herumnörgeln, habe ich mittlerweile einen Begriff gefunden: Zielpiraten!

Zielpiraten sind Menschen, die – wenn wir Kurs auf ein Ziel nehmen – unsere Wege kreuzen und unsere Ziele kapern.

Und wie Sie Zielpiraten zukünftig erkennen, damit Sie verhindern können, dass diese Zeitgenossen Sie von Ihrer SUCCESS JOURNEY abbringen und Ihre Ziele kapern, erfahren Sie in diesem Kapitel.

6.1 So erkennen Sie Zielpiraten

Man kann Zielpiraten leider optisch nicht erkennen. Sie besitzen keine Augenklappe, haben auch keinen Piratenhut auf. Sie passen in kein Farbschema, sind nicht schwarz oder weiß oder kariert (höchstens manchmal kleinkariert).

Man kann sie aber an dem erkennen, was sie sagen. Denn es handelt sich meistens um Feedback, das in einem Kostüm aus Wertschätzung daherkommt, aber in Wirklichkeit alles andere als wertschätzend ist.



Hier ein paar Beispiele:

- »Vielen Dank, das war eine interessante, informative Präsentation. Das hätte ich Ihnen so gar nicht zugetraut.«
Nach dem initialen Kompliment folgt direkt ein offensichtlicher Schlag in die Magengrube.
- »Wissen Sie, ich war ja erst einmal skeptisch. Aber jetzt muss ich zugeben: Ihre Präsentation war eigentlich schon mal ein ganz guter Anfang.«
Dieses vermeintliche Kompliment ist besonders dann bitter, wenn Sie sich tage- oder wochenlang auf die Präsentation vorbereitet haben. Denn Ihr Ziel war vermutlich nicht »ein guter Anfang«, sondern eine wirklich gute Präsentation.
- »Eine wirklich nette Präsentation, für eine Frau haben Sie eine gute Stimme.«
Ein Kommentar hierzu ist mit Sicherheit überflüssig.

Seien Sie daher wachsam, wenn Sie das nächste Mal Feedback erhalten, das sich im ersten Moment wie eine positive Rückmeldung anhört, aber in Wirklichkeit alles andere als wertschätzend ist. Sie könnten es mit einem Zielpiraten zu tun haben.

Die folgende Übung hilft Ihnen, wertschätzendes Feedback zu identifizieren.

Übung: Feedback auf Augenhöhe

Wenn Sie Feedback von jemandem erhalten, können Sie anhand der folgenden Kriterien feststellen, ob die jeweilige Rückmeldung wirklich klar und wertschätzend für Sie ist.

- Erfolgt das Feedback aus einer wohlwollenden Haltung heraus?
- Erzählt der Feedbackgeber, welches Potenzial er in mir sieht?
- Passt das Feedback zum Ort und zur Zeit?
- Wirkt das Feedback auf mich professionell?
- Nimmt mein Gesprächspartner wahr, dass ich das Feedback spontan nicht teile?
- Passt das Feedback zur aktuellen Situation?
- Gibt es Generalisierungen, Verzerrungen oder Tilgungen?
- Hat der Feedbackgeber Erfahrungen in Bezug auf die aktuelle Situation?
- Und wenn ja, inwieweit sind dies Impulse, die ich auf meine SUCCESS JOURNEY mitnehmen möchte?
- Was wäre, wenn die von meinem Feedbackgeber formulierten Hinweise wenig oder keine Relevanz für meine SUCCESS JOURNEY hätten?

Seien Sie aufmerksam, wenn Sie Feedback erhalten, besonders dann, wenn Sie dieses Feedback nicht eingefordert haben.

Nehmen Sie Feedback nicht immer für bare Münze, sondern hinterfragen Sie den Ursprung und die Motivation des Feedbacks. So kommen Sie potenziellen Zielpiraten auf die Spur.

6.2 Die Weisheiten von Herrn Weisses

Zielpiraten geben einem manchmal nicht nur Feedback, sondern sie werden sogar übergriffig. Sie klinken sich in eine Situation ein und bewerten diese, ohne dazu jemals eine Einladung von Ihnen erhalten zu haben.

Stellen Sie sich einmal die folgende Situation vor:

Sie haben gerade dem Vorstand die neue Geschäftsstrategie für den Markt in Korea vorgestellt. Sie haben sich lange und ausgiebig auf diesen wichtigen Termin vorbereitet. Nach Ihrer Präsentation kommt Ihr Kollege, nennen wir ihn Herr Weisses, auf Sie zu. Pfeilgrade, jovial, ganz gönnerhaft und fragt Sie mit einem Lächeln auf den Lippen: »Entschuldigung, kann ich Ihnen einmal Feedback zu Ihrer Präsentation geben?«

Ihre Antwort sollte jetzt davon abhängen, ob Herr Weisses ein Zielpirat ist oder nicht. Wenn nein, dann können Sie ihm gefahrlos zuhören. Wer weiß, vielleicht ist er ja sogar ein Koreakenner und kann Ihnen noch wertvolle Tipps geben?



Wenn Sie aber wissen, dass Herr Weisses ein unternehmensweit bekannter Zielpirat ist, dann sollte Ihre Reaktion besser davon abhängen, wie die Präsentation lief:

Nehmen wir an, dass Sie nicht nur überaus zufrieden mit Ihrer Leistung sind, sondern darüber hinaus sogar den Vorstand so begeistert haben, dass es stehende Ovationen gab. Sie fühlen sich an diesem Tag auf Ihrem mentalen Höhepunkt und möchten am liebsten »die Welt rocken«. In diesem Fall können Sie Herrn Weisses seine Weisheiten in Ruhe aussprechen lassen. Nicken Sie am besten mit Ihrem sympathischsten Lächeln, antworten Sie ihm freundlich mit einem »gerne« und stellen Sie dann Ihre Ohren auf Durchzug, denn die Gefahr ist hoch, dass Sie von dem Zielpiraten nichts Wertschätzendes oder Unterstützendes hören werden.

Wenn Sie mit Ihrer Leistung aber nicht zufrieden sind, weil beispielsweise der Vorstandsvorsitzende mit dem Handy gelangweilt gespielt hat, es nur dünnen Applaus gab und sie auch noch zwei wichtige koreanische Wörter verwechselt haben, dann wäre es besser, den Zielpiraten Weisses stehen zu lassen. Denn nach einer wenig gelungenen Präsentation benötigt niemand das Feedback von Zielpiraten. Das können Sie ja höflich machen. Wobei – manchmal hat Höflichkeit ja auch ihre Grenzen. Gerade Zielpiraten gegenüber.

Wenn Sie Ihren Kollegen Weisses gut kennen und sich sicher sind, dass er ein Zielpirat ist oder eben nicht, dann können Sie leicht entscheiden, welche der beiden Alternativen Sie wählen. Aber wenn Sie ihn weniger gut kennen und die Entscheidung deshalb nicht so einfach ist, ist mein Tipp: Jeder hat einen Schuss frei.

Dann wissen Sie nämlich für das nächste Mal, in welches Schatzkästchen Sie ihn packen können. In das rote mit den Zielpiraten oder in das grüne mit den Unterstützern, den Menschen, die es gut mit Ihnen meinen.

Aus der Praxis

»Mein Vortrag war fertig, die Konferenz vorbei und ich hatte gerade die Bühne verlassen, als er auf mich zukam. ›Entschuldigung, Herr ..., darf ich Ihnen einmal Feedback geben zu Ihrem Vortrag?‹

Was soll man da sagen? Eigentlich wollte ich zu meinem Auftraggeber, mir Feedback von ihm holen, mit ihm noch ein bisschen quatschen. Aber ich wollte auch nicht unhöflich sein. Also habe ich geantwortet: ›Ja, gerne.‹ Obwohl das ehrlich gesagt eher halbherzig gemeint war.

Womit ich dann aber überhaupt nicht gerechnet habe, war, eine Litanei von Punkten zu hören, die angeblich in meinem Vortrag verbessert werden könnten. Es war wie ein unbezahltes Vortragscoaching, mit dem Unterschied, dass ich diese Art von Feedback gar nicht bestellt hatte. Der Knaller war dann der Abschluss, als sich mein Gegenüber vorbeugte und sagte: ›Wissen Sie, ich möchte ja auch mal ein professioneller Vortragsredner werden!‹ Augenzwinkern inklusive.«

Unternehmer und professioneller Vortragsredner

6.3 Was Fake News mit Spinat zu tun haben

Die Kommentare von Zielpiraten sind teils einfach fahrlässig, aber manchmal auch hochgradig verunsichernd oder sogar verletzend.

Ihre Kommentare hören sich an wie Fakten, sind aber meist nur begründet auf Meinungen.

Aus der Praxis

»Die vergangenen Jahre bin ich kontinuierlich die Karriereleiter hochgeklettert. Irgendwann hatte ich das Gefühl, dass ich quasi die letzte Sprosse der Leiter erreicht hatte, dass es für mich in der Firma keine Möglichkeiten zur Weiterentwicklung mehr gäbe. Da habe ich mich gefragt: ›War es das? Soll das im Job alles gewesen sein? Soll ich bis zur Pensionierung in meinem aktuellen Job bleiben? Oder vielleicht noch einmal etwas ganz Neues wagen?‹ Bald wurde mir klar, dass ich etwas Neues für mich entdecken möchte. Gemeinsam mit meinem Coach habe ich überlegt, welche Optionen für mich interessant sein könnten.

Irgendwann stand fest: Ich möchte meinen langjährigen Traum, mich selbstständig zu machen, endlich umsetzen. Ich war von dieser Idee wie beseelt und habe sie begeistert Menschen, denen ich vertraue, erzählt. Doch ich musste feststellen, dass die wenigsten meine Begeisterung teilten: ›Bist du nicht schon ein bisschen zu alt für so einen Schritt? Was sagt denn deine Frau dazu? Denk doch an deinen schicken Firmenwagen!‹ Die Liste an negativen Kommentaren wurde immer länger und hat mich anfangs total entmutigt. Bis ich gemerkt habe, dass ich – wenn ich auf diese ganzen Zweifler höre – weiterhin auf der Stelle trete.«

Manager, TK-Branche

Einer meiner Kunden hatte, wie im obigen Praxisbeispiel beschrieben, den Traum, sich selbstständig zu machen. Und da es in seinem aktuellen Job gerade nicht so wirklich rund lief, beschloss er, nach Rücksprache mit seiner Familie aus dem Traum ein konkretes Ziel zu machen und diesen Schritt zu wagen. Er entwickelte in seiner Freizeit an vielen Abenden und Wochenenden konkrete Antworten auf wichtige die Selbstständigkeit betreffende Fragen: Wer und wo sind meine potenziellen Kunden?

Wie werde ich diese ansprechen? Wie kann ich ihnen einen echten Mehrwert mit meiner Dienstleistung bieten? Welche Risiken muss ich beachten? Als er zu mir ins Coaching kam, war ich erstaunt, in welcher Breite und Tiefe er sich bereits zu seinem angestrebten Geschäftsmodell Gedanken gemacht hatte.

Und dann sagte er sinngemäß: »Wissen Sie, ich würde so gerne den Menschen in meinem Umfeld von meiner Geschäftsidee erzählen. Aber jedes Mal, wenn ich das tue, höre ich, warum das nicht geht, warum ich das lieber bleiben lassen sollte. Wenn es ja wenigstens konkrete Kritikpunkte wären.«

Mein Kunde hörte damals von sehr vielen Seiten, warum der Schritt in die Selbstständigkeit todsicher sein finanzieller Ruin sein würde. Davon waren alle in seinem Umfeld überzeugt. Interessanterweise vor allem diejenigen, die nicht selbstständig waren oder vorher auch noch nie den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt hatten.

Natürlich muss dieser Schritt gründlich überlegt und geplant sein. Ein wohlüberlegtes Geschäftsmodell und ein sorgfältig ausgearbeiteter Businessplan sind eine von mehreren Grundvoraussetzungen.

Aber wie risikoreich ist denn der Schritt in die Selbstständigkeit, wenn man vom möglichen Feedback der Zielpiraten hin zur Faktenlage schwenkt?

Laut dem Gründungsmonitor 2019 der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) haben sich in Deutschland im Jahr 2018 rund 547.000 Menschen selbstständig gemacht und ein Unternehmen gegründet.

Dabei lagen Neugründungen wie in den Jahren zuvor auch schon im Trend: Vier von fünf Existenzgründern machten sich selbstständig, indem sie unternehmerische Strukturen erstmalig aufbauten. Jeder vierte Gründer hatte auch Mitarbeiter.

Ein Unternehmen zu gründen, ist die eine Sache. Aber wie erfolgreich sind diese Gründungen im zeitlichen Verlauf? Auch da kann die Kreditanstalt für Wiederaufbau Zahlen vorlegen. In den von ihr analysierten Daten zeigt sich ein stabiles empirisches Muster, das 3-30-Faustregel genannt wird: Im Laufe von drei Jahren beenden rund 30% der Gründer aktiv ihre Geschäftstätigkeit wieder. Ob man das als großes Risiko sehen möchte oder nicht, muss jeder Mensch für sich selbst entscheiden. Und das hat mit der Gretchenfrage zu tun, ob ein Glas halb voll oder halb leer ist.

Fakt ist: 70% der Gründerinnen und Gründer sind nach drei Jahren immer noch im Geschäft. Die eine vielleicht erfolgreicher als der andere.

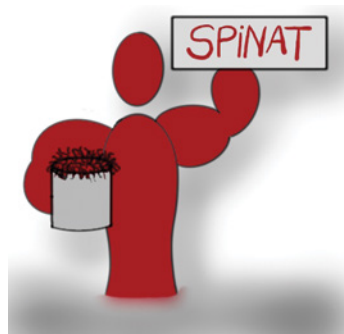
Besonders interessant ist im KfW-Gründungsreport die Frage, warum Menschen die Existenzgründung wieder abbrechen. Man könnte vermuten, dass es finanzielle Zwänge wären, weil die Gründungsidee eben nicht funktioniert. Dies passiert natürlich, ist aber nicht der Hauptgrund. Die meisten Gründer brechen aus persönlichen Gründen ab und nicht aus einem unmittelbaren wirtschaftlichen Zwang. Zu diesen Gründen gehören zum Beispiel die familiäre Belastung, Stress, Krankheit oder eine bessere Jobalternative.

Das wirft doch ein ganz anderes Licht auf die Frage, ob der Schritt in die Selbstständigkeit hochrisikoreich ist oder nicht – oder?

Das Feedback, das mein Kunde damals hinsichtlich seines geplanten Schritts in die Selbstständigkeit erhielt, war hoffentlich jeweils gut gemeint, spiegelte aber nicht die Faktenlage wider. Solche gut gemeinten Ratschläge sind oftmals nichts anderes als emotionale Fake News. Man glaubt, dies schon oft gelesen oder gehört zu haben, hat aber selbst dazu keinen wirklichen Erfahrungsschatz.

Dann erhält die Aussage »Der Schritt in die Selbstständigkeit wird bestimmt dein finanzieller Ruin sein« den gleichen belastbaren Wahrheitsgehalt wie die Aussage »Spinat enthält viel Eisen«. Denn diese Aussage ist auch ein Paradebeispiel für einen Irrtum, der durch ständige Wiederholung zur vermeintlichen Wahrheit wurde, an den selbst Ärzte glaub(t)en.

Die Legende, dass Spinat viel Eisen enthält, ist älter, als viele Menschen denken: Bereits 1890 bestimmte der Physiologe Gustav von Bunge korrekt den Eisengehalt von Spinat auf exakt 35 Milligramm je 100 Gramm Spinat. Dass seine Ergebnisse auf getrocknetem Spinat basierten und sich daher nicht auf Tiefkühlspinat oder frischen Spinat übertragen lassen, zudem das tatsächlich in Spinat enthaltene Eisen für Menschen noch nicht einmal per Verdauung



verwertbar ist, wurde lange Zeit von der Öffentlichkeit ignoriert. Ganz im Gegenteil, bereits 1929 entstand die legendäre Comicfigur Popeye, der Seemann, der seine Stärke aus dem Verzehr unzähliger Dosen Spinat gewann. Die darauf nachfolgenden Generationen hatten das Nachsehen. Wie viel Spinat wohl auf Kindertellern gelandet ist mit der Begründung des hohen Anteils an Eisen? Korrekt wäre es vielmehr gewesen, dem eigenen Nachwuchs die Vorzüge des Gemüses mit seinem Vitamin-, Eiweiß- und Mineralgehalt zu begründen.

Hören Sie daher genau hin, wenn Ihnen jemand demnächst vermeintliche Weisheiten auftischen will, die objektiv keine sind.

Handelt es sich bei dem Gehörten eventuell um eine hartnäckige Legende, wie bei der Mär vom Spinat und Eisen?

Schauen Sie sich die Faktenlage an und entscheiden Sie selbst.

Aus der Praxis

»Als mir meine Firma vor vielen Jahren anbot, eine wirklich interessante Position bei einer unserer asiatischen Dependancen zu übernehmen, war ich erst hin- und hergerissen. Es war wirklich eine einmalige Gelegenheit, aber was würde meine Familie dazu sagen? Nachdem wir uns zusammengesetzt und das Ganze ausführlich diskutiert hatten, war aber klar: Wir machen das zusammen! Ich habe mich total darüber gefreut. Was mich dann aber überrascht hat, war die Reaktion meines näheren Umfelds.

Da gab es Menschen, die waren davon überzeugt, dass das Ganze eine Katastrophe werden würde. Und diese Leute haben mich an ihren Überzeugungen auch immer wieder teilhaben lassen: »Wie kannst du das deiner Familie antun, also in dieses Land zu ziehen? Was wird deine Frau dort machen? Was, wenn deine Kinder sich dort nicht wohlfühlen?«

Ich war irgendwann an einem Punkt, an dem ich wirklich gezweifelt und mich gefragt habe, ob wir das Ganze nicht doch abblasen sollen.

Zum Glück haben wir das nicht getan. Jeder von uns, meine Frau, meine Kinder und ich, erinnert sich noch heute an die spannende Zeit dort und die tollen Menschen, die wir kennengelernt haben.«

Manager, Logistikunternehmen

Selbstverständlich kann man den Kontakt mit Zielpiraten nicht immer vermeiden. Sie werden im Leben immer wieder auf Menschen treffen, die Ihnen erzählen, warum Ihr Ziel angeblich nicht das richtige ist, Sie es nicht erreichen können, oder Ihnen dieses oder jenes auf dem Weg zum Ziel »madig« machen wollen.

Seien Sie jedoch kritisch, besonders wenn Ihr Gesprächspartner nachweislich keine Erfahrung auf diesem Gebiet hat und seine Meinung auf Fake News ähnlich der Legende vom eisenhaltigen Spinat basiert.

Manche Menschen geben nie Feedback, andere dafür umso lieber. Wenn Sie Feedback erhalten, ist es daher wichtig, dass Sie es richtig einordnen können und verstehen, ob Sie dieses Feedback aktuell auf Ihrem Weg unterstützt oder nicht.

Ordnen Sie Feedback, das Sie in Bezug auf Ihre Ziele und deren Umsetzung erhalten, am besten nach den folgenden Kategorien und Sie werden merken, wie Sie schneller zwischen hilfreichen und fragwürdigem Feedback unterscheiden können.

Das Feedback der Uninformierten

Hier handelt es sich um Feedback von Menschen, die eine Meinung zu etwas haben, von dem jeweiligen Themengebiet sie bei genauerem Hinsehen aber keine Ahnung haben. Die Meinung basiert auf hartnäckigen Legenden, Sie wissen schon, die Sache mit dem Spinat, oder auf eigenen langjährig gepflegten Glaubenssätzen wie zum Beispiel »Schuster, bleib bei deinen Leisten«. Manchmal basiert das vermeintliche Wissen dieser Gruppe auch auf fragwürdigen Schlagzeilen aus Print, Funk oder Fernsehen oder auf schrägen Erkenntnissen aus der Social-Media-Welt. Feedback aus dieser Liga können Sie getrost ignorieren oder höflich durchwinken.

Das Feedback der Neider

Menschen geben auch aus bestimmten inneren Beweggründen Feedback (egal ob informiert oder uninformatiert). Vielleicht haben Sie ja schon einmal von der sogenannten Krabbenkorb-Metapher, im Englischen »crab bucket theory«, gehört?

Die Krabbenkorb-Metapher besagt, dass eine einzelne Krabbe aus einem Eimer alleine recht gut herauskommen würde und dass, wenn es sich um einen ganzen Eimer voller Krabben handeln würde, die Situation völlig anders aussähe. Denn dann würden die sich im Eimer befindenden Krabben eine Krabbe, die den Auf- und Ausstieg wagt, immer wieder in den Eimer zurückziehen.

Haben die Krabben die Mission, die ausbrechende Krabbe, also diejenige, die den gemeinsamen Eimer verlassen möchte, wieder herunterzuziehen in den Eimer?

Biologisch betrachtet eher nicht. Es handelt sich stattdessen um einen Instinkt, aufgrund dessen die Krabbe, wenn sie etwas wahrnimmt, das sich über ihr befindet und beim Aufstieg im Eimer hilfreich sein könnte, dieses Etwas gerne festhält.

Ähnliches passiert nicht nur bei Krabben. Auch unter uns Menschen gibt es Zeitgenossen, die andere beim Versuch, neue Wege zu beschreiten, mit Absicht oder versehentlich wieder in den – um bei der Metapher zu bleiben – buchstäblichen Krabbeneimer ziehen. Es gibt dazu ein wunderbares Zitat aus dem Internet ohne Quellenangabe:

*Alle sagten immer, das geht nicht, und dann kam einer,
der wusste das nicht und hat es einfach gemacht.*

Unbekannter Autor

Achten Sie darauf, ob das Feedback, das Sie erhalten, eventuell von einem Neider, sprich einem »Krabben-in-den-Eimer-Zieher«, stammt.

Ein solches Feedback sollten Sie schnellstmöglich dort lassen, wo es hingehört: im besagten Eimer.

Das Feedback der Beschützer

Dieses Feedback ist definitiv kein Feedback aus der Gruppe der Neider, sondern es entstammt einer positiven Absicht, die es zu würdigen gilt. Je nachdem, wie groß, wie ungewöhnlich, wie gewagt das Ziel eines Menschen ist, werden auch die Kommentare der möglichen Zielpiraten, die dieser Gruppe der Beschützer zugeordnet werden können, sein. Und was in diesem Kontext groß, ungewöhnlich oder gewagt ist, liegt natürlich ganz im Auge des Betrachters.

Das Motto der Beschützer ist »Ich meine es doch nur gut mit dir« und das ist in den meisten Fällen auch tatsächlich so gemeint.

Das Problem ist nur: Es tut de facto nicht gut. Dieses Feedback hält einen, wenn es ernst genommen wird, im vorher beschriebenen »Krabbeneimer« fest, obwohl dies nicht die Intention des Urhebers ist.

Nehmen Sie das Feedback der Beschützer deshalb als wohlwollenden Ratschlag, aber nicht als richtungsweisend, wenn es darum geht, Ihre SUCCESS JOURNEY zu starten, durchzuführen oder zu beenden.

Der Ratschlag der Insider

Die letzte Kategorie beinhaltet Feedback von Menschen, die – um eine englische Redewendung zu nutzen – sagen können »been there, done that«, was so viel bedeutet wie: »Ich weiß genau, worum es geht, denn ich war schon einmal in der gleichen Situation.«

Das Feedback der Insider ist nicht immer einfach einzuordnen.

Manchmal handelt es sich um echte »Gold Nuggets«. Wenn Ihnen zum Beispiel jemand davon berichtet, wie etwas in der jeweiligen Erfahrungswelt nicht funktioniert hat, und Sie daraus für sich die richtigen Rückschlüsse ziehen können, ist das natürlich Gold wert.

Umgekehrt muss es natürlich nicht bedeuten, dass das, was für einen Menschen in seiner Erfahrungswelt nicht funktioniert hat, auch für Sie nicht funktionieren wird.

Seien Sie dankbar, wenn jemand eine Erfahrung mit Ihnen teilt, die auf Ihrer SUCCESS JOURNEY für Sie relevant sein könnte. Und halten Sie sich immer vor Augen, dass es zwei verschiedene Arten von Erfahrungen gibt, die die Experten mit Ihnen teilen. Dies sind zum einen Erfahrungen, bei denen es nachlässig wäre, wenn man sie missachten würde.

Ein gutes Beispiel dafür ist die Vorbeugung gegen Skorbut. Im Zeitalter der Entdecker und Seereisen war Skorbut die Haupttodesursache bei Seeleuten. Vasco da Gama verlor zum Beispiel zwei Drittel seiner Besatzung, weil die notwendige Versorgung

an Vitamin C fehlte. Und seine Besatzung waren nicht die einzigen Leidtragenden. Es gibt unzählige dokumentierte Fälle in der Geschichte, in denen Menschen aufgrund von Skorbut gestorben sind.

Ein Mangel an Vitamin C trat massenhaft auch noch im 20. Jahrhundert während des Ersten und Zweiten Weltkriegs auf. Es wäre deshalb absolut sträflich, diese Erkenntnis heutzutage zu ignorieren, wenn man eine Weltumsegelung plant.

Zum anderen gibt es Erfahrungen von Experten, die mit Vorsicht genossen werden müssen.

Nicht alles jedoch, was vorgestern oder gestern galt, ist heute immer noch wahr. Die Erde ist für uns schon lange keine Scheibe mehr und der Spinat in Popeyes Dosenfutter enthält weniger Eisen als geglaubt. Was also gilt eventuell nicht mehr, was die Experten aufgrund ihrer Erfahrungen heute noch erzählen? Welche Wahrheit schwankt oder ist sogar irrelevant in der aktuellen VUKA-Welt? Und was macht das mit Ihren Zielen und der Reiseroute dorthin?

Zielpiraten agieren manchmal ganz versteckt, quasi »undercover«, aber viele andere Male ganz offensichtlich.

Übung: Zielpiraten-»Talk« entlarven

Machen Sie es sich zur Gewohnheit, Feedback, das Sie von potenziellen Zielpiraten erhalten, einer kurzen Überprüfung zu unterziehen:

- Handelt es sich um Feedback von Uninformierten?
Dann stellen Sie, wenn möglich, Ihre Ohren auf Durchzug. Selbstverständlich könnten Sie die Informationslücke Ihres Gegenübers auch schließen, aber mal ganz ehrlich: Dafür ist Ihre Zeit doch zu wertvoll, oder? Und nicht jeder Uninformierte möchte mit neuem Wissen beglückt werden. Sparen Sie sich die Mühe lieber und konzentrieren Sie sich auf Ihre SUCCESS JOURNEY.
- Handelt es sich um Feedback von Neidern?
In diesem Falle: »Herzlichen Glückwunsch!« Schon Wilhelm Busch wusste, dass Neid die aufrichtigste Form der Anerkennung ist. Auch Arthur Schopenhauer schrieb einst, dass in Deutschland die höchste Form der Anerkennung Neid ist. Und selbstverständlich ist die Kultur des Neids nicht auf Deutsch-

land begrenzt. Auch Oscar Wilde wusste vor langer Zeit schon zu berichten, dass die Anzahl unserer Neider unsere Fähigkeiten bestätigt. Freuen Sie sich daher über die – wenn auch versteckte – Anerkennung.

- Handelt es sich um Feedback von Beschützern?
Dann sollten Sie unbedingt genauer hinschauen beziehungsweise hinhören. Wenn Ihr Ziel und Ihre Reiseplanung durchdacht sind, geht es wohl um Risiken, die Ihre Beschützer anscheinend als dramatischer einschätzen, als Sie es selbst tun. Nehmen Sie das Feedback daher wertschätzend an, aber handeln Sie weiterhin nach Ihrem Plan. Außer Sie planen ein wirkliches Himmelfahrtskommando. Dann sind Ihre Beschützer vermutlich im Recht und Sie sollten die Gelegenheit wahrnehmen, Ihren Plan nochmals zu überdenken.
- Handelt es sich um Feedback von Insidern?
Dann freuen Sie sich über das Feedback und überlegen Sie genau: Was können Sie aus dem Gehörten lernen? Was davon ist für Ihre SUCCESS JOURNEY relevant? Doch könnte das, was für den jeweiligen Insider gestimmt haben mag, auf Ihrer Reise ganz anders sein.

Überlegen Sie sich, wann Sie Zielpiraten vermeiden können und wann nicht.

Treffen Sie keine Zielpiraten mittags in der Kantine, wenn es nicht unbedingt sein muss. Gehen Sie stattdessen strategisch essen. Umgeben Sie sich mit Menschen, die Ihnen guttun und die Ihnen wohlgesonnen sind.

Und wenn Sie seit über 20 Jahren einen Freund haben, der ein notorischer Zielpirat ist, müssen Sie ja nicht unbedingt die Freundschaft abbrechen. Sie sollten dann aber den Zielkorridor für mögliche Gesprächsthemen einschränken. Reden Sie mit ihm nicht über Ziele, sondern über andere Themen: Fußball, Handarbeiten, Politik, Literatur, eben über Dinge, die für Sie passen.

Umgeben Sie sich statt mit Zielpiraten mit Zielunterstützern. Treffen Sie Menschen, die es bereits geschafft haben, ihre Ziele zu erreichen. Lesen Sie Dinge von Menschen, die Sie inspirieren, die Ihnen guttun.

Aber geben Sie Zielpiraten auf Ihrer Reise zum Ziel, auf Ihrer Erfolgsreise, Ihrer SUCCESS JOURNEY zukünftig keine Chance mehr.

