

WIE MAN BEI TEACHING SOCIALS & TEACHING FINANCE ERFOLGREICH WIRD

Hi

Hey ich bin Kamiar (einer deiner Chefs) und da das Team immer größer wird, komme ich leider nicht mehr dazu, so viel Zeit mit jedem einzelnen von euch zu verbringen, wie es früher der Fall war.

Die ersten 10 Team Member hatten unlimitierten und ungefilterten Zugang zu Mow, Daniel und mir und konnten so viel sie wollten von uns, unserer Vision, unseren Zielen und dem was wir von dir erwarten, lernen. Leider hast du diesen Luxus nicht mehr. Also dachte ich mir, ich hau hier in dieses kleine Büchlein komplett ungefiltert meine gesamten Gedanken rein, die mir gerade aufkommen, um sie allen "Neuen" zu geben, damit sie nicht wie wir in den letzten 5 Jahren alles durch Schmerz, schlaflose Nächte, Erwartungsdruck und Schweiß und Tränen lernen müssen.

Wir haben jede Menge Scheisse hinter uns gebracht und die Wahrscheinlichkeit, dass wir die meisten Fragen und Herausforderungen, mit denen du zu kämpfen haben wirst, schon gelöst haben, ist verdammt hoch. Deswegen bin ich mir ziemlich verdammt sicher, dass du durch AUFMERKSAMES Durchlesen dieses Büchleins - und dem Aneignen des Wissens, dass wir dir hier teilen, deutlich höhere Wahrscheinlichkeiten hast, hier verdammt erfolgreich zu werden.

Vorab: Ich bin Unternehmer und Creator und kein Autor- in Deutsch hatte ich regelmäßig eine 4 oder eine 5. Ich entschuldige mich vorab für meinen direkten und vulgären Sprachgebrauch und meine Grammatik. Ich liebe Effizienz. Meine Sprache und Schreibweise spiegelt das wieder.

Das hier ist kein Gesetzbuch

Ich muss gleich zu Beginn klarstellen: Der Zweck dieses Manifests ist nicht, dir eine Reihe von Regeln vorzugeben, die du blind befolgen sollst. Was wir tun, ist komplex und kann sich nach jeweiliger Situation anpassen. Nimm nicht alles 100 % wortwörtlich, überprüfe es selbst, bediene dich deines Verstandes und betrachte es im richtigen Kontext. Diese Liste wird stetig weiterentwickelt und soll dich dazu inspirieren, Fragen zu stellen – und zu uns zu kommen, um mehr zu lernen.

Noch was: Ich könnte ein eigenes Buch für Marketing und Creatives schreiben, ein eigenes für Sales, eins für die Brand Manager usw. Aber ehrlich gesagt – das wäre dumm. Alles, was wir hier tun, hängt miteinander zusammen. Und je besser du verstehst, was die anderen tun und was sie erreichen wollen, desto besser bist du auf Erfolg vorbereitet.

Deshalb findest du hier Informationen über alle Bereiche von Teaching Socials – und ich rate jedem, dieses Buch von Anfang bis Ende vollständig zu lesen. Die Dinge, die du hier lesen wirst, musst du besser kennen als deine rechte Hosentasche. Wenn du das erreichst, wirst du Probleme in diesem Unternehmen in 1 Std lösen, für die 5-köpfige Teams eine Woche brauchen. Je besser du weißt, warum wir Dinge tun und was wir erreichen wollen, desto erfolgreicher wirst du sein. Also fangen wir mit den Grundlagen an. Unserer Kultur.

Chapter 1: Kultur

Regel Nummer 1. Student Mentality.

Kommen wir direkt zu Regel Nummer 1. Ich glaube sehr fest daran, dass wir Menschen nicht mit denselben Startbedingungen beginnen - aber alle exakt dieselbe Chance haben, nach ganz oben zu kommen. Erfolg ist ein logisches Ergebnis von wiederholt stattfindenden Handlungen und Gewohnheiten. Deine Handlungen werden bestimmt durch die INFORMATIONEN, die dir zum Zeitpunkt deiner Handlungsentscheidung zur Verfügung standen. Ich bereue keine einzige meiner früheren Fehlentscheidungen, weil ich zu dem Zeitpunkt es einfach nicht besser wusste. Ich hab ja nicht bewusst eine schlechte Entscheidung getroffen, bin doch nicht geistig zurückgeblieben. Ihr auch nicht.

So - und die Informationen, die du für Entscheidungen nutzen kannst, ergeben sich aus den Fragen, die du stellst oder den Informationen, die dir von uns und deinen Vorgesetzten zum richtigen Zeitpunkt zur Verfügung gestellt werden.

Den meisten fehlt es nicht an Informationen, sondern an der richtigen Information zum richtigen Zeitpunkt. Man will häufig Dinge auf Level 11 bewältigen, obwohl Level 4 noch nicht bezwungen wurde. Das Problem ist: Bei der Informationsdichte auf Instagram, Youtube & Co fällt es einem selbst häufig schwer, herauszufiltern, was denn überhaupt im jetzigen Zeitpunkt relevant ist. Noch schlimmer als fehlende Handlung ist die falsche Handlung, denn die kann dich noch weiter von deinem Ziel abdriften.

Ich spreche hier aus Erfahrung und verdammt viel Schmerz. Was ich dir mit Regel Nummer 1 im Grunde genommen sagen möchte:

Ich respektiere deine Zeit sehr. Auch die deiner Teammitglieder. Ich werde dir aus diesem Grund niemals hundert Bücher, Youtube Videos & Kurse in die Hand drücken, damit du dir Wissen reinpumpst. Erfolg und Expertise kommt von TATEN und nicht von "Kurse schauen". ABER gewisse Informationen können dich meilenweit nach vorne katapultieren, wenn sie zum richtigen Zeitpunkt eingesetzt werden. Wie eine Testosteronspritze für deinen Erfolg.

Wenn ich oder die Jungs dir Bücher wie DIESES in die Hand drücken - oder Youtube Videos. Podcasts. Kurse. Whatever - nimm es verdammt nochmal ernst. Es ist sehr bewusst gewählt und sollte von dir ernst genommen und studiert werden. Es wird dich meilenweit nach oben katapultieren.

Die besten und erfolgreichsten Menschen, die ich kenne (auch die erfolgreichsten Teammitglieder bei uns) leben Student Mentality und gehen mit Informationen um, wie mit GOLD.

Es gibt für mich keine größere Form von Disrespect, wie wenn ich dir Informationen teile - im 1:1 Gespräch, in unseren Gruppen oder einfach mal im Office zwischen Tür und Angel - und es wird einfach ignoriert, halbherzig mal angefangen zu lesen / anzuschauen, aber nicht studiert und implementiert. Als würdest du mir - spätestens nach dem Lesen dieses Absatzes - wohlwissend, wie wertvoll diese Informationen sind, ins Gesicht spucken und mir quasi zeigen, dass dir dein EIGENER Erfolg und dein persönlicher Wachstum komplett egal sind.

Ich werde heute noch verrückt, wenn ich sehe, dass Maurice oder Daniel mir Podcasts schicken, die sie gerade gehört haben (Wenn es nicht krank relevant für uns wäre, würden sie es nicht ansprechen oder in die Gruppe schicken) und ich kann sie nicht am selben Tag anhören, um auf dem neuesten Informationsstand zu sein. Diesen Drive, diese Besessenheit erwarte ich von jedem, der bei uns fucking erfolgreich sein möchte. Und das haben alle bei uns gemeinsam, die du jetzt auf einem starken Gehalts- und Verantwortung Niveau siehst.

Das ist Regel Nummer 1.

Was ist dein Ziel hier?

Dein Ziel hier ist es, die profitabelsten & reichweitenstärksten Personenmarken aufzubauen. Das ist das oberste Ziel dieses Unternehmens.

Nicht den am besten produzierten Content.

Nicht den witzigsten Content.

Nicht den optisch schönsten Content.

Nicht den technisch hochwertigsten Content.

Sondern den besten Content überhaupt, der Unternehmer viral & profitabel macht. Alles, was wir uns wünschen – Reichweite, Wirkung, Marktführerschaft – wird sich von selbst ergeben, wenn wir konsequent danach streben. Das klingt offensichtlich, aber nach sechs Monaten Arbeitsalltag vergessen viele, worum es hier eigentlich wirklich geht.

A Player

Wir wollen nur A-Player.

Während ich das hier schreibe, wird mir klar, dass es vielleicht nicht das Schlaueste ist, Menschen in drei Kategorien einzuteilen – aber genau so sehe ich es, und genauso läuft es hier.

Es gibt A-Player, B-Player und C-Player.

Und hier im Unternehmen ist nur Platz für A-Player.

A-Player sind besessen. Sie lernen aus Fehlern. Sie sind coachable, smart, machen keine Ausreden, glauben an das, was wir hier tun – und gehören verdammt nochmal zu den

Besten der Welt in dem, was sie tun. B-Player sind neu. Sie sind auf dem Weg, A-Player zu werden – wenn sie sich reinknien, lernen und liefern. Und C-Player? C-Player sind Durchschnitt. Die sind nicht katastrophal, aber auch nicht außergewöhnlich. Sie existieren, machen ihren Job halbherzig, kassieren ihren Lohn – und entwickeln sich nicht weiter. Kein Feuer, keine Obsession, kein Wachstum.

Und genau das macht sie gefährlich. C-Player sind Gift für ein High-Performance-Team. Deshalb: Wenn jemand nicht mitzieht, wird er nicht bestraft – aber er hat hier keinen Platz. Dann helfen wir beim Übergang und jeder kann seinen Weg gehen. Aber hier? Hier bleibt nur, wer wirklich will. Wer wächst. Wer alles gibt.

Der wichtigste Satz, den du für dein Leben mitnehmen musst. Verhalte dich wie die A+ Identität von dir und du wirst zu ihr. Lebe und atme wie diese Person, auch wenn du noch nicht diese Person bist. Nur so wirst du zu dieser Person. So schaffst du dir deine neue Realität.

Nicht nur in der Karriere. Im Leben.

Definiere deine neue Identität als A-Player in DEINEM Bereich. Arbeit. Familienrolle. Freund. Im Sport. Glaube. Ernährung.

Definiere die Idealdefinition.

Was macht dein Ich, dass sein volles Potential ausschöpft. Als Vertriebler, Marketer, Brand Manger, Vater, Mutter, Sportler, Gottes Soldat.

Was macht die Version von dir, die 110% seines Potential ausschöpft?

Schrieb das nieder. Falls du es nicht weißt, hol dir Rat von einem Mentor, der genau dieses Potential ausschöpft und es erreicht hat. Was macht die Person Daily? Wie sehen die KPIs aus? Die Gewohnheiten? Das Mindset? Definiere es. Präzise. In Zahlen.

So. Da hast du es. Dein Weg ist spätestens jetzt sehr klar.

Um es greifen zu können, gebe ich dir unsere kritische Kernkompetenzen von A-Playern, nach denen ich täglich versuche zu leben, damit ich Abends ins Bett gehe, zu Gott spreche und sage "Gott, ich habe alles was ich in jeder einzelnen Zelle meines Körpers habe gegeben, um deine Mission zu erfüllen, die Welt positiv zu verändern!":

1. Verantwortungsbewusstsein (wichtigster Punkt, im nächsten Punkt mehr dazu)
2. Effizienz: Ist in der Lage, bedeutende Ergebnisse mit minimalem Aufwand zu erzielen.
3. Ehrlichkeit/Integrität: Handelt ethisch korrekt, ohne Abkürzungen zu nehmen. Gewinnt Vertrauen und wahrt Vertraulichkeit. Tut das Richtige – nicht nur das politisch Angemessene. Spricht offen und ehrlich.
4. Organisation und Planung: Plant, organisiert, terminiert und budgetiert auf effiziente und produktive Weise. Konzentriert sich auf die wichtigsten Prioritäten.
5. Durchsetzungsstärke: Handelt schnell und entschlossen, ohne dabei unnötig konfrontativ zu sein.

6. Verlässlichkeit: Hält sich an mündliche und schriftliche Zusagen – auch wenn es persönlich schwierig ist.
7. Intelligenz: Lernt schnell. Zeigt die Fähigkeit, neue Informationen rasch und sicher zu verstehen und aufzunehmen.
8. Analytische Fähigkeiten: Kann qualitative oder quantitative Daten strukturieren und verarbeiten sowie daraus tiefgreifende Erkenntnisse gewinnen. Denkt kritisch und gelangt zu präzisen Einsichten.
9. Detailgenauigkeit: Achtet auf wichtige Einzelheiten und lässt keine kritischen Punkte untergehen oder Projekte entgleisen.
10. Beharrlichkeit: Zeigt Durchhaltevermögen und den Willen, Aufgaben konsequent zu Ende zu bringen.
11. Eigeninitiative: Handelt, ohne dass man ihm sagen muss, was zu tun ist. Bringt eigenständig neue Ideen ins Unternehmen ein.
12. Manager-spezifische Kompetenzen
13. Fähigkeit, A-Player einzustellen: Erkennt, gewinnt und überzeugt hochqualifizierte Talente für das Unternehmen.
14. Fähigkeit zur Personalentwicklung: Fördert Mitarbeiter aktiv in ihrer aktuellen Rolle und bereitet sie auf zukünftige Aufgaben vor.
15. Flexibilität/Anpassungsfähigkeit: Reagiert schnell auf veränderte Prioritäten und Bedingungen. Kommt gut mit Komplexität und Wandel zurecht.
16. Gelassenheit unter Druck: Bleibt auch bei hoher Belastung und Stress stabil in der Leistung.
17. Strategisches Denken/Vision: Erkennt das große Ganze und kommuniziert es inspirierend. Identifiziert Chancen und Risiken durch umfassende Analyse aktueller und zukünftiger Trends.
18. Kreativität/Innovation: Entwickelt neue und innovative Lösungsansätze für Probleme.
19. Begeisterung: Zeigt Leidenschaft und Enthusiasmus für die Arbeit. Hat eine positive, anpackende Einstellung.
20. Arbeitsmoral: Ist bereit, hart und bei Bedarf auch lange zu arbeiten, um Ergebnisse zu erzielen. Hat eine Historie harter, engagierter Arbeit.
21. Hohe Ansprüche: Erwartet Bestleistungen von sich selbst und dem Team – nicht weniger.
22. Zuhörfähigkeit: Lässt andere ausreden und bemüht sich, deren Perspektiven zu verstehen.
23. Offenheit für Kritik und Ideen: Holt regelmäßig Feedback ein und geht ruhig und konstruktiv mit Kritik um.
24. Kommunikationsstärke: Spricht und schreibt klar und präzise, ohne unnötig ausschweifend zu sein – auch in schriftlicher Kommunikation wie E-Mails.
25. Teamfähigkeit: Arbeitet mit Kollegen und Vorgesetzten zusammen, um ein gemeinsames, kooperatives Arbeitsumfeld zu schaffen.
26. Überzeugungskraft: Kann andere davon überzeugen, eine bestimmte Richtung einzuschlagen.

Verantwortung

Verantwortungsbewusstsein ist für uns die Nummer 1 Eigenschaft eines A-Players. Ich habe im 2. Quartalsmeeting in 2025 häufig über "Verantwortung" gesprochen und realisiert, dass ich peinlich gescheitert bin. Das Verantwortungsbewusstsein hatte sich danach nicht spürbar verändert. Dann habe ich realisiert, dass es an mir lag: Ich habe "Verantwortung" nie richtig definiert. Also mache ich das hier einmal sehr ausführlich, damit es hier keine Missverständnisse gibt.

Regel Nummer 1: Tatsächliche Verantwortung kann NIE aufgezwungen werden, man muss sich selbstbestimmt dafür entscheiden. Außerdem kann Verantwortung nicht ohne Wissen (über den jeweiligen Bereich) und die Fähigkeit, Dinge unter Kontrolle zu halten, existieren.

Verantwortliche genießen Privilegien (Geld / Status) aber müssen auch Kotze wegwischen!

Ein Verantwortlicher wartet nicht auf Anweisungen, um Dinge zu handhaben oder tätig zu werden. Ein Verantwortlicher ist stets proaktiv!

Verantwortung tritt auf, wenn man sich selbst als Ursache-Punkt sieht und die Verursachung nicht abschiebt (z. B. durch Rechtfertigungen, Beschuldigungen).

Verantwortung bedeutet, etwas wirklich zu "seinem Baby" zu machen (setzt eine gewisse Liebe und Pflichtbewusstsein in Bezug auf den eigenen Job voraus).

Verantwortung bedeutet Verpflichtung - auch für die Fehler von Mitarbeitern einzustehen, die unter Deiner Leitung stehen (setzt voraus, dass Du weißt, wie man Mitarbeiter führt, ausbildet und korrigiert).

Dafür sorgen zu können, dass Dinge so laufen, wie sie laufen sollten (hierzu sollte man natürlich wissen, was die jeweiligen Ideale sind, man muss alle Referenzwerte (- Vergleichswerte, Benchmarks) kennen).

Rede und Antwort gegenüber höheren Instanzen stehen; rechenschaftspflichtig zu sein. Rede und Antwort für das Handeln stehen zu können.

Verantwortung für unerwartete und unerwünschte Wechselwirkungen zu übernehmen (= "Ja, das war ich und das war suboptimal" und "eigenen Scheiß aufräumen*").

Die Fähigkeit, die Konsequenzen des eigenen Handelns voraussehen zu können (setzt sehr viel Vertrautheit und Wissen über Wechselwirkungen voraus).

Die gesetzten Ziele entgegen aller Widerstände durchsetzen zu können (setzt Sicherheit, Absicht und Drive voraus, ebenso wie das exzellente Einsetzen der richtigen Werkzeuge und Prozesse).

Jetzt sollte für dich klar sein, was Verantwortung bedeutet. Ab jetzt keine Ausreden mehr.

Radikale Ehrlichkeit

Wie häufig habe ich schon den Satz gehört. "Mit Freunden sollte man kein Business gründen." Ja, ich verstehe, woher das kommt.. die meisten fangen gemeinsam mit einem Freund, der Partnerin, dem Schwager oder dem Bruder an. Am Anfang sind alle motiviert und wollen den "Traum" in Erfüllung bringen. Dann kickt die Realität und man merkt: Holy shit, das ist verdammt viel Arbeit und verdammt viel Risiko. Auf dem Weg nach oben braucht es eine sehr dicke Haut und viel Durchhaltevermögen. Was passiert in 90% der Fälle? Einer will es mehr als der andere. Der eine hat eine andere Vision als der andere. Der eine arbeitet mehr, härter, kommt aus seiner Komfortzone raus. Alle beginnen mit der gleichen Geschwindigkeit - aber einer beschleunigt schneller. Nach 1,2, 3 Jahren merkt man plötzlich: F*ck man ist meilenweit entfernt. Die Person die mehr ackert f*ckt sich tierisch ab - aber jetzt kommt's. Es ist ja der Freund, die Partnerin, der Schwager oder der Bruder. "Ich kann es der Person doch nicht einfach ins Gesicht sagen, dass ich ein Problem habe - das könnte doch die Beziehung brechen ?? Ich bin doch ein harmonischer Mensch, ich will keine Spannungen erzeugen!!"

Genau das ist das verdammt Problem. Genau daran scheitern die meisten Beziehungen, Partnerschaften, Arbeitgeber-Arbeitnehmer Verhältnisse. Es fehlt die Fähigkeit, unangenehme Gespräche zu führen. Ist aber einer der wichtigsten Eigenschaften für Erfolg. Denn wenn man Probleme aufgrund von "Harmoniebedürftigkeit" nicht direkt anspricht, ist der Ausmaß der Konsequenzen noch viel schlimmer. Denn man schleppt den Rucksack des anderen wie ein Kaugummi monatelang, gar jahrelang mit. Emotionen stauen sich auf. Man fängt an hinter dem Rücken mit anderen über die Probleme mit der Person zu sprechen. Ihr selbst lächelt man ins Gesicht. Und irgendwann explodiert die Bombe - aber richtig. Und dann bleibt nichts mehr für Harmonie übrig. Ich spreche aus Erfahrung. Ich war genauso. Ich habe unangenehme Gespräche gemieden. Ich habe immer gesagt "ich bin harmoniebedürftig". Das war aber kein Zeichen von Stärke oder Friedlichkeit, sondern purer Schwäche und Egoismus. Es ist ein wahrer "Akt der Liebe", Missverständnisse und Probleme direkt anzusprechen. Also wirklich direkt. Nicht bei jemand anderem. Nicht in Nebensätzen. Nicht durch die Blume. Nicht durch "weniger Aufmerksamkeit schenken oder schlechte Laune zeigen und hoffen, dass die Person gegenüber deine Gedanken lesen kann". Nein. Direkt. Präzise. Klare Erwartungshaltung kommunizieren. Immer respektvoll aber direkt.

DAS ist der Grund, wieso wir als Geschäftspartner so gut funktionieren, obwohl wir privat befreundet sind. Großartige Partnerschaften zeigen sich nicht, wenn man immer derselben Meinung ist. Sondern wenn man sich jede Woche lautstark diskutieren und debattieren kann und danach geht es mit Vollgas weiter. Weil man weiß - man versucht nicht einfach "Recht" zu haben, sondern im Sparring den schnellsten Weg zum gemeinsamen Ziel zu finden.

Merk dir das für jeden Lebensbereich: Radikale Ehrlichkeit ist besser als falsche Harmonie.

Das erwarte ich von jedem hier im Team. Gegenüber jedem anderen im Team und gegenüber uns. Ich will keine Lästereien und auch kein Gossip. Das zeigt einfach nur absolute bitchy Loser-Mentality. Das sind wir nicht.

Fokus

Dieser Punkt ist besonders wichtig, weil wir selbst jahrelang Opfer und Mehrfachpatienten dieser Epidemie waren: Dem Shiny-Object-Syndrom. Ich gehe weiter unten nochmal konkreter auf das Thema "Prioritäten" ein. Ich will dir aber einmal konkretes Verständnis darüber geben, was wir mit Fokus meinen.

Wir hatten bevor du hier gearbeitet hast neben den zwei Teaching Socials Produkten noch viele weitere Produkte. Minikurse. Finanzberatung. Finance Coaching. Werbedeals. Ein scheiss Magazin. Online Communities. Deutschland Tour. Masterminds. Fucking Merch. Steuerkurse. Immobilienkurse. Versicherungskurse. Agenturdienstleistung (Editing & Cutting). Hat noch gefehlt, dass wir vor unserem Büro Limonade verkauft. Und nichts ist wirklich gezündet. Nichts. Wie denn auch?! Der Fokus war komplett auf hunderte Ziele verteilt. Stell dir vor jedes Ziel ist eine Zielscheibe auf einem Blatt Papier. Und wir versuchen diese Punkte auf dem Blatt Papier durchzubrennen, indem wir mithilfe einer Lupe die Sonnenstrahlen auf das Ziel richten. Das Problem, das die meisten Unternehmer haben: Sie versuchen 20 Ziele gleichzeitig zu erreichen und richten über JEDES Ziel EINE Lupe. Die Stellen werden immer warm, aber sie brennen nie durch.

Die Lösung sieht aber anders aus. Leg mal alle Lupen über EIN EINZIGES Ziel. Alle Lupen übereinander. Weißt du das passiert, wenn der Lärm ausgeschaltet wird? Magie. Das Blatt brennt in Sekunden durch. Probleme, für die man vorher Wochen gebraucht hat... die lösen sich plötzlich in Tagen statt in Wochen oder gar Monaten. Jeder meisten kennt Fokus. Die wenigsten können es.

Cluster wöchentlich deine Aufgaben.
Welche Aufgaben sind wichtig aber nicht dringlich?
Nicht Dringlich aber wichtig?
Nicht dringlich und unwichtig?
Und welche sind wichtig und dringlich?
Letzteres sind deine High-Leverage-Aufgaben.

Denen widmest du alle deine Lupen. Der komplette Rest ist Lärm, den du erledigst, um dich "busy" zu fühlen und um dein Gewissen zu bereinigen. Es sind aber shiny objects.

Schalte den Lärm aus. Voller Fokus auf deine Prioritäten. Seitdem wir dieses Prinzip anwenden und ALLE Produkte und Business Cases, die uns nicht mit dem höchsten Leverage an die Marktführerschaft bringen, eliminiert haben, haben wir mit 2 verbliebenen Produkten unseren Umsatz innerhalb von 7 Monaten versiebenfacht (!!!). Team Member wie Laura, die dasselbe Prinzip für sich angewendet haben, haben ihr Einkommen mehr als verdoppelt. In 7 Monaten.

Konditioniere dich und erinnere dich wöchentlich an deine Prios. Und dann Fokus. Das ist die einfachste Formel zu Erfolg.

Speed & Momentum

Erfolg und Geld lieben Speed. Es ist ein Naturgesetz. Nicht die besten Ideen gewinnen. Sondern die Ideen, die 1. am schnellsten umgesetzt wurden, 2. klaglos gescheitert sind, weil sie so scheisse waren, 3. durch das failen aber Daten sammeln und optimiert werden konnten und 4. die letzten zwei Schritte so häufig wiederholten, bis 5. die Idee geil und konkurrenzlos wird, dass sie sich wie warme Semmel verkauft. Und das lange bevor die vermeintlich "perfekte" Idee überhaupt das erste Mal umgesetzt werden konnte, weil sie ja "perfekt ausgearbeitet" sein muss.

Hör zu, ich hatte keine Ahnung, wie man verkauft, als ich meine ersten 100 Pitches gemacht habe, um meine ersten Kunden zu gewinnen. Ich hatte keine Ahnung, wie man coacht, als wir unser erstes Coaching für 1.990€ verkauft haben (Aaron Haile war sein Name, das vergesse ich nie). Ich hatte keine Ahnung, wie man ein Event veranstaltet, als wir das erste Event mit 800+ Teilnehmern verkündet haben. Ich hatte keine Ahnung, wie man Videos schneidet, als wir das erste Mal veröffentlicht haben, dass wir mit Youtube anfangen. Ich hatte keine Ahnung, wie ein Arbeitsvertrag aussieht, als wir unseren ersten Mitarbeiter eingestellt haben (Berkem, ist heute immer noch da und hat sich ordentlich hochgearbeitet!). Ich kann 25 Seiten genauso weiter machen. Merkst du was? Perfektionismus ist bullshit. Wir waren einfach immer schnell. Speed gewinnt immer. Money loves Speed. Vor allem in Verbindung mit Momentum. Wie häufig haben schon Teammitglieder aus dem Marketing Team (es sind meist die Kreativen..) mir gesagt, dass sie das Video lieber geiler geedited haben wollen oder das Karussell ein besseres Design braucht und nicht gut genug aussieht. Dann zeige ich ihnen die ersten Teaching Finance Videos, die teilweise 700.000 LIKES bekommen haben - wie absolut scheiße die aussahen. Aber sie haben uns berühmt gemacht und das Fundament für die heutige Firma gelegt. Warum? Nicht weil sie top-notch geedited waren. Nicht weil wir durch Perfektionismus 4 Videos die Woche raushauen konnten. Sondern weil wir auf Ästhetik geschissen haben und min. 14 mal die Woche geilen Content gepostet haben. Warum? Ich sag es wieder. Money loves speed. Speed bringt schneller Daten, die man analysieren kann. Es gibt keine guten Ideen. Ideen validieren sich erst als gut, wenn der Markt dir in der Praxis positives Feedback gegeben hat.

Ich habe es sogar mal getestet und gesagt, "Ja dann macht mir halt high-end Karussells, so wie ihr denkt, ich übergebe euch die Verantwortung." - ich schwöre euch, 2 Monate später und es kam immernoch kein einziges Karussell online. 2 fucking Monate. Weil Perfektionismus bremst. Nicht nur weil es länger dauert, sondern weil es mental bremst. Man sieht "viel Detailarbeit" vor sich und drückt sich davor. Schiebt es nach hinten. Zieht andere Dinge vor. Sucht nach Momenten, in denen man "mehr Zeit" hat. (Spoiler: Du wirst hier niemals das Gefühl haben, "mehr Zeit" zu haben) Während die Konkurrenz schon den kompletten Instagram Markt überflutet hat mit ihren daily Postings.

Das war nur ein plakatives Beispiel anhand von Content. Es gilt aber für alles in diesem Unternehmen. Vor allem im Sales. Die besten Vertriebler sind die, die sich nicht zu sehr verkopfen und nachdenken, sondern einfach den Hörer in die Hand nehmen und stumpf die Nummern eintippen. Speed.

Neuer Kunde kommt rein, deutlich anspruchsvoller als die bisherigen, neue Branche. "Lass uns lieber erst Systeme und Kurse für diese Art von Kunden bauen, um diese dann betreuen zu können." - Bullshit. Nimm den Kunden an, stell ihm Fragen, finde heraus, wie er zufrieden sein wird, mach Fehler, geh auf Recherche, frag Mentoren, frag uns, baue DANN die Prozesse und Kurse, nachdem du Erfahrungen gesammelt hast. Du hast 10 mal schneller gelernt, als wenn du den Kunden nicht einfach angenommen hättest. Money loves Speed.

Ich kann noch hunderte weitere Beispiele geben. Ich lass dir aber abschließend noch eine Weisheit da:

Ja, wir wollen die Welt erobern. Hierfür müssen wir Skalieren. Um zu skalieren, müssen wir skalierbare Prozesse bauen. Ich weiß. Schön, dass du so denkst.

Aber vergiss niemals: Um skalierbare Prozesse zu bauen, musst du erstmal das unskalierbare tun. Sonst bleiben deine Prozesse nur Theorie. Und Theorie ist langsam. Money loves Speed.

Fordere dich und andere heraus:

Es gibt keine Sales / Marketing / Brand Management Führungskräfte. Es gibt nur Teaching Socials Führungskräfte. Und die haben halt aufgrund von Gottes Weg, ihrem Schicksal und ihren Skills die Verantwortung für die Abteilung Sales / Marketing / Brand Management bekommen. Wir alle ziehen an einem Strang. NIEMALS gegeneinander, in keiner Sekunde. Selbst wenn du das Gefühl hast "die arbeiten gegen uns": Lies nochmal oben den Punkt "Radikale Ehrlichkeit". Wer das nicht versteht, arbeitet für seine Komfortabilität, sein Ego und seinen Lohn und nicht für die Vision. Und wer hier nicht für seine/unsere Vision arbeitet, sondern für ein Lohn: Sayonara. Falls du es bis hierhin noch nicht verstanden hast - Es ist nichts falsch daran. Aber dann bist du hier nicht richtig und wirst hier auch niemals glücklich.

Geld ist ein Nebenprodukt von Exzellenz, kein Ziel

Der Kunde hat 10k Follower geknackt? Oder 20k Euro Monatsumsatz? Oder 100 Leads gesammelt? Das ist lächerlich wenig. Mit wem vergleichen wir uns bitte?

Wir sind eine "Kundenerfolge First"-Company. Und Erfolg entsteht, wenn wir das LEBEN DES KUNDEN FÜR IMMER VERÄNDERN. (Siehe bitte die Testimonials von Jan-Moritz Becker. Er hört nicht auf davon zu sprechen, dass wir sein verdammtes Leben um 180 Grad zum Besseren verändert haben.)

Wenn Erfolg die Führung übernimmt, wird das Endprodukt immer besser. Kunden werden süchtig nach uns. Wir wollen keine 3 Monate zusammenarbeiten, auch nicht 12 Monate. Der Kunde soll denken, dass er nie wieder ohne uns arbeiten will. Der einzige Grund, warum wir keine 10 Jahres Verträge haben, ist, weil es wahrscheinlich nicht legal wäre.

Deshalb muss jeder hier verstehen, was gute Arbeit ist – egal, ob du im Brand Management, im Marketing, in der Produktion oder im Vertrieb bist.

Erfolg ist kein "Talent". Es ist eine Denkweise. Es ist unser Herzschlag.

Was ist das Ziel unserer Arbeit?

Alles. Muss. Besser. Werden.

Der Content.

Die Positionierung.

Das Storytelling.

Der Schnitt.

Das Licht.

Der Umsatz.

Die Leadanzahl.

Die Closing Quote.

Die Autorität im Markt.

Das Recruiting.

Der EBIT.

Alles.

Wenn du nicht das Ziel hast, dass dein nächster Kunde der Erfolgreichste wird, den wir je gebaut haben – dann bist du hier falsch.

Weil das ist, was uns antreibt: Zu sehen, wie wir und unsere Kunden jedes Mal besser werden. Wie das Publikum fühlt, dass da was Besonderes passiert. Wie wir gemeinsam etwas schaffen, was andere sich nicht mal vorstellen können.

Das ist unser Job.

Das ist unser Anspruch.

Das ist Teaching Socials.

Wie viele Stunden du arbeitest, ist scheißegal.

Bevor du jetzt die Augen verdrehst – Sei bitte ehrlich zu dir selbst. "Tunnel". Du kennst es. Du bist im Flow Stadium, Stunden verfliegen wie Minuten und du versetzt an einem Tag Berge und bist so produktiv, löst Probleme, die du teilweise in WOCHEN nicht gelöst hast. Weil du eine wahnsinnige Effizienz pro Sekunde hattest.

Ist ein geiles Gefühl, man fühlt sich danach wie Herkules und denkt sich: Junge, wie krass bin ich eigentlich?! Jeder kennt und liebt es.

Und jetzt sei ehrlich zu dir selbst. Wie häufig hat man das? Wie häufig hattest du solche Tage diese Woche? Oder letzten Monat? Müsstest du mir diese Frage jetzt face to face beantworten, wäre es dir wahrscheinlich unangenehm.

Stell dir immer die Frage: Gibt es irgendwo auf der Welt ein Unternehmen mit Teams, die etwas ähnliches wie ich machen, die aber krasser sind? Ja? Dann liegt es nicht daran, dass

sie einen Harvard Abschluss oder ein gottgegebenes Talent haben. Nein. Es liegt daran, dass sie ihre Effizienz pro Sekunde meistern und Tunnel häufiger hervorrufen als du. Da passiert die Magie.

Das ist das Prinzip, nach dem die besten Teams der Welt leben und in Rekordgeschwindigkeit ihre gesamte Konkurrenz in den Boden gestampft haben. Tesla. Nvidia. MrBeast. UFC. Egal welche Branche.

Alle haben in ihrem Arbeitsvertrag 40h stehen. Vllt geben sie Gas und liefern 50-60h ab, um ihre Ziele zu erreichen, okay. Bei uns und auch bei MrBeast oder Nvidia.

Spielt es in dem Moment irgendeine Rolle, wie viele Stunden wir alle arbeiten? Eben.

Klar, wir lieben Hustler, die sich reinhängen, die Gas geben, die brennen. Sind wir auch. Aber am Ende zählt nicht, wie lange du am Schreibtisch sitzt – sondern was du jede Sekunde ablieferst.

Wir sind kein "Zeit absitzen"-Unternehmen.
Wir sind ein Ergebnis-Unternehmen.

Also: Mach die scheisse fertig. Beweg was.
Und wenn du das Ziel erreicht hast – verschieb verdammt nochmal die Messlatte weit nach oben.

Fordere das von jedem, der mit dir zusammenarbeitet.
Zeige keine Toleranz für unterdurchschnittliche Leistungen und Bequemlichkeiten - denn sie schaden ALLEN.

Und Geld und Erfolg werden eine logische Konsequenz des Ganzen. Sie sind ein Nebenprodukt von Exzellenz - und kein Ziel.

Erwarte nichts - Du kriegst nicht das was du verdienst, sondern das, was du verhandelst.

Wenn was schief läuft – ist es deine verdammte Schuld. Punkt.

Ich weiß, ich hab's schon oft gesagt, aber wenn du nur eine Sache aus diesem ganzen Text mitnimmst, dann die hier: Du kannst Verantwortlichkeiten und Projekte nicht einfach abgeben und vergessen.

Ich krieg die Krise, wenn jemand ein Ziel oder Projekt an einen Dienstleister/ Cutter / Freelancer / anderes Teammitglied abgibt – und sich dann wundert, warum's einen Tag vor Deadline nicht fertig ist. Das ist nicht die Schuld des Dienstleisters. Das ist deine Schuld.

Beispiel:

Wir arbeiten an der wichtigsten Kampagne des Jahres, und du brauchst jemanden, der die Anzeigen schaltet, Mails raussendet, Skripte schreibt oder die Videos cuttet.

Die meisten würden einfach sagen: "Jo, der Freelancer macht das, soll bis Deadline fertig sein." Falsch. Wenn du's richtig machst, planst du Pufferzeit ein – also genug Zeit, um zu reagieren, falls was schief läuft. Und du überlegst dir: Ist vielleicht Part XY kritisch? Wenn ja, dann brauchst du einen Backup-Plan. Und während der Dienstleister an dem Ding arbeitet, bist du täglich dran. Nicht einmal die Woche, nicht "mal kurz checken" – täglich. Frag nach Videos. Kontrolliere Fortschritte. Und wenn's sein muss, ruf ihn zweimal am Tag an. Scheißegal wie "unangenehm" es ist.

Mir egal, wie du's machst – aber lass keinen Raum für Fehler. Kein "wird schon passen". Kein "der macht das schon". Keine Ausreden. Keine Überraschungen. 100% Ownership. Wenn die Kampagne erfolgreich läuft, wirst du die Lorbeeren und den Ruhm dafür ernten. Wenn du reinscheißt, musst du dich dafür verantworten, dass die Party wegen dir ein Flop wurde. Und wenn du dabei bist, reinzuscheißen, dann willst du das Wochen vorher wissen – nicht einen Tag davor.

Wenn du beispielsweise im Sales bist und der Kunde, den du abgeschlossen hast 25 Tage in der Betreuung ist und keine Ergebnisse sieht, beginnt spätestens jetzt dein Denken.

Was die meisten nach Abschluss machen:

Ich geb's an Brand Management oder an den Cutter ab und warte, bis er erfolgreich ist → Fehler.

Ich will, dass du hingehst und sagst:

"Brand Manager X, du bist aktuell mein Bottleneck. Ich hab vor 25 Tagen Kunden Y abgeschlossen und will ihn gerne upsellen, weil er Potential hat und solvent ist. Aber jetzt würde er mich wahrscheinlich am Telefon beleidigen, weil nichts läuft. Ich brauch von dir einen Plan, wie wir ihn zum Laufen bringen – es ist wirklich kritisch. "

So checkt er/sie, wie wichtig das ist. Ihr priorisiert es gemeinsam.

Wenn ihr euch auf 14 Tage einigt, bis man echte Veränderung sieht – dann heißt das nicht, dass du 14 Tage wartest. Du checkst jeden einzelnen Tag, ob der Fortschritt stimmt.

Das ist Ownership. Das ist Verantwortung. Das ist das Mindset, das wir hier sehen wollen.

Ich will weniger Ausreden. Ich will Leute, die ihr Projekt so führen, als könnte selbst Gott sie nicht davon abhalten, es pünktlich abzuliefern.

Check. Jeden. Tag. Lass. Keinen. Raum. Für. Fehler.

Und ganz wichtig: Nenn mir keine Ziele und verhalte dich dann wie jemand, der sie nie erreichen wird. Worte sind für mich wie Luft. Sorge dafür dass du dein Wort hältst, indem du dafür sorgst, dass andere ihr Wort halten.

Mache deinen Erfolg niemals abhängig von anderen.

Ich habe nicht immer Recht

Schockierend, ich weiß – wir sind selbst nicht mal 30. Wir sind die ersten, die zugeben, dass sie nicht perfekt sind. Die besten Ideen gewinnen, egal von wem sie kommen.

Und eins verspreche ich dir: Niemand auf diesem Planeten will mehr, dass du und wir erfolgreich sind, als wir. Egal, wie hart du arbeitest – du wirst niemals so viel Zeit, Energie und Gedanken in diese Firma stecken wie wir. Aber: Wir werden nicht immer recht haben. Was du tun kannst? Mach es uns leichter, öfter recht zu haben. Und das geht nur, wenn du verstehst, in welcher Welt ich mich bewege und wie mein Kopf funktioniert.

Dieses Büchlein hier ist zwar für unsere Social Media Consulting Firma – und ja, die ist das Herzstück von allem. Ohne Content stirbt der Rest – Punkt. Aber es ist nicht das Einzige, was wir am Laufen halten müssen.

Wir sind das Gesicht von allem: Wir sind der Hauptcharakter in jedem Video, auf jedem Kanal – ob YouTube, TikTok, Insta, LinkedIn, egal. Das sind drei Vollzeitjobs gleichzeitig. Und das ist nur der Anfang. Wir müssen mit jedem Kanal arbeiten, damit unsere Ideen frisch bleiben, sich weiterentwickeln und nie langweilig werden. Wir leiten sechs Channels gleichzeitig, besser als die meisten es schaffen, einen zu führen. Dazu kommen Beteiligungsfirmen, Events, Networking, Speeches, PR, Mitarbeiterentwicklung, kreative und strategische Führung, Spendenaktionen, A+ Kundenberatung, Vertrieb – alles, was dazugehört, wenn du das Gesicht einer Brand bist. Wir müssen regelmäßig mit anderen Unternehmern und Creatoren telefonieren, Trends analysieren, Ideen austauschen, sicherstellen, dass wir immer vorne bleiben.

Kurz gesagt:

Wir managen sechs Channels, drei Businesses– und gleichzeitig die ganze öffentliche Wahrnehmung. Also: Wenn du was von uns brauchst, versteh bitte, dass wir nicht jedes einzelne Detail deines Projekts im Kopf haben können. Alles, was du uns nicht sagst, wissen wir nicht. Wenn du mir also eine Entscheidung vorlegst, dann mach deine Hausaufgaben. Komm mit Kontext, Daten und Optionen.

Nicht so:

„Hey, wir machen bald das erste Video für den Kunden XY. Ich wollte fragen, ob du findest, dass wir die Hook so nehmen sollen: ‚Diese 3 Fehler ruinieren deine Finanzen‘?“

Sondern so:

„Hey, für das erste Video von XY (Ziel: viraler Top-of-Funnel-Clip zur Leadgenerierung) haben wir 3 Hook-Varianten getestet. Die Version ‚Diese 3 Fehler ruinieren deine Finanzen‘ hat bei 5 Test-Accounts eine durchschnittliche Retention von 72 % in den ersten 3 Sekunden erzielt.“

Ich hab zusätzlich zwei Alternativen geschrieben:

1. 'Warum 90 % der Deutschen keine Ahnung von Geld haben (und wie du nicht dazugehörst)'
2. 'Der Grund, warum du immer broke bleibst – auch mit 4.000 € Gehalt'

Beide wurden im Creative-Team abgenommen und passen zur Zielgruppe laut Kunden Avatar-Analyse (25–35 J., männlich, Finance-Interessiert).

Wir sind im Zeitplan, der Dreh ist in 3 Tagen. Ich hab Kamera-Setup, Location und Thumbnail-Idee schon gefeedbackt (Moodboard anbei).

Welche Hook sollen wir final nehmen – oder willst du, dass ich noch eine aggressivere Alternative mit A/B-Testing vorbereite?“

Wenn du wie jemand wirken willst, der “hauptsache seinen Job macht” und dem der Erfolg seiner Arbeit komplett egal ist, frag wie im ersten Beispiel. Wenn du wie jemand wirken willst, der Verantwortung übernimmt und echte Ergebnisse will, wie im zweiten Beispiel. Und das gilt nicht nur für mich – sondern für jeden, von dem du eine Entscheidung willst. Egal in welcher Abteilung.

Kommunikation

Wenn du Zeit mit Maurice verbringst, wirst du ihn ständig sagen hören: “Warum rufst du XY nicht an und klärst das Problem sofort?” – und das aus gutem Grund. Die meisten checken nicht, wie wichtig Kommunikation auf dem richtigen Level ist. Das nicht zu verstehen sorgt für Chaos, Missverständnisse und Frust – jeden Tag. Das Schlimmste, was du tun kannst, wenn du etwas wirklich Wichtiges brauchst, ist: jemandem einfach eine Whatsapp oder Slack Nachricht zu schreiben. Das Beste, was du tun kannst: hingehen und mit der Person reden. In echt. Du musst wissen, wann du jemanden anrufen musst, wann du ihm schreiben kannst und wann du besser persönlich hingehst. Je “niedriger” die Kommunikationsform, desto höher die Chance, dass es schief läuft. Ich meine – während du das hier liest, hast du keine Ahnung, ob ich gerade lache, sauer bin oder dich abfeiere. Du siehst keine Mimik, keine Gestik, kein Gesicht – also ist nicht garantiert, dass du wirklich verstehst, was ich meine.

Ein Beispiel:

- Wasser im Office ist leer? Schreib 'ne kurze Nachricht – passt.
- Eine Woche vor Kundenevent und dein wichtigster Bestandteil fliegt dir um die Ohren? Dann ist das Minimum ein Gruppen-Call mit allen Verantwortlichen. Ideal: Du gehst hin und redest persönlich mit ihnen.

Je komplexer das Thema, desto höher muss die Form der Kommunikation sein. Ruf zuerst an. Wenn keiner rangeht – dann schreib. Schreibt nicht zurück? Höfliche Hartnäckigkeit hilft. Und weil wir gerade beim Thema sind: Geschriebene Kommunikation ist erst dann Kommunikation, wenn der andere bestätigt hat, dass er sie gelesen hat. Wenn du eine Nachricht sendest und keine Antwort bekommst, dann hast du nicht kommuniziert –

du hast einfach nur dein Gewissen befriedigt, damit du sagen kannst "Ja, aber ich hab XY doch geschrieben." Wir schauen nicht auf Taten, sondern auf Ergebnisse. Ich sage es immer wieder: Wenn irgendein anderer Mensch aus Fleisch und Blut dieses Projekt schon mal geschafft hat, kannst du es auch. Die Person hatte bestimmt auf ihrem Weg mit anderen Dienstleistern und Team Mitgliedern auch Herausforderungen und Probleme. Hat es aber trotzdem geschafft. Gewinner finden Wege, Verlierer Ausreden.

Eine gewisse Art der Kommunikation ist jedoch abteilungsübergreifend verboten. Probleme als Beschwerde zu kommunizieren. Wir haben bei uns kein Raum für Beschwerdekultur und Energiesauger. Absolut keine Toleranz. Egal was schief läuft oder was euch abfuckt. Wir sind ein High-Energy-Unternehmen. Jeder hat seine täglichen Probleme - beruflich und privat. Ich will keine "Karens" im Büro haben, die es wagen, ihre privaten Probleme und Sorgen oder ihre Unstimmigkeiten mit einem Kunden oder einem anderen Team Member beim Mittagessen, in der Kaffeepause oder bei einer Zigarette auszukotzen, nur um sich selbst danach besser zu fühlen. Während du die negative Energie mit deinen Beschwerden auf alle anderen übertragen hast. Die müssen jetzt mit deiner Low-Frequency den Rest der Woche überstehen. Toll. Reingeschissen. Ich weiß genau wie das ist, weil ich damals im Konzern daily mit solchen Leuten zu tun hatte. Verbitterte Beschwerdekultur, jeder war scheisse drauf in diesem Laden. Das gibt es bei uns nicht.

Good news werden verbreitet. Erfolge werden gefeiert. Erfolge, Beförderungen oder Incentivierungen anderer Individuen im Team und Team Abteilungen werden mitgefeiert. Neid gibt es nicht. Wenn du innerlich "Neid" spürst, wenn eine andere Person einen Erfolg feiert und du deshalb lieber leistungst, dann ist tatsächlich exakt DAS der Grund, wieso du nicht denselben Erfolg feiern kannst. Also wirklich exakt das. Erfolg ist eine Frequenz. Und Neid und Missgunst sind die absolut niedrigsten Low-Performer-Frequenzen, die es gibt. Das ist kein Kalender Spruch - das ist wissenschaftlich belegt. Und nicht falsch verstehen - Probleme müssen angesprochen werden. Sowohl Herausforderungen bei der Arbeit als auch Probleme mit anderen Team Mitgliedern oder auch uns, den Chefs. Aber radikal ehrlich, direkt und vor allem LÖSUNGSORIENTIERT. Nicht einfach um sich auszukotzen und sich zu beschweren. Voller Fokus auf Lösungen.

Abschließend, vergiss niemals folgendes:

Halte immer Respekt.

Respekt vor der Kultur. Respekt vor deinen Teamkollegen. Respekt vor unseren Kunden. Immer.

Triff Entscheidungen, übernehme Verantwortung und trage Konsequenzen - Own deine Fehler

Nach der letzten Regel hast du es vielleicht schon durch die Blume mitbekommen: Ich hasse Ausreden – und ich verachte es mit jeder Faser meines Körpers, wenn Leute lieber ihr Ego retten, anstatt aus ihren Fehlern zu lernen. Fehler sind okay. Wirklich. Ich erwarte sogar, dass du welche machst. Das gehört dazu. Jeder, der hier schon länger dabei ist, hat mich irgendwann mal richtig Geld gekostet – teilweise sechs- oder siebenstellig.

Und keiner von ihnen kann sagen, dass ich das je jemandem vorgehalten hätte. Warum? Weil ich Fehler als Investition sehe – in dich, in dein Denken, in dein Wachstum. Solange du daraus lernst, hat sich's gelohnt. Deshalb hab ich auch null Toleranz für C-Player. Weil ihre Fehler nichts bringen. Wenn ein A-Player scheitert, speichert sein Gehirn das Muster. Beim nächsten Mal weiß er es besser. Ein C-Player macht denselben scheiß Fehler nochmal – und bremst alle anderen. Ich will keine perfekten Menschen. Ich will Menschen, die lernen. Mach Fehler. Lern draus. Wiederhol sie nicht. Das ist der Deal. Ich hab noch nie jemanden gefeuert, weil er Scheiße gebaut hat. Aber ich habe Leute gefeuert, weil sie so getan haben, als wäre es keiner. Also: Steh zu dem, was schief läuft. Dann können wir es analysieren, fixen, daraus lernen – und weitermachen. Ich habe tausendmal lieber Team Member, die Entscheidungen treffen und Konsequenzen tragen, als diejenigen, die Entscheidungen immer rausziehen und anderen in die Hand geben, damit sie keine Konsequenzen tragen müssen.

Chapter 2: Content

Ja, auch wenn du nicht im Marketing bist, musst du das Lesen

Okay, jetzt wird's ernst: Lass uns über Content reden. Ich rede hier nicht über Systeme oder Prozesse – die ändern sich sowieso jedes Jahr. Ich rede über Mindset, Verantwortung und Anspruch. Aufmerksamkeit im Internet zu bekommen ist krank schwer. Und wenn du die Entwicklung über die letzten Jahre als Kurve zeichnen würdest, würdest du sehen: Es wird jedes Jahr härter. Deswegen will ich nur die Besten. Menschen, die besessen sind.

Wenn du dich nicht weiterentwickelst, wird dich irgendwann die Komplexität unserer Projekte einfach überholen. Egal ob du in Marketing, Content Produktion, Brand Management oder Sales bist – du musst Content atmen.

Netflix? Raus. Weg. Instagram, TikTok, YouTube? Nonstop.

Je mehr du in unsere Welt eintauchst, desto besser verstehst du Trends, Formate, Strukturen und was uns von anderen unterscheidet. Wenn du hier wirklich groß werden willst, musst du anfangen, wie ein Zuschauer zu denken – aber zu handeln wie ein Creator.

Ich schwör's dir, du wirst so viel besser, wenn du jeden Teaching-Socials-Kanal regelmäßig schaust. Ich kann's nicht glauben, dass manche Teammitglieder noch nie das letzte Video eines Kunden gesehen haben, an dem sie mitarbeiten. Oder unser letztes Youtube Video. Das ist, als würdest du im Restaurant kochen, aber nie dein eigenes Essen probieren. Also wirklich, wtf? Wie kann man Nachts mit diesem Gedanken schlafen? Komplett unerklärlich. Auch an Sales: Wisst ihr wie fucking einfach verkaufen ist, wenn ihr unser Produkt und unsere Arbeit WIRKLICH versteht? Wie logisch ihr es dem Kunden vorlegen könnt und jeden Einwand pulverisieren könnt - nicht mit lustigen Sprüchen, die ihr auswendig gelernt habt, sondern einfach weil ihr die Wucht unserer Arbeit wirklich detailliert versteht? Verkaufen oder Upsellen wird das einfachste der Welt.

Kreativität spart Geld

Ich glaube, es überrascht niemanden, wenn ich sage: Wir haben hier kein unbegrenztes Budget. Wir können nicht ständig jedes Video überziehen, nur weil's "geil" aussehen soll – das Geld muss ja irgendwoher kommen. Und ja, ich weiß: Du bist in einer Zwickmühle. Wir wollen jedes Mal krassere, bessere, viralere Videos – aber gleichzeitig sollen wir im Budget bleiben. Viele im Team haben sich bestimmt schon gedacht:

“Wenn Kamiar will, dass wir im Budget bleiben – warum will er dann immer diese übertrieben Ideen oder so viel posten?”

Oder: “Ich weiß, er wird das so nicht feiern, also geb ich lieber mehr Geld aus, damit's safe geil wird.”

Aber das ist falsch gedacht.

Geld ist nie die Lösung – Kreativität ist die Lösung.

Ein Beispiel:

Bei unserer letzten Grow Night wär's klassisch, wieder für 10k€ einen aufwendigen Film wie in 2024 zu produzieren. Aber was klingt geiler?

„10.000 € für einen coolen Film“

oder

„Wir verstecken in Mannheim 1.000€“ in der Innenstadt?

Ich sag dir was – das Geld verstecken ist zehnmal witziger. Sagen nicht wir. Das Video ging organisch 5mal viraler. Wir wurden vom Fernsehen eingeladen. Die Zeitung hat über uns geschrieben. Die Audience hat es mehr gefeiert, weil es absurd, unerwartet und einfach unterhaltsamer ist.

Und jetzt kommt's:

Also 90 % Kostenersparnis, bei besserem Entertainment. Nichtmal ein Cutter beauftragt. Ich habs mit Capcut bei nem Kaffee in 15 min geschnitten. Kein Mikro, keine Kamera.

Das ist, was ich meine mit: Kreativität schlägt Geld.

Das gilt für alles:

Egal ob du ein Auto für einen Dreh brauchst, einen Drehort suchst, ein Thumbnail planst oder ein simples Detail im Set klärst – denk nicht zuerst: „Wie viel kostet das?“

Denk: „Wie kann ich das smarter, witziger oder kreativer lösen?“

Jeder Euro, den du nicht verbrennst, sorgt dafür, dass wir mehr Spielraum haben – für neue Projekte, bessere Tools, mehr Sicherheit im Team.

Also wenn du hier richtig durchstarten willst, dann brenn dir diesen Satz in den Kopf:

Kreativität spart Geld. Sag's dir zehnmal am Tag.

Kreativität spart Geld.

Kreativität spart Geld.

Kreativität spart Geld.

Ich habe absolut keine Ahnung wie traditionelles Marketing funktioniert

Sorry für die Direktheit, aber das hier ist nicht Hollywood oder Bild Zeitung – und ich will auch nicht, dass es das wird.

Wenn dich dieser Satz jetzt abschreckt, dann bist du wahrscheinlich am falschen Ort. Ich meine das vollkommen ernst.

Content ist die Zukunft – und ich glaube mit jedem verdammten Prozent meines Körpers daran, dass diese Plattform in den nächsten Jahren noch größer wird, als sich heute irgendwer vorstellen kann. Und unser Ziel? Ganz oben mitspielen. Punkt.

Genau deswegen sage ich: Wir sind nicht Hollywood und nicht die Bild Zeitung. 99 % der Kampagnen oder Filme, die im Kino, Fernsehen, in deutschen Facebook Werbeanzeigen und in der klassischen Presse laufen, würden auf YouTube, Instagram und TikTok komplett floppen. Zu teuer. Zu langsam. Zu unflexibel. Und vor allem: völlig an der Realität vorbei.

Wir sind nicht hier, um einmal im Jahr einen schönen Film zu drehen. Ich will, dass wir und unsere Kunden jeden verdammten Tag Content raushauen – und zwar so, dass er ballert.

Dafür musst du agil sein. Schnell. Bereit, umzudenken. Und vor allem: bereit, Content auf UNSERE Art zu machen – nicht so, wie du's irgendwo gelernt hast. Wenn du wirklich Erfolg willst, dann bitte ich dich: Versteh erst tief, warum wir Dinge so machen, bevor du versuchst, sie zu "optimieren".

Wir haben TAUSENDE Videos produziert, tausende Fehler gemacht und gemeinsam Hunderttausende Stunden in diesen Prozess investiert. Er ist nicht perfekt – aber fast alles, was wir tun, hat einen Grund. Und meistens einen verdammt guten.

Arbeite an mehreren Content Pieces, jeden einzelnen Tag

Arbeite niemals nur an einem einzigen Video oder Content Piece pro Tag.

Ich mein's ernst – niemals. Wenn du dich komplett auf ein Projekt stürzt und alles andere liegen lässt, baust du dir deine eigene Deadline-Hölle. Dann verpasst du bei den nächsten Videos den Anschluss, musst wieder alles aufholen, wieder Feuer löschen – und so entsteht dieser Teufelskreis, den ich endgültig killen will. Wenn du drei Tage lang nur an einem Video arbeitest, dann hast du drei Tage lang alle anderen Projekte ignoriert. Und irgendwann musst du wieder drei neue liegen lassen, um die alten aufzuholen – und dann bist du nur noch am Reagieren statt Führen. Kein Überblick, kein Puffer, kein Plan. Nur Stress.

Wenn du an einem Tag nur an einem Video gearbeitet hast, hast du an diesem Tag als Teaching-Socials-Teammitglied versagt. Unsere Zuschauer sind keine Teenager, die Gaming

Videos und Memes anschauen – es sind Unternehmer, die mehr Geld verdienen wollen und nach der nächsten Strategie dafür suchen. Wenn du in dieser Welt bestehen willst, musst du vorausdenken, planen, Content pipeline-mäßig managen. Wie sollen wir Ihnen verkaufen, dass sie durch uns regelmäßig Content raushauen werden, der Kunden bringt, wenn wir es nicht in Perfektion vorleben? Absolutes No-Go. Du darfst nicht einfach nur “Videos machen”. Du musst ein System bauen, das nie stoppt. Immer mehrere Projekte parallel im Blick, immer ein Schritt voraus. Das ist kein „Ein-Video-am-Tag“-Job. Das ist ein Spiel mit 10 Leveln gleichzeitig – und du musst überall punkten.

Du solltest unseren Content schauen - Reels, Youtube Videos, Kursinhalte, Podcasts, Webinare

Wenn du für Teaching Socials arbeitest, dann solltest du verdammt nochmal Fan der Teaching-Socials-Brand sein. Ich kann’s kaum glauben, dass ich das überhaupt schreiben muss – aber es passiert ständig: Ich rede mit neuen Leuten im Team, und die haben vielleicht fünf oder sechs unserer Videos gesehen. Fünf oder sechs! Und finden das nicht mal schlimm. Das ist komplett verrückt. Wenn du hier arbeitest, dann musst du unsere Welt kennen. Unsere Tonalität. Unsere Dramaturgie. Unsere Psychologie. Unsere Witze. Die Sprache, in der unsere Kunden sprechen. Du musst fühlen, warum unsere Videos funktionieren – und was sie anders macht.

Ich will, dass du alles schaust, was wir rausbringen. Aber besonders: Die Projekte, an denen du mitarbeitest. Wenn du für einen Kunden Video skriptest, schneidest oder planst und nicht regelmäßig siehst, was wir veröffentlichen, dann arbeitest du blind. Um halbwegs auf Speed zu kommen, schau dir wenigstens die letzten 30–50 Videos von Teaching Socials und Teaching Finance an. Wenn du wirklich verstehen willst, wie wir denken, wie wir wachsen und wie sich unsere Brand entwickelt hat, dann geh noch tiefer: Schau alles, was wir seit dem Punkt gemacht haben, an dem unser Content das erste Mal viral wurde.

Das wird dir mehr beibringen als jeder Workshop, jede PDF und jedes Onboarding-Dokument. Weil du dann den Rhythmus, die Seele und die Evolution dieser Marke verstehst. Wenn du jedes Video seit damals gesehen hast, hast du Wissen und Kontext, den 90 % der Leute hier nicht haben. Und genau das macht dich zehnmal wertvoller.

Verstehe KULTUR

Was du konsumierst – auf Social Media, auf YouTube, im Fernsehen oder in der Presse – ist deine verdammte Informationsquelle. Und diese Quelle entscheidet, wie kreativ du bist, wie du denkst, und wie relevant dein Output ist.

Ich geb dir ein Beispiel:

Alaeddin - ein Freund des Hauses und einer der größten Comedy Creaor in Deutschland – ist unfassbar witzig. Ich schwöre, ich hab in meinem Leben niemanden getroffen, der so

schnell und so natürlich Leute zum Lachen bringen kann wie er. Und irgendwann hab ich gecheckt, warum: Er hat jahrelang nur Cartoons und stumpfes, dummes, absurdes Zeug konsumiert.

Seine Augen sind quasi darauf trainiert, Unsinn einzuatmen. Und genau das macht ihn so verdammt gut. Er kann jede zweite Spongebob-Line zitieren. Er zieht aus diesem ganzen „dummen“ Content tausend Ideen für Humor, Memes, Pointen – und ist dadurch lustiger als die meisten Comedians. Aber stell dir jetzt mal vor, Alaeddin hätte statt Cartoons fünf Jahre lang nur Aktienanalysen und Finanzpodcasts konsumiert. Glaubst du, der wäre genauso witzig? Nicht mal annähernd. Vielleicht 20 %.

Das ist der Punkt: Wenn du Marketer, Brand Manager, Regisseur oder Creative bist, musst du deine Informationsquelle bewusst gestalten. Was du konsumierst, formt deine Denkmuster – und deine Denkmuster bestimmen, ob du gute Ideen hast oder 08/15-Zeug raushaut. Wenn du den Puls der Kultur nicht spürst, bist du raus. Ich will nicht, dass du einfach stumpf TikTok scrollst – ich will, dass du bewusst beobachtest, was funktioniert, warum es funktioniert, und was daraus in unserem Kontext entstehen kann.

Stell dir vor, es gäbe irgendwo in Australien eine lila Frucht, und wenn man sie isst, wird man zwei Meter größer. Wenn du davon nie gehört hättest, könntest du sie nie als Idee in einem Skript oder Video verwenden. Aber jetzt, wo du's weißt, sitzt diese Information in deinem Kopf – wartet darauf, irgendwann die perfekte Hook zu werden. Vielleicht in 10 Videos. Vielleicht in 100. Aber sie ist da. Und das ist Kreativität: Verknüpfungen zwischen Dingen herstellen, die andere gar nicht kennen. Du kannst dich nicht von Dingen inspirieren lassen, die du nicht kennst. Darum: Halte deinen Kopf voll mit allem, was auf dieser Welt abgeht. Bleib auf dem Laufenden – Memes, Trends, Creator, Formate, virale Clips, kulturelle Momente. Wenn du wissen willst, was gut funktioniert, dann musst du die Welt inhalieren. Das ist deine Aufgabe als Creator, Marketer, Brand Manager, sogar Vertriebler. Das ist deine Informationsdiät.

Sei ein Instagram- & TikTok-Junkie.

Nur so verstehst du, wie guter Content HEUTE aussieht. Wenn du ein krasses Stück Content geplant hast – aber die Erfolgschance ist nur 50/50 –, dann schreib verdammt nochmal ein zweites. Content ist unendlich. Ideen sind keine begrenzte Ressource. Faulheit schon. Ich will nicht hören: „Ja, aber das ist doch eigentlich ganz gut so.“ Nein. Wenn du nicht sicher bist, dass es knallt, dann setz dich nochmal hin. Mach's besser, radikaler, klarer. Und: Hol dir Feedback. Nicht von einer Person, sondern von vielen. Lauf mit deiner Idee durchs Büro, schick sie rum, sammle Perspektiven. Lass dich inspirieren, bevor du denkst, du wärst schon fertig. Großartige Ideen entstehen durch Reibung, nicht durch Ego.

Ich will aus uns und unseren Kunden Deutschland-bekannte Gesichter machen. Menschen, die Aufmerksamkeit ziehen, Wiedererkennung schaffen, Gespräche auslösen. Wenn wir schon Content machen, dann soll er impacten. Kein Standard-Influencer-Kram. Sondern Dinge, über die man redet. Keine langweiligen Momente. Kein Füllmaterial. Kein „mal kurz Leerlauf“. Wenn du merkst, dass ein Teil des Videos zieht wie Kaugummi, dann kill ihn. Sofort. Energie ist alles. Du kannst keine Intensität faken. Die Zuschauer merken, wenn du

nur so tust, als wär's spannend. Echte Spannung kommt von echtem Druck, echter Begeisterung, echtem Einsatz. Und noch was: CTAs. Müssen. Hart. Sein. Nie auslaufen lassen. Nie ausfaden. So schützt du die Retention und machst die Leute heiß aufs nächste Video. Und egal, was dein Job ist: Sei wach. Sei präsent. Sei nützlich. Content ist Chaos. Druck. Stress. Adrenalin. Das Letzte, was wir brauchen, sind Menschen, die rumstehen und warten, dass jemand ihnen sagt, was sie tun sollen. Wenn du an Content arbeitest, dann bring Energie rein. Nicht Stress. Nicht Unsicherheit. Energie. Denn das ist das, was man am Ende im Content spürt.

Chapter 3: Deine Karriere

Intro

Wenn du bis hierhin gelesen hast, dann bist du wahrscheinlich nicht nur neugierig – sondern wirklich daran interessiert, das hier zu deiner Karriere zu machen. Und das ist gut so. Denn wenn du ehrgeizig bist, wenn du dein Leben wirklich diesem Game widmen willst – dann bist du bei Teaching Socials genau am richtigen Ort.

Ich will keine Millionen auf einem Konto horten. Ich glaube zutiefst daran, dass man die Menschen belohnen muss, die das Ding mit aufbauen. Die, die mitziehen. Die, die Verantwortung übernehmen. Die, die uns dahin bringen, wo wir hinwollen.

Schauen wir mal in die Zukunft. Aktuell haben wir 17 Leute im Team. Nächstes Jahr werden es mehr als 25 sein. Und in zwei Jahren? Vielleicht 40/50 – aber wenn ich das laut sage, killt mich Maurice haha.

Was das heißt: Wir brauchen Leader. Wir brauchen Leute, die mehr wollen. Die sich nicht mit "gut" zufriedengeben. Die obsessiv, lernwillig, intelligent und hungrig sind. Menschen, die nicht warten, dass ihnen jemand Verantwortung gibt – sondern sie sich nehmen.

Jede einzelne Abteilung bei uns hat Aufstiegschancen. Und das Geile ist: Wir machen keine jährlichen Reviews. Hier gilt: "Whenever the fuck you want." Wenn du Senior Manager werden willst – geh zu deinem Vorgesetzten, sag klipp und klar: „Das ist mein Ziel. Sag mir ehrlich, was mir fehlt.“ Und dann hör zu. Ohne Ego. Ohne Ausreden. Du bekommst eine Liste mit Dingen, die du verbessern musst. Und wenn du sie wirklich meistern willst – nicht "ein bisschen machen", sondern wirklich meistern – dann wirst du auch deine Chance bekommen. Der einzige Grund, warum die meisten nicht wachsen, ist, dass sie glauben, sie wären schon weiter, als sie sind – und Feedback nicht ernst nehmen.

Noch was: Wir sind keine Bürokratie. Hier gibt's keine 5-Jahres-Karriereleitern, keine Titelpolitik, keine Worthülsen. Ich hasse das Wort "Beförderung."

Bei uns gilt: Je mehr Verantwortung du trägst, je mehr Risiko du mit uns managst, je mehr Chaos du bändigst – desto mehr verdienst du. Punkt. Und wenn du mehr davon willst – bringen wir dir bei, wie du's bekommst.

Hier gibt's kein Limit. Hier ist kein "Zwischenstopp". Das ist dein Ziel. Wir werden gewinnen. Und wir werden was Gigantisches bauen. Ich sehe eine Zukunft, in der dieses Unternehmen Milliarden wert ist – und irgendwann Zehn Milliarden. Und die, die mit uns dahin gehen, werden mit uns belohnt.

Ich will, dass du all in gehst. Dass du obsessiv wirst. Dass du dich so verdammt unersetzlich machst, dass diese Firma nicht ohne dich funktionieren kann. Das wir deine wirtschaftliche Daseinsberechtigung niemals in Frage stellen, sondern uns fragen, wie du mehr verdienen kannst, um noch motivierter zu sein. Ich bin radikal ehrlich zu dir: Wenn du bei uns arbeitest und viel verdienst - vor allem, wenn der ROI deiner Person nicht klar messbar ist, wie im Vertrieb - dann kannst du dir sicher sein, dass SOFORT einem von uns auffallen wird, wenn wir auf der Gehaltsabrechnung sehen, dass du überdurchschnittlich viel verdienst, wir aber nicht denken, dass es ein absoluter No-Brainer ist, dass du so viel verdienst. Und dann gibt es genau zwei Szenarien:

Szenario 1: Wir sehen deinen Impact, deinen Drive, deine Skills, deine Obsession, deine Unersetzlichkeit. Und jeder denkt sich: Wie kann wir es schaffen, dass diese Person noch mehr verdient, sodass wir sie im Idealfall bis zum Lebensende bei uns halten und motivieren können?! Wie??

Szenario 2: Warum verdient er/sie nochmal so viel? Übersehe ich etwas? Was zur Hölle macht er / sie bitte mehr als die anderen, dass er / sie die wirtschaftliche Daseinsberechtigung hat, so viel zu verdienen? Warum muss ich das gerade überhaupt hinterfragen?

Es gibt nur diese zwei Szenarien. Ich weiß es klingt hart. Aber es ist die Realität in jedem High-Performance Betrieb. Wir dulden keine Low-Performance, auf keinem Level. Denn wenn wir das tolerieren, denkt das komplette restliche Team, dass es okay ist, Low-Performer zu sein. "Kamiar, Maurice und dulden es ja auch bei XY."

Nein. Absolute null Toleranz Politik für Low-Performance. Wir werden niemals vergessen, wo wir herkommen und was uns hierher gebracht hat. Und deshalb leben wir es euch vor. Es ist das Herzstück unserer Kultur, das uns in dieser Geschwindigkeit auf das heutige Level gebracht hat. Wir wollen mit Teaching Socials die Welt verändern und etwas hinterlassen, wenn wir nicht mehr da sind. Hast du in der Geschichte der Menschheit jemals von einer Organisation, einem Revolutionär, einem wahren Leader gehört, der den Verlauf der Geschichte verändert hat, welches ein Loser-Team um sich herum hatte, das Ausreden sucht? Ich auch nicht.

ABER, wenn du die Eigenschaften eines A-Players mitbringst und Szenario 1 auftritt.. Dann verspreche ich dir im Gegenzug folgendes:

Du bekommst Erlebnisse, die du nie vergessen wirst. Einen Arbeitsplatz, der Spaß macht, inspiriert und fordert. Und mehr Geld, als du jemals irgendwo anders verdienen könntest.

Lies das nochmal. Weil ich dir garantieren kann: Du hast beim ersten Mal nicht alles aufgenommen.

Alignment

Ich habe noch nie in meinem Leben ein Managementbuch gelesen. Wir haben alle Theorien übersprungen und direkt die Formel genutzt, die in der Praxis wirklich funktioniert.

Leading. By. Example. Die meisten Leader gehen mit ihrer Abteilung um, wie die meisten Singles bei Tinder. Schreiben irgendwelche Lügen in die Profilbeschreibung, geben sich 10cm Körpergröße mehr und scheppern jeden Snapchat Filter, den es gibt, auf ihr Gesicht. Dann trifft man sich in real life und man fragt sich, wieso die andere Person einem danach nicht mehr auf Whatsapp antwortet.

Alignment fehlt. Das, was ihr sagt und das, was ihr tut alignt nicht. Das ist das größte Leadership Problem. Man kann nicht nach außen Disziplin, High-Performance & Marktführerschaft propagieren und dann ständig zu spät kommen, früher als alle gehen, mit zerknittertem Hemd antanzen, mittags um 14 Uhr nicht im Office sein und Stories von Kaffee mit Schatzi oder alle 3 Monate für 4 Wochen im Urlaub sein und dann vom Team High-Performance erwarten, während man selbst keine Kundenergebnisse liefert oder die Geschichten von den eigenen Closings in alten, verstaubten Geschichtsbüchern suchen und vorlesen muss, um sein Ego zu streicheln.

Geht. Nicht.

Kauft. Dir. Keiner. Ab.

Du wirst niemals Ernst genommen. Du setzt auch den Standard dadurch deutlich niedriger. Eine echte Führungskraft lebt vor, was sie vom Team erwartet und hebt den Standard so krass an, dass alle denken: "Wieso sieht es bei ihm/ihr so fucking easy aus?!" Dann geht das Team 2 mal im Jahr auf Branchenmessen und realisiert, auf was für einen hohen Level wir eigentlich agieren. Du realisierst: Wofür das Team kritisiert wird / kurz vor der Kündigung steht, wäre für andere Unternehmen absolute High-Performance. DAS IST TEACHING SOCIALS. Nur so wirst du hier als Führungskraft ernst genommen. Warum? Weil wir diesen Standard gesetzt haben. Wir haben den Standard gesetzt, dass es für uns intern SELTSAM ist, wenn du innerhalb von 2 Jahren nicht min. 80.000€ im Jahr verdienst oder im Vertrieb mit 25 nicht ein Auto fährst, das für andere ein absolutes Traumauto wäre. Wir sind bei Teaching Socials. Wir erschaffen hier unsere eigene Realität. Hier herrscht keine Normalität, wir wollen nicht normal sein - nein. Und wenn du das als Verantwortlicher oder gar als Führungskraft nicht mit jeder Zelle lebst, nicht selbst dran glaubst, nicht damit alignst. Dann wirst du nicht mehr lange hier aushalten.

Das Prozedere ist so: Du nennst uns deine (hoffentlich sehr hohen) Ziele. Wir zeigen dir, was du von uns erwarten kannst, um das zu erreichen. (Zeit, Geld, Netzwerk, Reisen, Coaching Session auch am Wochenende oder Abends, Technik, Events, uvm.) und wir zeigen dir, was von deiner Seite notwendig ist, um dieses Ziel realistisch erreichen zu können. Wenn wir uns beide an unsere Erwartungshaltungen alignen, dann kannst du dich sogar bis zur Geschäftsführung hocharbeiten. Wir müssen nur alignen. Alignment ist alles.

Wann du auf uns für mehr Geld zukommen kannst

Führst du lediglich Dinge aus, die dir eine verantwortliche Person als Aufgabe gibt?

Du bewegst dich im Gehaltsradius 1.

Gibt dir eine Führungskraft ein Ziel für ein Verantwortungsgebiet (quasi das WAS) und du musst eigenständig das WIE herausfinden und verantwortest komplett das Erreichen dieses Ziels? Du bewegst dich im Gehaltsradius 2.

Geben wir dir die Verantwortung darüber, Verantwortliche zu entwickeln, die von dir Ziele vorgegeben bekommen, die sie verantworten? Du verantwortest nun deren Erreichen Ihrer Ziele. Du bewegst dich im Gehaltsradius 3.

Ziemlich simpel. Danach bemessen kannst du auf uns zukommen für Gehaltssteigerungen. Nicht weil du viel arbeitest. Oder weil du ein Ziel erreicht hast - du hast ein ZIEL erreicht. Herzlichen Glückwunsch, das erwarten wir von dir, wenn du bei uns arbeitest - das ist bare minimum. Das ist kein Grund für eine Gehaltsverhandlung. Dieser Absatz sollte dich motivieren. Denn ich habe dir eben den Cheatcode für den Weg nach oben gezeigt, du musst es nicht durch Abweisung herausfinden.

Nichts kommt vor deiner Prioritätenliste

Wenn du Aufgaben bekommst, brauchst du eine klare Prioritätenliste – deine Quartalsziele.

Wenn Maurice dir sagt:

1. 50% der Kunden müssen die Zusammenarbeit durch deine Arbeit verlängern
2. Hol dir 20 Empfehlungen und Testimonials von den erfolgreichen Kunden ein
3. Mach unsere Ergebnisse durch 7 Fallstudien im Quartal omnipräsent

...dann gibt es nichts auf diesem Planeten, das dich davon abhalten darf, diese drei Dinge fertigzustellen.

Wenn ein anderes Team um Hilfe bittet und du zwei Tage damit verbringst, deren Aufgaben zu erledigen – und dadurch dein Kunden-Projekt hängen bleibt – dann ist das deine Schuld.

Wenn das Büro brennt, du den Feuerlöscher schnappst, das Feuer löschst, dein Rechner mit allen Daten kaputt ist und am Ende der Kunde nicht verlängert – dann ist das (fast) immer noch deine Schuld. :D

Spaß beiseite: Deine Prio-Liste und deine Ziele sind heilig.

Alles, was du tust, muss sich daran ausrichten. Wenn du ständig "reagierst" auf das, was gerade aufpoppt, wirst du nie liefern, was wirklich zählt.

Also: Mach dir jeden Tag klar, was deine drei wichtigsten Ziele sind. Und dann verteidig sie, als hinge dein Leben davon ab. Weil am Ende des Tages ist das Ownership.

Nutze die Erfahrung anderer

Mentoren sind buchstäblich Cheatcodes.

Wenn du einen 1 Mio € Launch planen musst – dann fang nicht bei null an. Ruf die Person an, die den letzten 1 Mio € Launch geplant hat. Der hat schon alle Fehler hinter sich, Tests gemacht, Wege gefunden, die funktionieren – und kann dir Wochen an Arbeit ersparen.

Ich will, dass du diesen Punkt richtig verinnerlichst: Ich glaube fanatisch an Mentoren und Berater, Experten, Spezialisten – nenn sie, wie du willst. Ich hab fast ein Jahrzehnt meines Lebens damit verbracht, Unternehmertum und Content zu studieren, zu sezieren, zu verstehen. Wenn jetzt ein Unternehmer mit 100 Abonnenten zu mir kommt, kann ich ihm zeigen, wie er in einem Monat auf 10.000 kommt. Alleine würde er dafür Jahre brauchen. Das ist die Macht von Mentorings. Mentoren sind ein Geschenk Gottes. Und wenn du sie nicht nutzt, verschenkst du Zeit, Energie und Chancen.

Darum: Egal, welche Aufgabe du bekommst – frag dich immer zuerst: „Kann mir jemand helfen, der das schonmal gemacht hat?“ Mach das zu deiner Standard-Denke. Kein Ego, kein „ich mach das schon alleine“. Sondern: Smart statt stolz.

Das ist so wichtig, dass ich will, dass du's jetzt dreimal wiederholst – laut oder in deinem Kopf:

„Ich werde IMMER prüfen, ob es einen Mentor gibt, bevor ich eine Aufgabe starte.“

„Ich werde IMMER prüfen, ob es einen Mentor gibt, bevor ich eine Aufgabe starte.“

„Ich werde IMMER prüfen, ob es einen Mentor gibt, bevor ich eine Aufgabe starte.“

Nein heißt nicht Nein

Wenn du mit Menschen außerhalb von Teaching Socials arbeitest – nimm ein „Nein“ niemals einfach so hin. Wenn wir z. B. für ein Video in einem Laden drehen wollen und du rufst bei einem Hotel an – sagen wir, im Radisson Blue Hotel – und die Person am Telefon sagt: „Nein, das ist nicht erlaubt, Sie dürfen hier nicht filmen.“

...dann heißt das gar nichts. Das ist kein finales Nein. Das ist nur ein „Ich hab keine Ahnung, wie man sowas entscheidet“-Nein. Die meisten Mitarbeiter am anderen Hörer sind Low-Performer Enten. Quack Quack.

Also: Push durch dieses Nein. Sprich mit anderen Mitarbeitern. Schau, ob jemand ein Fan ist – oder Kinder hat, die Fans sind. Frag nach dem Vorgesetzten. Oder nach dem Chef vom Chef. Oder kontaktiere deren Social-Media-Team. Wenn's wirklich wichtig ist – lass uns die Person direkt anschreiben. Es gibt immer Wege. Immer.

Und selbst wenn du nach all dem ein Nein bekommst – heißt das nur, dass dieser Laden ein Nein war. Nicht, dass alle anderen es auch sind. Vielleicht ist der nächste Hotelleiter ein Riesenfan und öffnet dir alle Türen. Das nennen wir: „Durch Nein hindurch pushen.“ Hör niemals beim ersten Widerstand auf. Ein Nein ist kein Stoppzeichen – es ist nur der Anfang vom echten Gespräch.

Im Sales sagen wir: Nein heißt **“Noch Ein Impuls Nötig.**

Erst wenn du alle denkbaren Wege ausprobiert hast, alle Kontakte, Kanäle und Alternativen dann darfst du sagen, dass du's versucht hast. Das ist einer dieser Skills, die, wenn du sie verinnerlichst, deine Erfolgschancen hier radikal erhöhen.

Wir sind Nebsis Burger. Wir müssen McDonalds werden.

Nebsis Burger ist der mit Abstand leckerste Burger, den ich je gegessen habe. Die Jungs braten den Burger mit Liebe und haben treue Stammkunden. Trotzdem sind sie massiv limitiert in ihren Umsätzen. Und haben ein großes Risiko. Denn wenn der Geschäftsführer + gleichzeitig Chefkoch mal im Urlaub oder krank ist... schmecken die Burger nicht mehr annähernd so gut. Die Jungs machen eine geistesranke Arbeit - aber so wie sie derzeit aufgestellt sind, werden sie niemals eine 100M Company werden können.

Dann gibt es McDonalds. Deren Burger schmeckt neben Nebsis wie Müll. Wie Scheiße. Trotzdem ist McDonalds ein Milliardenkonzern. Nicht wegen ihrem Burger. Sondern wegen ihren Prozessen. Es gibt keine 2 Wege einen BigMac zuzubereiten. Egal wen du hinstellst, er wird IMMER gleich zubereitet. Die Pommes ist immer gleich lang in der Friteuse. Der Bestellvorgang läuft immer gleich. Der Burger ist nicht wertvoll. Die Prozesse sind es.

Wir sind derzeit noch Nebsis. Wir müssen McDonalds werden.

Prozesse eliminieren Emotionen bei Entscheidungen. Prozesse eliminieren die Abhängigkeit von uns Gründern für den Kundenerfolg. Prozesse eliminieren Umsatzschwankungen bei Krankheit oder Urlaub von Vertrieblern.

Das hier ist nur ein Teaser. Sehr zeitnah werde ich einen intensiveren Absatz hierzu schreiben.

Outro

Wenn du bis hierhin gelesen hast: Herzlichen Glückwunsch. Du hast Regel Nummer 1 aus diesem Buch perfekt umgesetzt. Das ist das vollständige Handbuch “Wie man bei Teaching Socials / Teaching Finance erfolgreich wird.” - Spätestens jetzt wird es keine Ausreden mehr geben. Das ist die Schritt-für-Schritt Anleitung, wie du an die Spitze der Nahrungskette kommst, quasi ein PEAK HUMAN BEING in reinster Form wirst. Und jetzt lies das nochmal. Weil ich dir garantieren kann: Du hast beim ersten Mal nicht alles aufgenommen.