

Montag, 19. März 2007

Voraussetzungen

Mit den sogenannten Voraussetzungen ist es auch nicht weit her. Die verrücktesten Dinge funktionieren, und was von langer Hand geplant ist, geht in die Brüche. Mit Blick auf die Zeit hinter mir, kann ich kein wirkliches Erfolgsrezept erkennen. Die wesentlichen Einflussfaktoren sind dann doch Variablen: Glück, Zeitpunkt, Ort und noch mal Glück. Ich wage zu behaupten, dass Glück die einzige Konstante ist, die zum Erfolg führt. Nicht mal Geld – auch im Übermaß – ist ein Garant für Erfolg. Zumal von Erfolg nur retrospektiv berichtet wird. Und die wesentlichen Glücksfaktoren wegen Selbstüberschätzung oftmals leider raus gelassen werden. Steve Jobs hat mal eine Rege gehalten vor Studenten. Die Rede drehte sich um drei Dinge, die ihm in seinem Leben widerfahren sind. Er hat die Uni geschmissen, obwohl seine Eltern ihr letztes Hemd dafür gegeben haben, damit er es mal besser hat. Seine Analyse: Versuch nicht, anderen, sondern dir gerecht zu werden. Das zweite ist, er ist aus seiner eigenen Firma geschmissen worden. Scheitern zu erkennen als wichtiges Merkmal, um auf den richtigen Weg zu kommen. Und das dritte war der Tod. Er ist vor ein paar Jahren an Krebs erkrankt. Somit hat er bei der Begegnung mit dem Tod eine fantastische Entdeckung gemacht: Das Leben. An diesen drei Eckpfeilern seines Lebens hat er die Rede aufgehängt. Nicht an Zahlen, Mitarbeitern, Umsatz, an Computern, dem iPod oder was auch immer. Er hatte eigentlich drei mal echt schlechte Voraussetzungen – na und. Von der Uni gegangen, aus der Firma geflogen und fast gestorben. Steve Jobs ist nur einer. Einer von vielen. Aber er bringt es auf den Punkt. Erfolg?! Voraussetzungen?! Das ist vor allem Ansichtssache. Was man selbst empfindet. Viele denken: Bei den Voraussetzungen kann nichts mehr schief gehen. Falsch gedacht. Nichts steht in unmittelbarer Wechselwirkung. Es kann sein, aber es muss nie. Und wenn man diese Distanz zu den Dingen bekommt, plus den Faktor Glück richtig einzuschätzen weiß, dann ist alles möglich.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:00