

CRISTIANO RONALDO: PRÄZISION ALS LEBENSPRINZIP

ERFOLG

DAS LESEN ERFOLG

magazin

1/2026

**MICHAEL
PATRICK KELLY**

IM **INTERVIEW** ÜBER
ERFOLG UND
SELBSTFINDUNG

JENNA ORTEGA

HOLLYWOODS
GOTH-PRINZESSIN

ED SHEERAN

VOM KNEIPENSÄNGER
ZUM **WELTSTAR**

FELIX BLUME IM INTERVIEW

VOM **KOLLEGAH**
ZUM **KANZLER**



Verleger
Julien Backhaus über
Neuanfänge und
Weiterentwicklung

**SABRINA
CARPENTER**

WIE MAN EINE **MARKE**
PERFEKTIONIERT

IREK GRONERT

WIE **LIVE-SHOPPING**
DAS ECOMMERCE
VERÄNDERT



BACKHAUS VERLAG 5 €
ÖSTERREICH 5,60 € | SCHWEIZ 8,00 CHF



4 190872 505003

Bilder: Oliver Reetz, Martin Usic

Wissen. Werte. Weitblick.
Jetzt mit  alles lesen.
Jederzeit. Überall.

Für Menschen, die Märkte verstehen und Haltung zeigen.

Ihre Vorteile mit 

- Alle marktEINBLICKE-Magazine digital lesen
- Uneingeschränkter Zugang zu allen Analysen und Hintergründen
- Zugriff auf das gesamte Online-Archiv



Jetzt freischalten unter
www.dasabo.de

Impressum

ERFOLG Magazin ISSN 25057342

Verlag BACKHAUS Verlag GmbH ist ein Unternehmen der Backhaus Mediengruppe Holding GmbH, Geschäftsführender Gesellschafter
Julien Backhaus

Redaktion/Grafik ERFOLG Magazin
 Chefredakteur (V. i. S. d. P.): Julien Backhaus
 Redaktion: Anna Seifert, Laura Cecere,
 Lea Trägenap, Stefanie Klief
 E-Mail: redaktion@backhausverlag.de

Objektleitung: Judith Iben
 Layout und Gestaltung: Judith Iben,
 Christina Meyer
 E-Mail: magazine@backhausverlag.de

Onlineredaktion
 E-Mail: info@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:
 Julien Backhaus
 Zum Flugplatz 44 | D-27356 Rotenburg
 Telefon: (0 42 68) 9 53 04 91
 E-Mail: info@backhausverlag.de
 www.backhausverlag.de

Druck
 MedienSchiff BRUNO
 Print- und Medienproduktion
 Hamburg GmbH
 Yachthafen Moorfleet
 Moorfleeter Deich 312a | D-22113 Hamburg
 www.msbruno.de

Vertrieb
 D-FORCE-ONE GmbH
 Neuer Höltingbaum 2 | D-22143 Hamburg
 www.d-force-one.de

Verkauf/Abo:
Jahresabo Print Deutschland
 bei 6 Ausgaben/Jahr EUR 36,00*
 Einzelheft Deutschland
 EUR 5,00* + EUR 1,90 Versand

Jahresabo Print Ausland EUR 48,50*
 Einzelheft Ausland EUR 5,00*
 + EUR 3,90 Versand

Jahresabo PDF EUR 14,95*
Einzelheft PDF EUR 2,99*
 *Preise inkl. 7 % MwSt.
 Telefon: (0 42 68) 9 53 04 91
 E-Mail: aboservice@backhausverlag.de

Autoren (Verantwortliche i. S. d. P.)
 Die Autoren der Artikel und Kommentare im ERFOLG Magazin sind im Sinne des Presserechts selbst verantwortlich. Die Meinung der Autoren spiegelt nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider. Trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion wird in keiner Weise Haftung für Richtigkeit, geschweige denn für Empfehlungen übernommen. Für den Inhalt der Anzeigen sind die Unternehmen verantwortlich.

Vervielfältigung oder
 Verbreitung nicht ohne
 Genehmigung.

Alle Rechte vorbehalten.

MVFP
 Medienverband
 der freien Presse

**BÜNDNIS
 ZUKUNFT
 PRESSE**
Eine Initiative von BILD und MVFP

Folgen Sie uns auch auf



**Das nächste Heft
 erscheint am
 23. Februar 2026**

Julien Backhaus
 Verleger und
 Herausgeber



Bild: Oliver Reetz

Ist es Neuanfang oder Weiterentwicklung?

Haftbefehl, Bushido – über Rapper wird in Deutschland derzeit wieder viel diskutiert. Aber gar nicht in erster Linie wegen ihrer Musik. Im Zentrum der Diskussionen stehen eher ihre Lebensgeschichten und Wortmeldungen. Irgendwie sind Rapper auch zu Stimmungsbaremtern der Bevölkerung geworden. Welche Themen beschäftigen uns gerade, worüber ärgern wir uns massiv? Darüber rappen die Damen und Herren dann und geben ihrer Klientel eine Stimme. So sorgt derzeit auch einer der erfolgreichsten Rapper Deutschlands für Gesprächsstoff: Felix Blume alias Kollegah. Felix Blume hieß er schon immer, ist aber unter seinem Künstlernamen Kollegah rund zwei Jahrzehnte aufgetreten. Neben der Musik verhalten Skandale zu enormer Bekanntheit. Was er daran bereut, verrät er im Titelinterview. Nun legt der Ausnahmekünstler, der zahlreiche Preise und Goldene Schallplatten abgeräumt hat, seinen alten Namen ab und veröffentlicht künftig unter seinem echten Namen Felix Blume. Aber nicht nur Musik. Der Künstler Blume ist auch Maler, sogar schon länger als Musiker, wie er verrät. Seine jüngste Ausstellung in der Galerie Mensing wurde ein

bundesweiter Erfolg. Wie er Erfolg in der Malerei definiert, erzählt er ebenfalls. Es ist also keine Neuerfindung, sondern eine Weiterentwicklung des Künstlers Blume.

Ebenfalls eine starke Transformation durchlebte Michael Patrick Kelly, der mit der Kelly Family berühmt wurde. Seine Solo-Musik verschaffte ihm diverse Auszeichnungen und Goldene Schallplatten. Auch seine Fernsehauftritte machten ihn unabhängig von der Familiengeschichte berühmt. Wie er diese Reise erlebte und was er heute mit seiner Musik ausdrücken will, verrät er im Interview.

Zwar steckt in jeder Weiterentwicklung auch ein Neuanfang. Aber die Künstlergeschichte ist stets geprägt von neuen Ideen auf breiteren Spielfeldern. Daraus entsteht zum Schluss ein Gesamtkunstwerk. Weshalb auch nicht selten Künstler am Ende ihres Lebens für ihr »Lebenswerk« ausgezeichnet werden. Dies sollten wir uns alle zum Ziel nehmen, aus unseren einzelnen Lebensabschnitten ein Gesamtkunstwerk zu machen.

Viel Vergnügen beim Lesen
 Ihr Julien Backhaus

INHALT 1/2026



8

Vom Kollegah zum Kanzler
Felix Blume im Interview

Erfolg

- 8** Vom Kollegah zum Kanzler
Felix Blume im Interview
- 14** Jenna Ortega: Hollywoods Goth-Prinzessin
- 20** Cristiano Ronaldo: Vom Ausnahmespieler zum Milliardär
- 22** Ein Leben voller Extreme
Michael Patrick Kelly im Interview
- 28** Ed Sheeran: Vom Kneipensänger zum Weltstar
- 36** Der Teufel trägt schon wieder Prada:
Anne Hathaway im Fokus
Michael Jagersbacher
- 42** Sabrina Carpenter: Wie man eine Marke perfektioniert

Leben

- 30** Neid
Dr. Dr. Rainer Zitelmann
- 40** Life is a Salestalk
Mike Dierssen

Einstellung

- 34** Wenn aus Lampenfieber Leistung wird
Eva Habermann und Ida von Wegen im Interview
- 46** BusinessPower: Warum jetzt die Zeit ist, größer zu denken als die Krise
Matthias Herzog

Story

- 27** Rosa Koppelman: Wie Bewusstsein das Business verändert
- 33** Irek Gronert: Wie Live-Shopping das eCommerce verändert
- 45** Ehrlich schmeckt am längsten: Wie Holle21614 den Döner revolutionieren will
- 48** Clemens Eigler und Ronja Lebeda: Karriere aus dem Wohnmobil

42

Sabrina Carpenter
Wie man eine Marke
perfektioniert



ERFOLG

DAS LESEN ERFOLGREICHE magazin

Wissen

- 16** Ein Blick ins Innere der »Jetstream«-Mastermind von Dirk Kreuter
- 39** Michael Bies: Gold – der bleibende Wert in bewegten Zeiten

Sonstiges

- 6** Aktuelles
- 43** Buchtipps
- 49** Die ERFOLG Magazin Top Experten
- 50** Best of Web:
Schauen Sie doch mal online rein

28

Ed Sheeran
Vom Kneipensänger
zum Weltstar



22

**Michael
Patrick Kelly**
im Interview



Bilder: Oliver Reetz, IMAGO / AAP (JOEL CARRETT) / Europa Press (A. Pérez Meca) / Sports Press Photo (Daniela Porcelli, SPP)

Aktuelle News aus der Erfolgswelt



Roland Kaiser für sein Lebenswerk geehrt

Am Abend des 13. Novembers stand neben internationalen Größen wie Cher und Cate Blanchett auch der Schlager-Star Roland Kaiser auf der Bühne der 77. Bambi-Verleihung. »Als eine der prägendsten Stimmen Deutschlands steht Roland Kaiser für Werte wie Menschlichkeit, Respekt und Zusammenhalt«, schrieb die Jury über den 73-Jährigen und überreichte ihm die Trophäe für sein Lebenswerk. Der Bambi ist der erste für den »Santa Maria«-Sänger; für seine rund 50 Jahre andauernde Karriere machte er in seiner Dankesrede aber vor allem seine Fans verantwortlich: »Die Treue meiner Fans hat mich immer stark gemacht, meinen Weg weiterzugehen.«

Happy Birthday, Whoopi Goldberg!

Am 13. November 1955 kam die spätere Schauspielerin in New York zur Welt – allerdings als Caryn Elaine Johnson. Ihren Künstlernamen setzte sie aus dem englischen Begriff für Furzkissen »whoopee cushion« und dem deutsch-jüdischen »Goldberg« zusammen – und schon war »Whoopi Goldberg« geboren. Unter diesem Namen trat sie seit 1982 nicht nur in fast 200 Filmen und Serien auf, sondern erhielt auch als erste Afro-Amerikanerin je einen Emmy, Grammy, Oscar und Tony Award und damit den begehrten EGOT-Status. Nach so vielen Jahren denkt der »Sister Act«-Star zwar langsam an den Ruhestand, weiß aber gleichzeitig auch: »Noch geht es nicht. Ich kann es mir nicht leisten.« Bei einem geschätzten Vermögen von rund 20 Millionen US-Dollar kaum vorstellbar.



Golden-Globe-Ehrenpreis für Sarah Jessica Parker

Vor mehr als 20 Jahren stolzierte sie als Sex-Kolumnistin Carrie Bradshaw auf High Heels durch New York – und



nun soll Sarah Jessica Parker für ihre besonderen Beiträge zum Fernsehen mit dem Carol Burnett Award ausgezeichnet werden. Am 8. Januar wird dem »Sex and the City«-Star in einer CBS-Sondersendung der Ehrenpreis der Golden Globes überreicht. »Ihre Erzählkunst hat unsere Bildschirme über Jahrzehnte hinweg unauslöschlich geprägt und Generationen mit ihrem Charme, ihrer Kreativität und ihren außergewöhnlichen Beiträgen zum Fernsehen inspiriert«, schrieb der Veranstalter auf X.

David Beckham zum Ritter geschlagen

Jahrelang hat er darauf gewartet, nun ist es endlich so weit: David Beckham darf sich »Knight Bachelor« nennen, nachdem er Anfang November vor König Charles III. niederkniete und vom Zeremonien-schwert berührt wurde. Gegenüber der Nachrichtenagentur PA sagte er: »Ich bin unheimlich stolz, und es ist ein sehr emotionaler Moment für mich, den ich mit meiner Familie teilen kann.« Diese müsse ihn natürlich nicht unbedingt mit seinem neuen Titel ansprechen, »aber wenn sie mich Sir Dad oder Sir Son nennen möchten, können sie das tun«, scherzte der ehemalige Fußball-Kapitän.

Aktueller
TOP-ERFOLG



ERFOLGSUMFRAGEN

Du möchtest bei der nächsten Umfrage dabei sein?
Dann folge uns bei Instagram! @erfolgsmagazin

Misst du deinen Erfolg in Zahlen/Daten oder an persönlicher Zufriedenheit?

83 % persönliche Zufriedenheit

17 % Zahlen/
Daten

Wirst du 2026 Neues ausprobieren oder Bewährtes weiterführen?

94 % Neues ausprobieren

6 %

Erfolgszahl

116,2 Millionen Aufrufe

Sein Erfolg reicht weit über seinen Tod hinaus: Selbst heute noch bricht Michael Jackson (indirekt) Rekorde. Der Trailer zu seinem Film »Michael« ist mit 116,2 Millionen Views innerhalb von nur 24 Stunden nun die meistgesehene Filmvorschau für ein Musik-Biopic aller Zeiten. Auf der Leinwand wird im April 2026 allerdings nicht der King of Pop selbst zu sehen sein, dafür aber sein eigener Neffe, Jaafar Jackson. Prince Jackson, der Sohn des »Thriller«-Sängers, zeigte sich bereits begeistert und schrieb seinem Cousin: »Dich beim Performen zu beobachten und zu sehen, wie du dir den Arsch abarbeitest – näher werde ich einem Konzerterlebnis mit meinem Dad wohl niemals kommen. Ein Traum wurde wahr.«



ERFOLGSQUIZ

Stimme das nächste Mal mit ab!

Nur bei Instagram! @erfolgmagazin

Was kann ein häufiger Grund sein, warum gute Vorsätze scheitern?

A

Konsequentes Zeitmanagement

B

Regelmäßige Selbstreflexion

C

Hohe Anpassungsfähigkeit

D

Mangelnde Zielkonkretisierung

Lösung: Ein häufiger Grund, warum Vorsätze scheitern, ist die mangelnde Zielkonkretisierung. Wer seine Ziele nicht klar und konkret definiert, verliert leicht den Fokus und kann Fortschritte nur schwer nachvollziehen, was die Umsetzung erschwert.



erfolgmagazin

Die härteste Arbeit
zahlt sich am
meisten aus.

– Tom Brady



ERFOLG



Erfolgskommentar

von @businesstalk_unterfreunden

Das ist einfach auch Fakt! Hart arbeiten, durchhalten und sich selbst verbessern. Unterwegs kommt der Erfolg! Egal ob Sport, Business oder privat! 🔥



Werde Teil der Community
auf Instagram
bei @erfolgmagazin

ERFOLGSZITAT

Taylor Swift

»Immer, wenn mir jemand sagt, dass ich etwas nicht tun kann, will ich es umso mehr schaffen.«

Jeden Tag neu
auf Instagram
bei @erfolgmagazin





Vom KOLLEGAH zum KANZLER:

Worauf Felix Blume stolz ist und was er bereut

MIT BILDERN VON OLIVER REETZ

Neustart nach 19 Jahren: Kollegah ist Geschichte, doch die Karriere ist es deswegen noch lange nicht. Felix Blume wagt einen Blick hinter die Kulissen seiner Zeit im Spotlight – und blickt auf ein Leben voller Kunst und knallhartem Unternehmertum. Was ihn dazu bewegte, sein Rap-Alter-Ego nach fast zwei Jahrzehnten abzulegen und weshalb er mit einem neuen Album in die »Frührente« startet, hat er uns im Interview verraten.

Felix, vor rund 19 Jahren hast du den Namen Kollegah aufgebaut. Jetzt klingt es so, als würdest du ihn gerne komplett ablegen. Wie geht es weiter und woher kommt diese Entscheidung?

Man sieht es manchmal in der Tierwelt: Die Raupe wird zum Schmetterling. Es geht um Weiterentwicklung – im Idealfall zu etwas Besserem als vorher. Stagnation war immer mein Feind. Ich wollte mich als Mensch immer weiterentwickeln. Die Musikkarriere war irgendwann zu Ende. Ich habe mir von Beginn

an vorgenommen, das bis zu meinem 40. Lebensjahr zu machen – also eine Zeitepoche von 19 Jahren – und mich danach musikalisch neu zu öffnen, wenn ich überhaupt weitermache mit der Musik. Jetzt bin ich an dem Punkt, wo ich sage: »Musik macht wieder Spaß«, weil sie sich wieder neu und frisch anfühlt, weil ich nicht mehr als Kollegah an das Mikrofon gehe, sondern als Felix Blume.

Das heißt, es ist schon entschieden, dass als Felix Blume etwas Neues kommt? ▶



Bilder: Oliver Reetz

Das kommt dieses Jahr tatsächlich noch! Es ist eine Idee seitens meiner Fanbase gewesen; ein Vorschlag einer Sidequest, so heißt mein YouTube-Format. »Bitte lieber Herr Blume, machen Sie noch ein Album dieses Jahr als Felix Blume! Ihr erstes Album. Das wollen wir gerne haben.« Und diesen Fanwunsch galt es nun zu erfüllen. Und so habe ich etwas gemacht – ein Album, das am 12.12. erscheint. Es heißt »Kanzler (Frührentnertape Vol. 1)« und ist das erste Album von Felix Blume.

Im letzten Jahr hast du dich sehr auf die Malerei fokussiert. Es ist ja schon fast ein bisschen »Klischee«, dass viele Künstler auch malen. War das bei dir schon immer eine Leidenschaft?

Nun, die Malerei war lange vor der Musik. Die Musik kam erst mit 16, 17 Jahren in mein Leben, die Malerei schon früher. Zu malen war das Erste, was ich kreativ tat, als ich auf die Welt kam. Und es war meine erste große künstlerische Leidenschaft, eine, die viel Zeit braucht und viel Ruhe im Kopf. Mein Leben war das genaue Gegenteil. Bis zum letzten Jahr. Mit der Frührente stellte sich die Ruhe ein und die alte Passion auch wieder: die Malerei.

Du wohnst zum Teil in Italien, das Land der großen, alten Meister – inspiriert dich das?

Ja. Auswandern werde ich wohl so schnell nicht aus Deutschland. Da hängt mir doch meine Heimat zu sehr am

Herzen. Die gebe ich nicht auf und verlasse sie auch nicht. Ich mag Deutschland sehr gerne, habe aber all over the world meine Base; seit Neuestem eben in Italien. Es ist eine schöne Region. Natur ist für mich das A und O und ich mag Europa. Ich mag die vier Jahreszeiten. Ich mag Deutschland. Ich mag aber auch Italien. Na, und im Hinblick auf die Kunst ist Italien eigentlich das Land, wo alles angefangen hat.

Die Renaissance war zum Beispiel bahnbrechend und ging von dort aus. Jeder kennt die großen Namen bis heute, obwohl es Jahrhunderte her ist: Michelangelo, Raffaello, die Fresken, Florenz – sie sind ja auch Teil des alltäglichen Lebens. Und das ist das Schöne: Es ist ein Land, das immer geschmückt aussieht. Fantastische Ästhetik – anders als Deutschland. Das braucht man manchmal: Die Künstlerseele braucht Italien.

Wie würdest du deinen Erfolg als Künstler definieren?

Nun, die Anfänge meiner Musik 2004/2005 waren bereits ein eigener Stil. Es war nichts Kopiertes. Es war individuell. Es war neu. Es ist bis heute unerreicht geblieben in seiner Lyrik – und genauso bin ich auch an die Malerei herangegangen. Das heißt, ich schaue mir nicht an: Was machen die anderen, wie lernt man das Handwerk oder wie könnte man jetzt damit Leute erreichen? Ich möchte mich mit der Kunst ausdrücken.

Wenn ich den Pinsel in die Hand nehme, dann geht es mir nicht darum, ob ich das Bild verkaufe, ob das irgendeiner versteht oder so, sondern ich male das Bild, um etwas auszudrücken, was ich als Mensch und auch als Musiker niemals so könnte. Musik war immer ein Mittel der Verarbeitung auch für persönliche Erfahrungen. Mein Leben war eigentlich ein Tagebuch in Albumform. Aber die Malerei bringt mir nochmal eine ganz andere Möglichkeit – eine tiefere Ebene, die man manchmal sehr verborgen hält – zumindest visuell-metaphorisch darzustellen. Und das hilft mir und meiner Psyche alleine.

Du hast in deiner Musikkarriere auch viel Kritik bekommen – und sicherlich auch ein bisschen provoziert. Bist du ein Mensch, dem das eher was gibt oder kostet dich das Energie?

Nein, ich war nie ein Mensch, der sich groß an Aufmerksamkeit erfreut hat oder daran, zu polarisieren. Ich habe nie versucht, eine Massenreaktion hervorzurufen. Ich habe einfach mein Ding gemacht und meine Meinung gesagt und in Fällen wie dem Echo-Skandal auch meinem Freund Farid die Treue gehalten und eine Loyalität ausgelebt, die mehr wert ist als

»Ich habe nie versucht, eine Massenreaktion hervorzurufen. Ich habe einfach mein Ding gemacht und meine Meinung gesagt [...]«

– FELIX BLUME



»Ich wollte ausbrechen! Ich wollte etwas Einzigartiges schaffen. Ich wollte Geschichte schreiben in der Zeit, in der ich auf der Erde bin.«

– FELIX BLUME

die nächste Million. Zwei, drei Millionen sind mir durch die Lappen gegangen – allein im ersten Jahr nach dem Echo-Skandal! Oder lass es fünf Millionen gewesen sein – das ist völlig irrelevant. In dem Moment geht es nur um die Freundschaft. Man kann überhaupt erst den Weg öffnen für wahre Kunst, wenn man sich frei macht vom kommerziellen Gedanken.

Was lässt dich weitermachen und morgens aufstehen?

Das, was mir immer Kraft gibt, ist tatsächlich mein Glaube an Gott. Ich habe immer schon zu Gott gesprochen.

Hattest du eigentlich schon immer einen Lebensplan oder hast du dein Leben phasenweise ausgerichtet?

Ja, der war schon sehr früh bereits ziemlich genau festgelegt. Ich war als Kind, als Vier- oder Fünfjähriger, im Kindergarten völlig perplex und hab' die Menschen um mich herum angeschaut und gesagt: »Was machen die hier? Warum sollen wir spielen? Wir könnten doch etwas Sinnvolles machen. Lass uns etwas aufbauen!« Ich habe mich nie so richtig zugehörig zu den Menschen um mich herum gefühlt. Obwohl ich viele Freunde gehabt habe. Ich war immer in der Schule der Coolste oder einer der coolsten.

Die Schulzeit war insgesamt eine coole Zeit. Aber ich hatte immer auch eine Seite, wo ich mich ziemlich – nicht einsam – aber doch eher so wie ein Beobachter gefühlt habe und nicht ganz zugehörig.

Ich hatte immer eine innere Stimme, die noch mehr verlangt hat als das Leben, was ▶



19 Jahre lang ist **Felix Blume** der deutschen Musik-Industrie als Rapper **Kollegah** bekannt gewesen. Das nächste Album, angekündigt für den 12.12.2025, veröffentlicht er unter seinem bürgerlichen Namen.



man so erwarten kann. Aber ein Abi als Abschluss und dann eine Lehre oder ein Studium machen, war nie etwas für mich. Ich wollte ausbrechen! Ich wollte etwas Einzigartiges schaffen. Ich wollte Geschichte schreiben in der Zeit, in der ich auf der Erde bin. Das war schon immer der Lebensplan. Wie das genau gehen sollte? Keine Ahnung! Aber mein Unterbewusstsein hat immer schon daraufhin gearbeitet.

Warst du in den letzten Jahren dann auch immer mit dir im Reinen, weil es das war, was du dir als Kind gewünscht hast?

Ich hatte schon Phasen, da hab' ich wirklich an allem gezweifelt und hab' mich gefragt: »Was hast du mit deinem Leben gemacht?« Es gibt Dinge, die ich vor Jahren gerappt habe, für die ich mich heute schäme.

Ich habe teilweise so negative Inhalte über meine Musik vermittelt. Das kann ich nie wieder auslöschen. Die Worte sind gesagt. Die sind raus in der Welt. Ich kann diese Sünde nie wieder von mir wegbekommen.

Du bist ja nun auch seit vielen Jahren ein sehr erfolgreicher Unternehmer. Wie wählst du deine Projekte aus?

Das ist nicht der gleiche Felix Blume – das ist die andere Gehirnhälfte. Ich switche den Tag über, quasi wie ein Pingpongball. Es ist ein schnelles Hin-und-her-Jonglieren. Der Unternehmer ist ganz anders als der Künstler. Ein Künstler ist frei von

»Ich hatte schon Phasen, da hab ich wirklich an allem gezweifelt und hab mich gefragt: »Was hast du mit deinem Leben gemacht?««

– FELIX BLUME

Zahlen – der denkt mit dem Gefühl, mit dem Herzen. Er lässt die Ader quasi auf die Leinwand fließen. Der Unternehmer ist natürlich knallhart und schwimmt durch ein Haifischbecken – und zwar nicht, um als kleiner Fisch gefressen zu werden, sondern, um die ganz großen Fische zu fressen.

Was macht dir im Unternehmertum besonders viel Freude; an welchen Projekten arbeitest du?

Ich habe schöne Bauprojekte. Immobilien sind immer so ein Hintergrundthema – oftmals langweilig, oftmals auch sehr anstrengend. Sie sind viel mit Reisen verbunden, mit Hotels und dann muss man vor Ort sein und sich Baustellen angucken. Die Straße hat vielleicht keine Genehmigung oder sie muss noch gebaut werden, es muss angerufen werden und Kontakte aufgebaut werden. Aber das ist eher so ein

Hintergrundrauschen. Ich habe früh angefangen mit Immobilien und mache das immer noch. Ich delegiere da aber mittlerweile auch viel an ein Team, das ich mir über die Jahre aufgebaut habe. Ansonsten bin ich auch immer wieder offen für neue Ideen. Wir leben gerade in einer Zeit des Umbruchs. Alles verändert sich gerade. Viele Jobs fallen weg, aber viele kommen auch dazu. Jetzt müssen Menschen dynamisch sein, flexibel und adaptiv.

Also ein Start-up-Investor bist du auch?

Ich habe das mal eine Zeit lang gemacht. Aber mittlerweile bin ich wirklich davon weg. Was ich vor allem gemerkt habe, ist, dass es Menschen daran mangelt, etwas langfristig durchzuziehen. Der Anfangserfolg ist da – und dann geht der Laden zu Bruch. Ich mag Menschen mit einer Vision, die viel größer als der Tellerrand ist. Und die sind selten.



»Ich mag Menschen mit einer Vision, die viel größer als der Tellerrand ist. Und die sind selten.«

– FELIX BLUME

hieß das Album »La Deutsche Vita«. Die Promo-Phase war eine schlaflose Zeit für Joel – aber er hat gelernt.

Das heißt, man schmeißt die Leute in das kälteste Wasser, das man finden kann. Und wenn sie dann schwimmen, dann ist gut. Man muss es ja nicht übertreiben, wie die Mexiko-Kartells. Die tun die Leute 24 Stunden in einen kalten Pool – und dann wird oben zugemacht – und wer überlebt, kann mitmachen bei der Mafia. Ganz so schlimm ist es nicht, aber man sollte die Leute in Extremsituationen befördern und dann schauen, wie sie reagieren – das ist eigentlich immer der beste Weg! ♦

Das heißt, wenn du in Unternehmen hineingehst, dann lieber in welche, die sich schon über eine Zeitlang bewiesen haben?

Absolut! Ich lege deutlich mehr Wert auf Fragen wie: Wie lange existiert das Unternehmen schon? Was sind die Umsätze? Was haben die tatsächlich geleistet? Aber es ist im Endeffekt auch ein bisschen wie Pferdewetten: Du kannst nicht in die Köpfe reingucken! Der Unternehmer kann sich super präsentieren. Aber ob der wirklich morgens 6:30 Uhr aufsteht und seinen fucking Job macht? Das kann ich ja auch nicht wissen!

Wie gehst du vor, wenn du Mitarbeiter einstellst? Das ist doch genau das gleiche Glücksspiel, oder?

Ich kann es dir an einem guten Beispiel eigentlich erklären: Mein Videograf Joel. Videograf an meiner Seite zu sein, ist kein einfacher Job. Man muss sehr eingespielt sein. Man muss meinen Humor peilen. Man muss wissen, wie die Timings sind. Er schneidet auch. Das ist etwas, was einer nur machen kann, der in Gänze versteht, was ich mache und es auch feiert. Joel ist ein alter Fan von mir gewesen. Er war auf meinen Konzerten. Ich habe ihn deswegen genommen, weil er die Sache fühlt. Er brachte auch das Handwerkliche als Grundkenntnis mit. Er ist Autodidakt im Bereich der Videografie und der Landschaftsfotografie; er ist immer draußen in der Natur gewesen und ist dementsprechend zäh.

Der Junge liebt mich. Der ist Fan. Der hat einen Blick für Ästhetik und Landschaft und noch ein Ohr für Musik gehabt. Und vor allem hat er meinen Humor gepeilt. Das konnte ich abklopfen. Also setz ich ihn ein und fordere ihn erstmal zum Maximum heraus. Damals

Verleger Julien Backhaus traf Felix Blume auf seiner Vernissage in Hamburg.



JENNA ORTEGA

Hollywoods Goth-Prinzessin

Resting Bitch Face« – diese Bezeichnung hört wohl niemand gern, wenn es um das eigene Gesicht geht. Jenna Ortega aber bezeichnet ihre Mimik gerne selbst auf diese Weise und hat es zu ihrem Markenzeichen gemacht – und damit ein Image geschaffen, das sie aus dem Schatten ihrer Disney-Vergangenheit katapultierte. Mit unbewegter Miene und dunklem Humor wurde sie zur Ikone einer Generation, die lieber aneckt, als sich anzupassen. Doch wie wurde aus einem Kinderstar eine Kultfigur, die Hollywoods Regeln neu schreibt?

Die neue Dakota Fanning?

Jenna Marie Ortega wurde am 27. September 2002 im Coachella Valley in Kalifornien geboren. Schon als Kind bettelte sie ihre Mutter immer wieder an, sie zu Castings zu bringen – mit Erfolg: Mit neun Jahren begann sie ihre Schauspielkarriere. »Ich wollte die puertoricanische Version von Dakota Fanning sein«, schwärmte sie 2022 gegenüber dem Magazin Nylon von der damaligen Kinderdarstellerin. Ortega hatte im Gegensatz zu Fanning jedoch große Startschwierigkeiten: Nicht viele Regisseure wollten zu dieser Zeit eine Latina besetzen. Nur für Fernsehwerbungen wurde sie anfangs eingesetzt. Ihr erster Auftritt im Fernsehen kam schlussendlich im Jahr 2012 mit den Serien »Rob« und »CSI: NY«. Ein wenig später folgten dann erste

Filmauftritte in »Insidious: Chapter 2« und »Iron Man 3« und weitere Serien wie »Jane the Virgin« und »Richie Rich«.

Einmal Disney und zurück

Disney verhalf ihr dann zum ersten großen Durchbruch: In der Serie »Mittendrin und kein Entkommen« spielte sie drei Staffeln lang eines von sieben Kindern einer Großfamilie. Für die damals 13-Jährige war das ein Zeichen, die Schule zu beenden und nach Los Angeles zu ziehen. Eine große Inspiration für ihre Darstellung der Harley Diaz war dabei ihre eigene Kindheit – schließlich wuchs sie selbst mit fünf Geschwistern auf. Das Animationsstudio war jedoch – wie so oft – Fluch und Segen zugleich. Nach ihrer Hauptrolle fiel es ihr schwer, außerhalb des Mäuse-Konzerns ernst genommen zu werden. Und auch ihr Alter sollte ein Problem darstellen: Mit 16 Jahren sei sie damals »zu alt für die jungen Rollen und zu jung für die Älteren« gewesen, erklärte sie Nylon 2022.

Mit der zweiten Staffel des Netflix-Hits »You – Du wirst mich lieben« schaffte sie es als Nebendarstellerin raus aus dem Disney-Image – Disney aus der Schauspielerin

»Ich hatte das Gefühl, das Schauspielern komplett verlernt zu haben. Ich dachte jeden Tag am Set, ich würde wegen irgendetwas, das ich falsch gemacht hatte, gefeuert werden.«

- JENNA ORTEGA

rauszubekommen, war jedoch nicht so einfach: »Ich erinnere mich, wie unglaublich nervös ich war, weil ich die letzten vier Jahre meines Lebens ausschließlich für Disney gearbeitet hatte. Ich hatte das Gefühl, das Schauspielern komplett verlernt zu haben. Ich dachte jeden Tag am Set, ich würde wegen irgendetwas, das ich falsch gemacht hatte, gefeuert werden.« Die Sorgen waren aber unbegründet. Sie wäre sogar für Staffel drei und vier zurückgekehrt, wenn nicht andere Termine dazwischengekommen wären.

Eine Marke entsteht

Ihren größten Erfolg feierte Ortega jedoch erst, als sie lernte, ihre eigene Marke aufzubauen: als das Mädchen, das keine Miene verzieht. Seit ihrem ersten Auftritt als Wednesday begeisterte sie Millionen Zuschauer und formte die gleichnamige Serie zu einer der erfolgreichsten Netflix-Produktionen. Doch die Rolle war ihr nicht von Anfang an sicher: Nach dem erfolgreichen Zoom-Casting war Regisseur Tim Burton begeistert – Ortega selbst jedoch noch unschlüssig. Zu groß war die Angst, dass sie danach wieder bei Serien hängen bleiben würde, obwohl sie doch eigentlich in der Filmbranche Fuß fassen wollte. Am Ende war es die Aussicht auf eine Zusammenarbeit mit Horror-Legende Tim Burton, die sie vom Projekt überzeugte. Ortega erhielt schlussendlich nicht nur zahlreiche Lobpreisungen in der Presse, sondern unter anderem auch Nominierungen für einen Golden Globe und einen Primetime Emmy Award.

Ortega nutzte ihre neue Marke auch im Thriller »Miller's Girl« oder in der gefeierten Fortsetzung »Beetlejuice Beetlejuice«,

»Ich habe das Gefühl, dass die Leute, die im Horror-Bereich arbeiten, meistens selbst Horror-Fans sind. Sie lieben Horror. Sie leben dafür.[...] Es ist pure Unterhaltung.«

- JENNA ORTEGA

bevor sie für die zweite Staffel von »Wednesday« zurückkehrte – dieses Mal nicht nur als Hauptdarstellerin, sondern auch als Produzentin. Und auch für 2026 können sich Fans bereits freuen: Ortega wird als jüngster Spross der Addams Family an die Nevermore Academy zurückkehren.

Im Bann des Horrors

Auch wenn Ortega in den letzten Jahren ebenso mit Drama-, Comedy- und Thriller-Produktionen experimentierte, wird ihr düsteres Herz doch weiterhin für das Horror-Genre schlagen. Ob in »Scream«, »The Babysitter: Killer Queen«, »X« oder »The Death of a Unicorn« – die 23-Jährige liebt Kunstblut, dunklen Humor und vor allem die Menschen, mit denen sie zusammenarbeiten darf: »Horror-Sets sind die unterhaltsamsten Sets, an denen man je arbeiten wird. Ich habe das Gefühl, dass die Leute, die im Horror-Bereich arbeiten, meistens selbst Horror-Fans sind. Sie lieben Horror. Sie leben dafür.[...] Es ist pure Unterhaltung.« Für Ortega steht fest: Horror ist nicht nur ein Genre, sondern ein Zuhause. Und genau deshalb bleibt sie die unangefochtene Goth-Prinzessin der Gen Z. ♦ *Lea Trägenap*



Jenna Ortega als Harley Diaz in »Mittendrin und kein Entkommen«, 2016.



Jenna Ortega als Astrid Deetz in »Beetlejuice Beetlejuice«, 2024.



Jenna Ortega als Wednesday Addams in der zweiten Staffel von »Wednesday«, 2025.



JETSTREAM

SEPTEMBER 2025

THINK BIG ACT FAST

Mythos Mastermind: Verschwiegen, teuer, unnütz?

Ein Blick ins Innere der »Jetstream«-Mastermind
von **Dirk Kreuter**

1937 wurde das Buch »Think and grow rich« (Denke nach und werde reich) von Napoleon Hill veröffentlicht. Damals galt es als Sensation, denn die bis dahin unantastbaren Ultrareichen Amerikas gaben plötzlich ihre Erfolgsgeheimnisse bekannt. Milliardäre kannte die Welt noch nicht lange; zumindest nicht abseits der Königs- und Herrscherfamilien. Dass ein Bürgerlicher zu unermesslichem Reichtum aufstieg, war schlicht ein Novum. Daher sagte man Industriemagnaten wie Rockefeller, Ford und Carnegie göttliche Fähigkeiten nach. Aber durch die Recherchen Napoleon Hills wurden diese Mythen entzaubert. Plötzlich gab es eine Art Anleitung zum Erfolg.

Die Strategie des reichen Mannes Amerikas
Besonders verblüfft schienen die Leser des Buches, das später zu einem Weltbestseller wurde, darüber zu sein, was der

damals reichste Mann Amerikas als sein wichtigstes Erfolgsgeheimnis benannte. Stahlmagnat Andrew Carnegie verdankte seinen Reichtum laut eigener Aussage einer Mastermind, der er angehörte. 50 Männer seien Mitglied dieser Mastermind, in der Ideen und Strategien für Erfolg besprochen wurden. Hill beschreibt es in seinem Buch so: »Analysiert man die Lebensläufe von Männern, die ein großes Vermögen angehäuft haben,

»Wir wollen offene
Kommunikation auf
Augenhöhe, aber hinter
verschlossenen Türen.«

–Dirk Kreuter

und auch vieler solcher mit bescheidenem Vermögen, so stellt man fest, dass sie bewusst oder unbewusst das Prinzip der Masterminds angewendet haben.«

Hill nennt als Beispiel auch Automobilpionier Henry Ford, einen weiteren Selfmade-Milliardär, der zu einem der reichsten Männer Amerikas wurde, weil er sich regelmäßig mit wohlhabenden und intelligenten Menschen umgab, um Ideen weiterzuentwickeln.

Noch heute ein Mythos
Trotz dessen es heute allein in Deutschland Tausende und weltweit Millionen von Masterminds im Angebot gibt, die sich mit allen nur denkbaren Themen befassen, rankt sich fast 90 Jahre später immer noch ein Mythos um diese Treffen. Einer der Gründe dürfte in der Verschwiegenheit der Anbieter und Mitglieder liegen. Es dringt, ▶



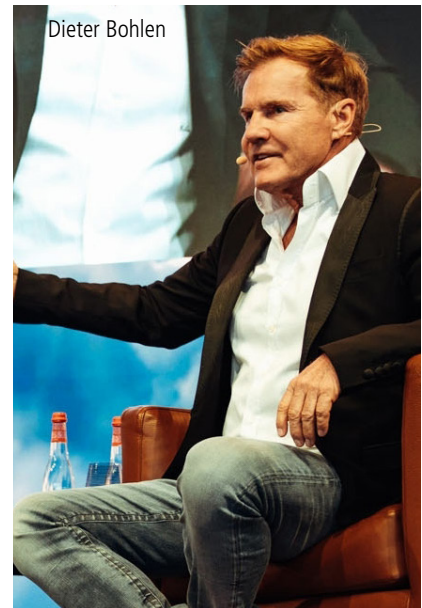
Bilder: Jetstream Managements Consultancies



Til Schweiger



Philipp Plein



Dieter Bohlen

»Wir wollen hier gar nicht jeden haben. Wir wollen hungrige Unternehmer, die auch bereit sind, anderen aus der Gruppe weiterzuhelfen. Und man sollte mindestens eine Million Euro Umsatz machen.«

–Dirk Kreuter



insbesondere bei hochkarätigen Masterminds, kaum etwas nach außen. Sowohl die Teilnehmerlisten als auch die Inhalte bleiben geheim. Sicherlich ist gerade das eine Voraussetzung für Unternehmer und Entscheider, überhaupt an solchen Treffen teilzunehmen.

»Wir wollen offene Kommunikation auf Augenhöhe, aber hinter verschlossenen Türen«, sagt Dirk Kreuter. Er hat seine Mastermind vor zehn Jahren gegründet, an der bisher rund 400 Unternehmerinnen und Unternehmer teilgenommen haben. Und Kreuter steht offenbar vor einem Dilemma. Denn auch um seine »Jetstream«-Mastermind ranken sich Mythen, große Tageszeitungen und Nachrichtenmagazine kritisieren das Gebaren. Weil er dennoch keine Interna aus der Gruppe öffentlich machen will, bleibt ein Teil der Kritik hängen. Auch uns wollte er nicht umfassend antworten. Aber ein paar Informationen gab es dann doch. Und auch ein Familienunternehmer, ein Anwalt, ein Notar und ein prominenter Zukunftsforscher waren bereit, mit uns zu sprechen.

Das ist über Teilnehmer bekannt

Kreuter stellt es klar: »Wir wollen hier gar nicht jeden haben. Wir wollen hungrige Unternehmer, die auch bereit sind, anderen aus der Gruppe weiterzuhelfen. Und man sollte mindestens eine Million Euro Umsatz machen. Jede Teilnehmeranfrage wird geprüft und freigegeben – oder eben auch nicht.« Kreuter selbst wehrt sich übrigens gegen den Stempel »Mastermind«, er sieht es als viel umfangreicher an. Die Hürde eines Mindestumsatzes erscheint aus zwei Gründen plausibel. Die Teilnahmegebühr soll laut Medienberichten sechsstellig sein.

Kreuter will das nicht kommentieren. Zum anderen gäbe es Teilnehmer, die mehr als 100 Millionen Euro Jahresumsatz machen. Da wird es mit der Augenhöhe schon kompliziert. Eine weitere Voraussetzung sei die Bereitschaft, an allen vier Treffen teilzunehmen und sich aktiv einzubringen – »Zuschauer« seien nicht willkommen. Auch der Veranstaltungsort ist nicht um die Ecke, obwohl sich das Angebot nur an deutschsprachige Teilnehmer richtet: Dubai. In der pulsierenden Wüstenmetropole, die mit ihrer Rastlosigkeit auch Dirk Kreuter selbst vor Jahren als Einwohner angezogen hat. Diese Rastlosigkeit findet sich auch im Programm der Treffen wieder: Roundtable-Sessions, Hot-Seat-Sessions, Interviews, Q&As, Rollenspiele und Fallanalysen, moderiert von Kreuter persönlich.

Bekannt ist auch, dass regelmäßig Star Gäste hier auftreten. So wunderte sich Europas größte Tageszeitung, dass Til Schweiger in Dubai zu den Jetstream-Teilnehmern sprach. Denn zu jener Zeit gab es weder Auftritte noch Interviews von Schweiger. Über die Inhalte wurde tatsächlich nie etwas bekannt – nur das Foto ging durch die Presse. Kreuters Konzept der Verschwiegenheit fruchtet scheinbar. Auch andere Prominente waren zu Gast, darunter Boris Becker, Oliver Kahn, Thomas Gottschalk, Dieter Bohlen sowie Philipp Plein und Wolfgang Grupp.

Welches Ziel verfolgt Kreuter?

Kreuters Ziel mit der Mastermind enthält gleichzeitig eine versteckte Kritik an seiner Heimat: »Unternehmer sollen sich hier verstanden fühlen und eine besondere positive Energie erleben, wie sie in Deutschland in dieser Form kaum existiert.« Sehen die Teilnehmer das genauso? Wenige Teilnehmer waren bereit, ihre Erfahrung öffentlich zu machen. Sascha Driesch ist ein bekannter Familienunternehmer und ist seit sechs Jahren Mitglied. Er schätze das Unternehmer-Umfeld. »Die klare Struktur, der Austausch auf Augenhöhe und die kontinuierlichen Impulse haben unser gesamtes Familienunternehmen mit all unseren Beteiligungen spürbar nach vorne gebracht. Wir konnten Umsätze, Gewinne und vor allem die

unternehmerische Sicherheit deutlich steigern.« So ein Umfeld habe er woanders bisher nicht gefunden. Auf seine Umgebung kommt auch Adam Schneider zu sprechen, Inhaber einer Anwaltskanzlei mit 36 Mitarbeitern: »In meinem Umfeld gab es niemanden mehr, der meine Fragen beantworten konnte. Ich komme aus einer Arbeiterfamilie und auch in meinem Umfeld waren keine Unternehmer, die ähnliche Herausforderungen hatten wie ich. In der Jetstream erhoffte ich mir Antworten und meine Erwartungen wurden mehr als erfüllt. Das Wort, das am besten beschreibt, was mir die Mastermind bringt, ist Klarheit.« Dr. Stephan Herlitzius ist Notar und Fachanwalt, sein Großvater gründete die Kanzlei 1934. Er wollte aus der Selbstständigkeit ein echtes

Unternehmen machen. Er habe noch kein einziges Treffen versäumt. Sven Gabor Janszky ist einer der prominentesten Zukunftsforscher Deutschlands. Er habe den Umsatz seines europaweit aufgestellten Instituts verdoppeln können. Und verfolge nun noch weit größere Ziele.

Die Teilnehmerstruktur wirkt nicht festgelegt auf eine Branche. Sie umfasst Steuerberater, Rechtsanwälte, Mediziner, Dienstleister, Industrieunternehmer, Händler sowie Logistik- und Finanzunternehmer. Kreuter sagt dazu nur, es sei bewusst ohne Branchenschwerpunkt aufgebaut. Vielleicht ist es gerade die Unterschiedlichkeit der Teilnehmer, die die Mastermind seit zehn Jahren trägt und immer wieder nach Dubai lockt. ♦ (L)



Dirk Kreuter im Gespräch mit Georg Kofler und Isabel Grupp.



»Jede Teilnehmeranfrage wird geprüft und freigegeben – oder eben auch nicht.«
–Dirk Kreuter



CRISTIANO RONALDO

– Vom Ausnahmespieler zum Milliardär

Architekt seiner eigenen Legende: Präzision als Lebensprinzip

Manche Menschen werden vom Talent durchs Leben getragen. Andere drücken ihrem Leben mit ihrem Talent einen Stempel auf. Cristiano Ronaldo gehört zur zweiten Kategorie. Wenn der heute 40-Jährige über seine finanzielle Unsterblichkeit spricht, klingt es weniger nach Prahlerei als nach kontrollierter Bilanz. Im Interview mit Star-Journalist Piers Morgan verriet er kürzlich, dass er 2024 Milliardär geworden sei: ein Jahr nach seinem Wechsel zu Al-Nassr. Laut »Forbes« soll er in dieser Saison rund 196 Millionen Euro verdienen.

»Ich bin im Fußball der Einzige, der Milliardär ist«, kommentierte er nüchtern. Für seine Kritiker mag das nach Hybris klingen – für jene, die ihn kennen, war es das nächste logische Kapitel eines Menschen, der diesen Erfolg jahrzehntelang akribisch vorbereitet hat.

»Ich war super happy, denn das ist eins meiner größten Ziele, die ich abseits vom Fußball hatte. Dass ich das mit 39 geschafft habe, erfüllt mich mit Stolz. [...] Sie können mich auch angeberisch nennen, aber die Zahlen lügen nicht. Und ich werde nicht aufhören, das zu sagen. Wenn man sich die Rekorde im

Fußball anschaut, sieht man: Cristiano ist da ganz oben auf der Liste.«

Identität statt Image

Reichtum als messbare Konsequenz eines in allen Bereichen konsequenten Lebensstils: Ronaldo verkörpert, was viele nur theoretisch lehren – Disziplin und Selbststeuerung als System. Er trainiert nicht, um zu spielen – er lebt, um zu optimieren!

Damit hat er das Konzept von Leistung neu definiert. Während andere über Begabung reden, spricht er von permanenten Wiederholungen. Träumen andere von Zielen, arbeitet er mit Präzision an deren



Erreichung, Selbstdisziplin, Ernährung, Regeneration, mentale Fokussierung – alles folgt einer klaren Systematik. Hinter dem Superathleten agiert ein Unternehmer, der seinen Körper als Kapital versteht und die Marke CR7 wie eine Holding führt. Von daher war das Erreichen des Milliardärsstatus auch keine Überraschung: »Ich wusste, dass das passieren wird. Es war nur eine Frage der Zeit.«

Symbolisch für seine Stringenz steht jener Moment bei der EM 2020, als er die Flaschen des Sponsors Coca-Cola mit eindeutigem Gesichtsausdruck beiseite schob und nur »Água« sagte. Kein erhobener Zeigefinger, keine Predigt, aber eine klare Haltung und die nonverbale Botschaft kam an.

Gern wurde die Szene überinterpretiert, doch sie zeigt zweierlei: seine absolute Konsequenz und seine Weigerung, ein fremdes Image zu bedienen. Ronaldo verkauft keine inszenierte Fassade – er gestaltet Identität nach seinen eigenen Regeln.

Der Luxus, der dem folgt, scheint seine eigenen Routinen zu formen. Neben dutzenden Autos besitzt er auch einen Privatjet, wie andere eine Modelleisenbahn: »Mein teuerstes Spielzeug ist eine Global Express, rund 40 Millionen Euro.«

Kein Auftrumpfen, keine Koketterie – nur die Feststellung eines Mannes, der Erfolg als Handwerk betrachtet. Für ihn ist Reichtum kein Glanz des Zufalls, sondern das Ergebnis von Methodenkompetenz und der absoluten Kontrolle darüber.

»Ich war super happy, denn das ist eins meiner größten Ziele, die ich abseits vom Fußball hatte. Dass ich das mit 39 geschafft habe, erfüllt mich mit Stolz.«

– Cristiano Ronaldo

Zwischen Disziplin und Menschlichkeit

Doch Ronaldo zeigte im Interview auch eine Seite seines Lebens, die kein noch so ausgeklügeltes System kontrollieren kann. Im April 2022 wurden er und Georgina Rodríguez Eltern von Zwillingen. Nur ihre Tochter Bella überlebte die Geburt, Zwillingbruder Ángel starb unmittelbar danach. Für Ronaldo war es der schlimmste Moment seines Lebens seit dem Tod seines Vaters. Er beschreibt eindringlich, wie er weiter funktionieren musste, während die Familie trauerte.

In dieser Zeit wuchs bei ihm der Wunsch, sich und seiner Partnerin etwas zu geben, das auch emotional trägt. Am 11. August machte er Georgina einen Heiratsantrag – inszeniert von ihren Töchtern, die mit dem Ring ins Zimmer liefen und riefen: »Papa, Papa, du wirst den Ring Mama geben und sie wird sagen: Ja, ich will dich heiraten.« Ronaldo nennt es einen magischen Moment.

Seinen Rücktritt stellt er inzwischen offen in Aussicht: nach der WM 2026 soll Schluss sein. Ein WM-Titel fehlt ihm noch – doch er lehnt die Idee ab, er müsse erst den wichtigsten Titel gewinnen, um der Beste zu sein: »Ist das fair?«

Glaubt er selbst dies offenbar nicht, so wäre er nicht CR7, wenn er sich nicht trotzdem vollkommen darauf fokussierte. So antwortete er, nach dem Datum der Hochzeit gefragt, voller Selbstvertrauen: »Wir planen, es nach der Weltmeisterschaft mit der Trophäe zu machen.«

Dass dies genau so kommen könnte – wer wollte daran zweifeln. Es wäre das Happy End einer Sportlerkarriere, deren Drehbuch aus angewandter Zielpsychologie nicht perfekter hätte geschrieben werden können, welches jedoch schon heute makellos in seiner Erfolgsbilanz ist. ♦ SK





Ein Leben voller Extreme

Michael Patrick Kelly spricht über Erfolg, Selbstfindung und warum Rückzug keinen Stillstand bedeutet

Vom weltweiten Ruhm mit der Kelly Family über eine Phase völliger Stille bis hin zu einer erfolgreichen Solokarriere – Michael Patrick Kellys Leben gleicht einem Kaleidoskop aus Höhen und Tiefen, Lärm und Leere, aus Bühnenlicht und Rückzug. In seinem neuen Album »Traces« reflektiert er über die Spuren, die Erfolg, Zweifel und persönliche Entscheidungen hinterlassen. Im Gespräch spricht er darüber, warum Rückzug manchmal der mutigste Schritt nach vorn ist, welche Erkenntnisse ihn auf seinem Weg geprägt haben und wie es ihm gelang, zwischen den Extremen einen Ton zu finden, der wirklich aus ihm selbst erklingt.

Herr Kelly, Ihr aktuelles Album trägt den Namen »Traces«. Was hat Sie dazu inspiriert, diesen Titel auszuwählen, und welche Bedeutung steckt dahinter? Am Tag, als mein Vater starb, trug er ein T-Shirt mit diesem Spruch drauf: »Viele Menschen treten in dein Leben ein, aber nur wenige hinterlassen Spuren.« Ich habe mich daraufhin immer wieder gefragt: Welche Spuren haben Menschen in meinem Leben hinterlassen? Und welche Spuren möchte ich hinterlassen? Ich bin in meiner eigenen Biografie auf die Suche gegangen, und habe aus prägenden Erfahrungen Songs geschrieben. Songwriting ist ja eine Art Seelentau-chen. Ich bin aber auch wie ein Investigativjournalist unterwegs und treffe mich mit Menschen, um an die Quelle ihrer Lebensspuren zu kommen. In dem Punkt fühle ich mich wie ein kleiner Jünger von Bob Dylan oder Bruce Springsteen, die sich mit Vietnamveteranen getroffen haben, oder mit Feuerwehrleuten und Familienangehörigen, die von dem Einsturz des World Trade Centers betroffen waren. Und daraus entstanden Songs wie »Born in the USA« oder »The Rising«. Bei mir ist zum Beispiel der Song »K.H.A.« (Keep Hope Alive) aus so einer Begegnung entstanden. Ich hatte ein langes Gespräch mit Kevin Briggs, der während

»Ich bin tatsächlich auf der Bühne groß geworden.

Bei meiner ersten TV-Show hielt mich meine Mutter auf dem Arm, da war ich zehn Tage alt.«

– **Michael Patrick Kelly**

seiner Dienstzeit als Streifenpolizist auf der Golden Gate Bridge in den USA mehr als 200 Menschen davon abgehalten hat, sich das Leben zu nehmen. Mich interessieren wahre Geschichten von Menschen, die in Krisensituationen heldenhafte Entscheidungen getroffen haben.

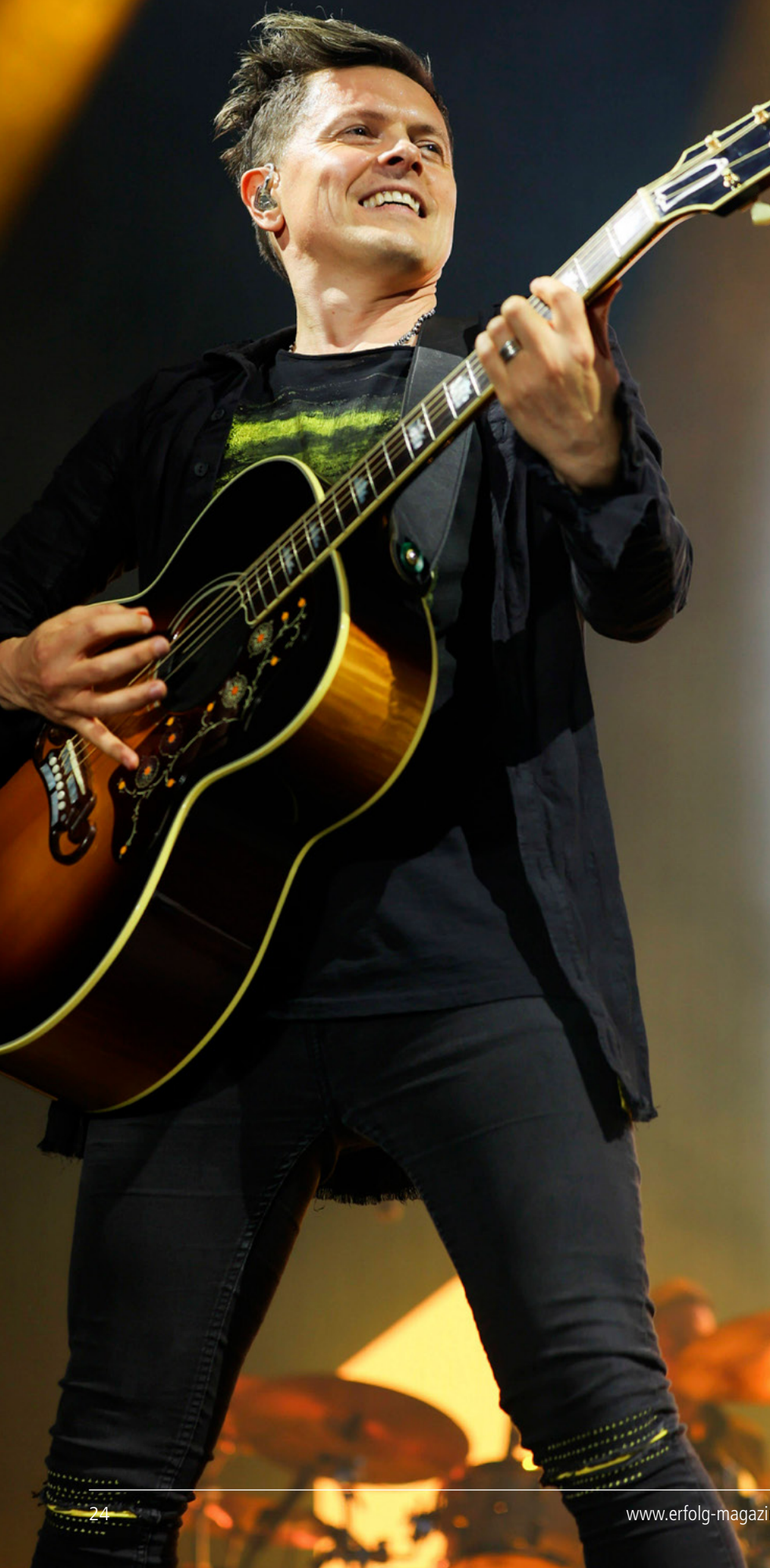
Welche persönlichen Spuren hat Ihre Karriere bei Ihnen hinterlassen und wie fließen diese Erfahrungen in Ihre Musik ein?

Die Musik entwickelt sich mit dem Musiker, und ich befinde mich als Kreativer ja stetig in »development«. Bestimmte Erfahrungen

generieren dabei neue Ideen. Der Song »Symphony of Peace« zum Beispiel, verbindet die Musikgenres Pop, Klassik und Rock. Diese Idee hat ihren Ursprung im Jahr 1996. Damals sang ich mit meinen Geschwistern gemeinsam mit Luciano Pavarotti bei »Pavarotti & Friends«. Solche Crossovers verschiedener Genres waren zu der Zeit neu und frisch. Ich durfte an dem Abend unter anderem mit Eric Clapton, Sheryl Crow und Elton John die Bühne teilen. Es war ein Charity Event für Kinder in Not und für die Opfer von Krieg. Das war eine Spur, die beeinflusst hat, wie ich »Symphony of Peace« musikalisch zusammengebracht habe – mit Orchester, Gospelchor, der Weltklasse-Performance des Tenors Jonas Kaufmann, und einem Gitarrensolo im Stil von Pink Floyd. Bei dem Song »K.H.A.« (Keep Hope Alive) ist der Chorus eigentlich ein bretonisches Tradition, das ich in den 80ern von einem Künstler aus der Bretagne namens Alan Stivell zum ersten Mal gehört hatte. Ich habe dazu eine neue Strophe und neue Lyrics geschrieben. In »Calcutta Angel« hört man auch meine Folk-Music-Roots.

Alles hat irgendwo seine Wurzel. ▶





Sie haben bereits als Kind maßgeblich zum Erfolg der Kelly Family beigetragen und haben dadurch sehr früh Verantwortung übernehmen müssen. Wie hat der frühe Erfolg Ihre Sicht auf die Musik und Ihr Leben verändert?

Ich bin tatsächlich auf der Bühne groß geworden. Bei meiner ersten TV-Show hielt mich meine Mutter auf dem Arm, da war ich zehn Tage alt. Mein Leben war voller Extreme. Wir wohnten in einem Doppeldecker-Bus und bereisten die Welt, dann auf einem Boot, spielten auf der Straße, später in Stadien, und wohnten im Schloss – 24/7 bewacht von Bodyguards. Das hatte alles Vor- und Nachteile. Ich glaube, es war ein Glück, diese intensive Geschichte im Kontext einer Großfamilie zu erleben. Es gibt Kinderstars, die alleine berühmt werden, vielleicht auch in die Öffentlichkeit geschoben werden. Da gibt es schon die Gefahr, dass das Exponiertsein und der frühe Erfolg einen Schaden in der Persönlichkeit anrichten. Ich habe über die Jahre auf jeden Fall gelernt, Grenzen zu setzen. Ich sage mehr Medienanfragen ab als zu. Für mich muss

»Gerettet haben mich zwei Dinge: eine Psychotherapie, die eineinhalb Jahre gedauert hat. Das zweite war der Glaube, das wachsende Interesse an Spiritualität und der Gang ins Kloster.«

– Michael Patrick Kelly

es immer einen Musikbezug haben oder sinnvoll sein. Ich bin nicht daran interessiert, zur »Celebrity« zu gehören oder eine »Public Personality« zu sein. Ich habe ganz klare Kriterien für meine Entscheidungen. Beruflichen Sinn finde ich in meinem Schaffen als Musiker, und auch als Botschafter der Vereinten Nationen für Frieden und Gerechtigkeit (SDG16) ist es mir ein Anliegen, zu schauen, was ich zu einer friedlicheren, besseren Welt beitragen kann.

Sie haben sich trotz, oder vielleicht gerade wegen des frühen Erfolgs, bewusst eine Auszeit genommen. Dabei fiel Ihre Wahl auf ein Kloster. Was hat Sie zu diesem Schritt bewogen und welche Erkenntnisse oder Inspirationen haben Sie dort gefunden?

Ich hatte mit Anfang zwanzig eine heftige Lebenskrise. Ich hatte alles, wovon viele träumen, »fame and fortune«, war wohlhabend, populär, erfolgreich. Aber ich hatte keinen Lebensmut mehr. Es kam die große Erkenntnis, dass all das nicht glücklich macht.

Gerettet haben mich zwei Dinge: eine Psychotherapie, die eineinhalb Jahre gedauert hat. Das zweite war der Glaube, das wachsende Interesse an Spiritualität und der Gang ins Kloster. Heute spricht man viel mehr über Mental Health als früher. In den 90ern wurde das gerade im Showbusiness nicht gerne gesehen, dass man über Therapien spricht und quasi innere Schwächen offenlegt. In meiner aktuellen Single »Run Free« geht es um das Durchbrechen dieser Mauern, um Loslassen und Freiwerden von Ängsten, mentalem Druck und Sorgen. Es ist bezeichnend, wie stark das Feedback auf diesen Song ist. Mir haben Menschen aus Gaza geschrieben, wie »Run Free« ihnen hilft, die schwere Zeit durchzustehen. Studenten aus den USA, die bei einer tödlichen Schießerei zusehen mussten, haben Kraft aus dem Lied gezogen. Das zeigt, dass das Thema den Leuten wichtig ist. Mir hat der totale Rückzug aus der Öffentlichkeit sehr geholfen, und ich habe manche Dinge aus diesem monastischen Leben in mein heutiges überführt. Bevor ich in den Tag starte, nehme ich mir morgens eine Stunde in Stille für Atemübungen, Entspannungstechniken nach einem amerikanischen Neurowissenschaftler, ich bete und denke an ein paar Dinge, für die ich dankbar bin. Dankbarkeit ist ein großer Gamechanger.

Kurz vor Ihrer Auszeit haben Sie Ihr Solo-Debütalbum veröffentlicht, nachdem Sie zuvor immer mit Ihrer Familie musiziert haben. Wie war es für Sie, diesen eigenen künstlerischen Weg zu finden?

Das war ein erster wichtiger Schritt für mich als Mensch und als Musiker, meinen eigenen Weg zu gehen. Bis dahin habe ich immer im »Wir« gedacht, in einer kollektiven Identität. Das ist ja auch die Natur einer Band. Umso mehr die einer Family Band. Auch die langen Haare damals waren wie so ein Kodex. Ich war einer der ersten, der sich die Haare abgeschnitten hat. Auch wenn es nur etwas Äußerliches war, hatte das eine Symbolkraft, mit der ich zeigen wollte: Ich bin jetzt ein eigener Künstler. Vorher konnte von jedem nur ein Song auf ein Album kommen, es gab nicht genug Platz, um die ganze Kreativität, die in mir war, auszuleben. Auf meiner ersten Soloplatte konnten dann auch die rockigen Nummern von mir zum Vorschein kommen, die auf den Family-Alben nicht

»Anfangs fühlte sich der Schritt zum Solo Artist schon ein bisschen wie Fremdgehen an, aber ich war gut darin beraten, diesen Weg zu gehen.«

– Michael Patrick Kelly

erwünscht waren. Anfangs fühlte sich der Schritt zum Solo Artist schon ein bisschen wie Fremdgehen an, aber ich war gut darin beraten, diesen Weg zu gehen. Alles andere wäre für mich nicht gut gegangen, und entsprechend hätte ich auch nicht mehr das geben können, was für eine gut funktionierende Band nötig war.

Ihr neuer Song »Calcutta Angel« handelt von der Zeit, in der Sie in einem Hospiz gearbeitet haben. Welche Spuren haben Sie selbst in dieser Zeit hinterlassen?

Es ist sicher leichter, die Spuren zu erkennen, die die Begegnungen in Kalkutta in mir hinterlassen haben. Oft sind es diejenigen, die Hilfe brauchen, die dem Helfenden beinahe mehr geben. Der Song »Calcutta Angel« holt uns genau in der Zeit ab, in der ich in Saus und Braus lebte, aber todunglücklich war. Ich war auf der Suche nach mehr, als man bei Amazon kaufen kann, nach Sinn, nach dem Wahren und Echten. 2003 bin ich dann nach Kalkutta geflogen, um mehrere Wochen als freiwilliger Helfer bei den Missionaries of Charity, dem Orden von Mutter Teresa, den Armen und Kranken zu helfen. Ich landete im Sterbehause, in das man Menschen, die auf der Straße lagen, hinbrachte, um ihnen einen würdigen Tod zu ermöglichen, oder sie manchmal sogar wieder auf die Beine zu bringen. Da waren über 150 junge Freiwillige aus der ganzen Welt. Gar nicht so wenige davon waren wohlhabende Kids, wie ich. Mich um Leprakranke zu kümmern, um Sterbenskranke, sie zu begleiten, zu waschen, zu ernähren, das hat mein Herz verwandelt. Ich glaube, die Selbstzentriertheit ist ein Problem unserer Zeit. Gier spielt dabei eine destruktive Rolle; Gier nach Macht, Gier nach Geld, Gier nach Anerkennung. Dafür gehen manche auch über Leichen. In meinem Fall wurde der negative Zirkel durchbrochen, indem ich mich selbst mal zur Seite gelegt, und mich in den Dienst von anderen gestellt habe. Ich glaube, mehr Zuwendung könnte einiges bewegen und auch der Einsamkeit, die so weit verbreitet ist, entgegenwirken. ▶

ERFOLG
DAS LESEN ERFOLGREICHE magazin

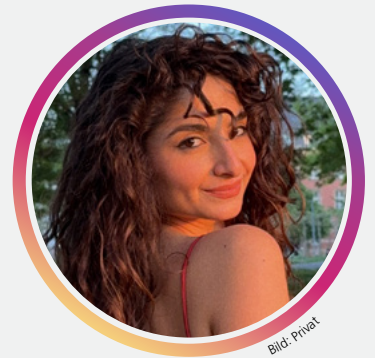


Bild: Privat

Ishtar Isik:

»Man wird nie perfekt sein«

Ishtar Isik liebt Mode – schon mit sechs Jahren begann sie damit, ihre eigenen Outfits zu entwerfen. 20 Jahre später gründete sie dann ihr eigenes Label »Phiala«. Neben ihrer Tätigkeit als Unternehmerin genießt sie jedoch auch ihr Leben als Influencerin mit rund 1,9 Millionen Instagram-Followern und 1,16 Millionen YouTube-Abonnenten. Am Anfang sei das jedoch nicht gerade einfach gewesen: »Keiner hätte mich wirklich darauf vorbereiten können, wie es ist, ein Leben in der Öffentlichkeit zu leben und tagtäglich so viele Meinungen über die eigene Person lesen zu müssen.« Dass dabei nicht immer nur positives Feedback kommen kann, ist ihr mit der Zeit auch klargeworden: »Man wird nie perfekt sein, man wird nie von allen gemocht werden und deswegen ist es mir auch so wichtig, mir selbst treu zu bleiben und mich nicht in der Kritik anderer zu verlieren.«

Das komplette Interview
finden Sie auf
www.erfolg-magazin.de.



Wie definieren Sie persönlich Erfolg und hat sich diese Definition im Laufe Ihrer Karriere und Ihres Lebens verändert?

Erfolg im Sinne von Bestätigung ist erstmal etwas Schönes, es hat aber auch etwas Trügerisches. Das kann so sein: Heute Daumen hoch, morgen Daumen runter. Wenn man auf Bob Dylan schaut: Der wurde jahrelang von den Medien

»Pausen sind wichtig.

Auch, um nicht aus dem Blick zu verlieren, wohinter man als Künstler zu hundert Prozent steht. Auf jeden Fall sollte man mehr in sich hinein, als nach außen hören. Sonst verpasst man seine Originalität.«

– Michael Patrick Kelly

kritisiert, und dann gab man ihm irgendwann den Nobelpreis. Man muss sehr aufpassen, sich nicht von der Anerkennung der Menschen abhängig zu machen. Ich war mit 18 Jahren Leiter einer Band, die Rekorde von Michael Jackson und The Beatles gebrochen hatte. Ich kenne den Druck, wenn man

einen Mega-Hit geschaffen hat oder ein Kult-Album und dann dringend der nächste Hit und das nächste Kult-Album her muss. Heute habe ich ein anderes Bild von Erfolg. Für mich bedeutet es Erfolg, wenn Menschen zu mir kommen und mir erzählen, dass ein bestimmter Song von mir ihnen Hoffnung und Mut gegeben oder ihnen durch eine schwierige Zeit geholfen hat. Vor kurzem kam auf der Straße eine Frau zu mir und sagte: »Wenn es Deine Musik nicht gegeben hätte, gäbe es mich heute nicht mehr.« Solche Feedbacks zeigen Dir, dass sich alles lohnt. Mir bedeutet das mehr, als irgendeine Auszeichnung.

Erfolg gibt Dir auch nicht automatisch recht, das sieht man in der Politik. Man kann auch im Showbusiness mit Fake und Schein erfolgreich sein. Es gibt Songs, die nicht qualitativ produziert sind, aber trotzdem erfolgreich, vielleicht durch Gimmicks, KI, bestimmte Trends; auf YouTube und Spotify kann ohnehin jeder alles veröffentlichen. Einen schnellen Hype zu kreieren, ist für mich keine Kunst. Ich glaube, das Menschliche wird man in der Musik nie ersetzen können. Ich finde, man kann es hören, wenn die Seele fehlt. Für mein Album »Traces« habe ich jedenfalls keine KI-Tools benutzt. Meine Musik ist handgemacht, mit echten Musikern und echten Instrumenten.

Welchen Rat würden Sie jungen Menschen geben, die gerade am Anfang ihrer Karriere stehen?

Man sollte sich gewissermaßen frei machen von der Meinung und dem Erwartungsdruck der Leute. Ich habe in meinem Leben Entscheidungen getroffen, die nicht immer nur populär waren. Mitten im großen Erfolg einfach aussteigen und sich komplett aus der Öffentlichkeit zurückziehen, hat nicht jeder verstanden. Aber für mich war es wichtig und sogar rettend. Es ist heute alles so schnelllebig, dass man jungen Künstlern, die eine Erfolgswelle haben, das Gefühl gibt, sie reiten zu müssen, alles mitnehmen zu müssen. Ich sehe das etwas anders. Pausen sind wichtig. Auch, um nicht aus dem Blick zu verlieren, wohinter man als Künstler zu hundert Prozent steht. Auf jeden Fall sollte man mehr in sich hinein, als nach außen hören. Sonst verpasst man seine Originalität. Es gibt von Rainer Maria Rilke das Buch »Briefe an einen jungen Dichter«. Dieses Buch kann ich jedem empfehlen, der einen beruflichen Weg im Bereich der Kunst gehen möchte. Dort geht es darum, herauszufinden, ob dieser Plan wirklich eine Berufung ist.

Und noch ein Tipp: nicht zu schnell Dinge raushauen. Es gibt eine Bambusart in Asien, die wächst erstmal zwei Jahre unter der Erde, und wenn sie aus dem Boden heraussticht, wächst sie einen Meter pro Monat. Es ist sicher etwas dran an der »10.000-hours rule«, die empfiehlt, ein Handwerk erstmal gründlich zu üben, bevor man sich dem Urteil der Leute übergibt. ♦ Laura Cecere



Die Kelly Family beim Circus Roncalli, 2004.
(v.l. Michael Patrick Kelly, Angelo Kelly, Patricia Kelly,
Jimmy Kelly, Zirkusdirektor Bernhard Paul, Kathy Kelly,
Maite Kelly und Joey Kelly)

Bild: IMAGO / Raimund Müller

Wie *Bewusstsein* das Business verändert

Beruflicher Erfolg – das Ergebnis klarer Strategien und harter Arbeit?

Rosa Koppelman widerpricht. »Erfolg entsteht nicht durch Kontrolle, sondern durch Kohärenz«, sagt sie. Doch diese fände man nicht im Außen – sie sei das Resultat einer tiefen inneren Klarheit.

Wenn Aufgeben zur Offenbarung wird

»Wenn Herz und Verstand im selben Rhythmus schwingen, wird Erfolg mühelos: Dieses Credo prägt heute Koppelmans Arbeit – doch ihr Weg dorthin war kein leichter.

Die Tochter eines Schamanen und einer Hypnosetherapeutin wuchs mit spirituellen Praktiken und tiefem Wissen über Energie auf. Trotzdem fühlte sie sich lange vom Spirituellen getrennt. Planung, Vergleich und Kontrolle bestimmten ihren Alltag – bis sie davon vollkommen erschöpft war.

»Wenn wir aufhören, zwischen richtig und falsch zu unterscheiden, beginnen wir, das Ganze zu begreifen. Dann entsteht Wirksamkeit – ganz natürlich.«

– Rosa Koppelman

»Ich war so müde vom Funktionieren«, erinnert sie sich. »Und irgendwann habe ich aufgehört zu kämpfen.« Doch ausgerechnet dieser Moment des Loslassens wurde zum Wendepunkt. Statt äußere Umstände kontrollieren zu wollen, begann sie, ihre innere Haltung zu verändern – und erlebte, wie das Außen darauf reagierte.

Seither ist Kohärenz ihr Kompass: Das Prinzip bedeutet für sie, Emotion und Kognition – Kopf und Herz – in Einklang

zu bringen. »Kohärenz ist das neue Erfolgsprinzip. Wer sie lebt, braucht keine Strategien mehr«, ist sich die Gründerin eines eigenen Coaching-Konzepts sicher.

Vom Funktionieren zur natürlichen Führung

Im Zentrum von Koppelmans Arbeit steht das non-duale Denken – die Fähigkeit, die Welt nicht mehr in Gegensätzen wahrzunehmen, sondern als fließende Einheit.

»Wenn wir aufhören, zwischen richtig und falsch zu unterscheiden, beginnen wir, das Ganze zu begreifen. Dann entsteht Wirksamkeit – ganz natürlich.«

So will Koppelman Spiritualität und Wirtschaft auf neue Weise miteinander verbinden: Business und Bewusstsein sind für sie keine Gegensätze, sondern zwei Seiten derselben Medaille; Leichtigkeit kein Ziel, sondern ein Bewusstseinszustand – einer, aus dem echte Führung erwachse.

Heute begleitet sie andere Frauen dabei, diesen Zustand zu kultivieren. Mit einem dreiköpfigen Team habe sie allein in diesem Jahr rund zwei Millionen Euro an Umsatz erzielt, berichtet die Expertin – »ein Beispiel für Erfolg ohne Überforderung«, wie sie sagt.

Denn für Koppelman ist klar: »Kraftvolle Ergebnisse entstehen, wenn Gedanken, Emotionen und Handlungen im Einklang sind. Dann wird Erfolg zur natürlichen Konsequenz von Bewusstsein.« ♦ AS (L)



Rosa Koppelman

ist Coach, Autorin und Gründerin der Rosa-Koppelman-Methode. Mit ihrem Ansatz zwischen Non-Dualität, Neurowissenschaft und Bewusstseinsführung ist es ihr Ziel, sie Menschen in ein Leben in Kohärenz zu begleiten.

Vom Kneipensänger zum Weltstar

Nicht mal Elton John konnte **Ed Sheeran** helfen



Wenn Ed Sheeran auf der Bühne steht, brandet Jubel auf, der Stadien erzittern lässt. Tausende Menschen singen jede Zeile mit, als wären seine Songs die eigene Lebensgeschichte. Und doch steht da kein Popstar mit Choreografie und Glitzerjacke, sondern ein Mann mit Gitarre, Jeans und einem schiefen Lächeln. Ed Sheeran wirkt, als hätte er sich nie von den kleinen Pubs in London verabschiedet, in denen alles begann – nur, dass das Publikum inzwischen die ganze Welt ist.

Sein Weg vom Kneipensänger zum Weltstar liest sich wie ein modernes Märchen, doch Sheeran selbst erzählt es anders: als eine Geschichte von Ausdauer, Zufällen und der unbeirrbaren Überzeugung, dass Ehrlichkeit in der Musik lauter klingt, als jedes Feuerwerk.

Erste EP mit 14 Jahren

Edward Christopher »Ed« Sheeran wurde 1991 in Halifax in der englischen Grafschaft West Yorkshire geboren. Aufgewachsen ist der Rotschopf in Framlingham in Suffolk. Seine Mutter Imogen ist Schmuckdesignerin, Vater John Kurator und Dozent und sein älterer Bruder Matthew ist klassischer Komponist. Im Alter von elf Jahren greift Sheeran das erste Mal zur Gitarre und beginnt, eigene Songs zu schreiben. Mit 14 Jahren brachte er schließlich seine erste EP »The Orange Room EP« auf den Markt. Um sich in der Musikszene einen Namen zu machen, begann er in regionalen Clubs und Kneipen aufzutreten und so seine erste Live-Erfahrung zu sammeln. Manchmal spielte er dabei gerade mal vor zehn Leuten.

Beirren ließ er sich davon jedoch nicht. Mit 17 Jahren fasste er den Entschluss nach London zu gehen, um Musiker zu werden. In der britischen Hauptstadt spielte er sich nahezu die Finger wund: Sheeran gab ein Konzert nach dem anderen, 2009 waren es mehr als 300. Doch der große Erfolg blieb aus. Auch nach einem öffentlichen Lobgesang von Elton John ließ der große Durchbruch noch auf sich warten. Müde und geknickt, aber voller Hoffnung, packte er im April 2010 seine Sachen und ging nach Los Angeles.

Ed Sheeran wirkt, als hätte er sich nie von den kleinen Pubs in London verabschiedet, in denen alles begann – nur, dass das Publikum inzwischen die ganze Welt ist.

Durchbruch auf Social Media

In Los Angeles angekommen, machte er sofort dort weiter, wo er aufgehört hatte. Sein erstes Konzert spielte er in Inglewood, einer ärmlichen Gegend. Danach zog er von Show zu Show und spielte jedes Konzert, das er spielen durfte. Eines Tages wurde Hollywoodstar Jamie Foxx auf ihn aufmerksam. Er bot ihm an, auf seiner Couch zu übernachten und sein Tonstudio zu nutzen.

Noch im selben Jahr versuchte Sheeran sich auf Social Media einen Namen zu machen. Er stürzte sich auf Plattformen wie YouTube, Twitter, Instagram und Facebook. Mit Erfolg: Die Menschen werden auf ihn aufmerksam und seine Reichweite steigt und steigt.

Im Januar 2011 brachte er die EP »No. 5 Collaborations Project« raus, die sich in der ersten Woche über 7.000 Mal verkaufte. Kurze Zeit später unterschrieb Ed seinen ersten Plattenvertrag bei Atlantic Records. Mit seinem Debütalbum »+« und Hits wie »The A Team«, »Drunk« und »Lego House« gelang ihm noch im selben Jahr der Durchbruch. Im Februar schaffte er dann den internationalen Durchbruch, als seine Songs auch in Deutschland auf den Markt kamen und Platz 12 in den Charts erreichten. Anstatt sofort weiter Musik zu produzieren, wählte Sheeran einen anderen Weg – er nahm sich drei Jahre Zeit für sein nächstes Album. In der Zwischenzeit spielte er

unzählige Konzerte, war mit Taylor Swift auf Tour und zu Gast bei »The Voice of Germany«. Außerdem schrieb er mit »I See Fire« den Soundtrack-Song zum Kinofilm »Der Hobbit: Smaugs Einöde«.

Im Juni 2014 erschien schließlich sein zweites Album »x« mit den Hitsingles »Sing«, »Thinking Out Loud«, »Don't« und »Photograph«. Die Platte stürmte die deutschen Charts und erreichte die Spitzenposition.

Rekorde aufgestellt

2017 gelang Ed Sheeran dann etwas, was zuvor noch keinem anderen Musiker gelungen ist: In Deutschland und England landeten seine Songs »Castle on the Hill« und »Shape of You« gleichzeitig auf Platz 1 und Platz 2 der Singlecharts. In Österreich und der Schweiz ebenfalls. Im selben Jahr veröffentlichte er sein drittes Studioalbum »÷«, welches weltweit die Charts eroberte und sich allein in Großbritannien 672.000 Mal verkaufte. Mit seinem neuen Album stellte Sheeran damit in Großbritannien den Rekord als meistverkauftestes Album eines männlichen Künstlers in der ersten Verkaufswoche auf. Zudem wurde er der erste Musiker,

der gleichzeitig die ersten fünf Ränge der britischen Singlecharts besetzen konnte. Auch in Deutschland brach der britische Sänger einen Rekord: Hierzulande schaffte er insgesamt sechs Top-20-Platzierungen. Die beiden darauffolgenden Singles »Galway Girl« und »Perfect« erreichten beide Platz 1 in Irland.

Über 7,3 Millionen Zuschauer

Mit seiner seit 2017 andauernden Divide Tour gelang es Sheeran im Jahr 2019 zwei weitere Rekorde zu brechen. Schon zum Abschluss der Tour war sie mit Einnahmen von über 737 Millionen US-Dollar die kommerziell erfolgreichste Konzertreise und zog dabei mehr als 7,3 Millionen Besucher an. Er löste damit die Band U2 als Rekordhalter ab. Im Juli 2019 erschien mit »No. 6 Collaborations Project« sein viertes Studioalbum. Auf diesem Album nahm er alle Titel mit befreundeten Musikkollegen wie Khalid, Camila Cabello, Justin Bieber, Eminem und Bruno Mars gemeinsam auf.

Inzwischen hat Ed Sheeran sein achttes Studioalbum »Play« veröffentlicht, das mit Hits wie »Sapphire« und »Azizam« begeistert. Auch auf seinem neuen Album gibt es Songs, in denen Sheeran über die Liebe singt. Während seine früheren Werke noch mathematische Symbole im Titel trugen, schlägt der Sänger mit »Play« nun ein neues Kapitel auf. Doch während er sich musikalisch weiterentwickelt, bleibt er stets dem treu, was ihn ausmacht: ehrliche Geschichten und berührende Melodien. ♦LC

Doch während er sich **musikalisch** weiterentwickelt, bleibt er stets dem **treu**, was ihn **ausmacht**: ehrliche Geschichten und berührende Melodien.

Bilder: IMAGO / Europa Press (A. Pérez Meca) / Avalon red (Alexis Maryon) / Newscom-AdMedia (Jason L. Nelson)



Ed Sheeran bei einer Unplugged Session im Stratford Circus, 2010.



Ed Sheeran bei der Divide Tour 2018 in Pittsburgh.



Mariah Carey mit dem ikonischen Spruch
»I don't know her« gegenüber
Jennifer Lopez – ein Ausdruck jahrelanger
Konkurrenz- und Eifersuchtsdebatten
zwischen zwei Pop-Diven.

NEID

EIN GASTBEITRAG VON DR. DR. RAINER ZITELMANN

Neid schadet Ihnen. Er lenkt Ihre Energie in eine destruktive Richtung. Er baut unbewusste Barrieren für Ihren Erfolg auf, denn wenn Sie den Beneideten schlecht machen, werden Sie selbst nicht vorankommen.

Die Bedeutung von Neid wird oft unterschätzt. Das liegt daran, dass er gelehrt wird. Der spanische Philosoph Gonzalo Fernández de la Mora betont, dass Neid eine stark geleugnete Emotion ist: »Die Hoffart, der Geiz, die Wollust, der Jähzorn, die Völlerei, die Faulheit werden eingestanden, und es wird sogar mit

ihnen geprahlt. Es gibt nur eine unaussprechliche Todsünde: den Neid. Er ist finster, verborgen, ewig maskiert. Er verbirgt sich vor den übrigen mit vielerlei Verkleidungen, und sein Symbol müsste die Gesichtsmaske sein.«

Ein Grund dafür ist: Wenn der Neid als Handlungsmotiv offenbar würde, dann würden die Handlungen des Neiders, die darauf abzielten, die Gründe für seinen Neid zu beseitigen, sozial delegitimiert. Würde der Neid als solcher erkennbar bzw. offen kommuniziert, dann würde der Neider seine Intentionen damit automatisch disqualifizieren.

Gibt es auch gutartigen Neid?

Manchmal wird argumentiert, Neid müsse nicht unbedingt etwas Negatives sein, denn es gebe auch eine gutartige Form des Neides. Der Soziologe Helmut Schoeck wendet sich ausdrücklich gegen diese Auffassung. Der Neid gehöre zur menschlichen Existenz, aber fast alle Kulturen – etwa durch ihr Stammesethos – und alle Religionen hätten den Neid und den Neider verurteilt. »Er wird immer als Gefahr erkannt. Sehr selten, etwa in manchen Gedichten, wird Neid als Ansporn, als etwas Hohes oder Konstruktives angesprochen; es handelt sich aber dabei um

eine falsche Wortwahl des Dichters ... Der eigentliche Neider schließt sich von vornherein vom Wettbewerb aus.«

Der Neider ist weniger an einer Überführung irgendwelcher Werte aus dem Besitz anderer an sich selbst interessiert. »Er möchte den anderen beraubt, enteignet, entblößt, gedemütigt, geschädigt sehen, er malt sich aber fast nie im Einzelnen aus, wie eine Übertragung der fremden Güter an ihn selbst möglich wäre. Der reine Typ des Neiders ist kein Räuber oder Schwindler in eigener Sache. Und wenn es sich beim Neid um persönliche Eigenschaften, um Können oder Ansehen eines anderen Menschen handelt, ließe sich ein Raub ohnehin nicht ausführen. Aber der Wunsch, der andere möge seine Stimme, seine Virtuosität, sein gutes Aussehen oder seine Tugend verlieren, lässt sich ohne weiteres hegen.«

Die Psychologen Justin D'Arms und Alison Duncan Kerr lehnen die Unterscheidung zwischen gutartigem und böartigem Neid ab. Sie bestreiten, dass es so etwas wie guten Neid gebe. Schon Kant definierte Neid als Hang, das Wohlergehen des anderen mit negativen Gefühlen zu betrachten. Neid zielt darauf, das Glück des anderen zu zerstören.

Die Idee des gutartigen Neides kommt aus dem alltäglichen Sprachgebrauch (»Was für ein tolles Haus, ich beneide dich darum«). Es ist jedoch häufig so, dass im alltäglichen Sprachgebrauch nicht präzise zwischen Emotionen unterschieden wird. Zum Neid gehört nicht nur, das Gut des anderen zu begehren, sondern entscheidend ist der Wunsch, dass dieser das Gut, den Vorteil oder den Status verlieren möge. »Gutartiger Neid« ist deshalb ein Widerspruch in sich.

Hat der Neidische die Wahl, ob der Beneidete das Gut besitzt oder keiner von beiden, dann bevorzugt er eine Situation, in der keiner von beiden es besitzt. Wenn der Nachbar einen Mercedes gekauft hat und ich bin deshalb neidisch, wird der Neid nicht unbedingt verschwinden, wenn ich mir eine Woche später selbst einen kaufe. Es wird aber sofort verschwinden, wenn der Nachbar seinen Mercedes – aus welchem Grund auch immer – wieder verliert.

Der Neid-Philosoph

Der Philosoph Christian Neuhäuser fordert in seinem Buch »Reichtum als moralisches Problem«, Reichtum zu verbieten. Er meint, ein Grund Reichtum zu verbieten, liege bereits dann vor, wenn ein Teil der Gesellschaft reicher werde, der andere Teil jedoch in deutlich geringerem Ausmaß, denn dadurch steige die relative

Armut. Man könne das Problem der relativen Armut auch dadurch lösen, dass man nicht die Situation der Armen verbessert, sondern nur den Reichen etwas von ihrem Reichtum nimmt.

Ein solches »Leveling-Down«, so der egalitäre Philosoph, könnte sehr positive Effekte haben. Auch ohne die Armut der Armen zu lindern, sei bereits viel gewonnen, wenn man den Reichen etwas wegnehme. Es helfe tatsächlich auf »substantielle Weise, wenn die reichen Menschen weniger reich sind. Denn dann steigt die Möglichkeit von armen Menschen, als gleichrangige Gesellschaftsmitglieder aufzutreten und sich selbst als solche ansehen zu können.«

Es sei eben ganz falsch, wenn jemand behaupte, »dass es keinen positiven und nur einen negativen Unterschied macht, wenn die Reichen weniger reich wären. Es macht für die Würde der Armen durchaus einen positiven Unterschied.« Neuhäuser nimmt denn auch ausdrücklich für sich in Anspruch, dass er den Fokus nicht primär darauf lege, wie den Armen geholfen werden kann, sondern wie man den moralisch bedenklichen Reichtum abschafft. Genau dies ist das Wesen des Neides: Es geht dem Neider nicht vor allem darum, die Lage der Schlechtergestellten zu verbessern,

Der Autor



Dr. Dr. Rainer Zitelmann widmet sich der Reichtumsforschung und Persönlichkeitsmerkmalen erfolgreicher Menschen. Er veröffentlichte 30 Bücher.

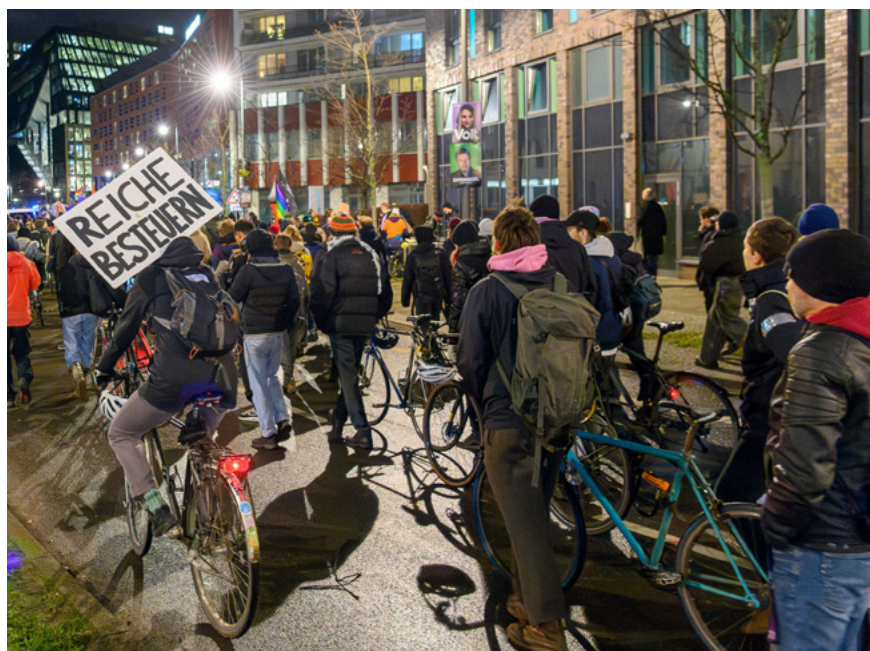
sondern die Situation des Beneideten (in diesem Fall: des Reichen) zu verschlechtern. Neider interessieren sich weniger für die Bekämpfung von Armut als für die Bekämpfung von Ungleichheit.

Freude am Neid der anderen

Manche Menschen versuchen, sich kleinzumachen, damit sie nicht beneidet werden. Aber das gilt nicht für alle. Das Motto von Erfolgsmenschen, die von anderen beneidet werden, lautet indes »Mitleid bekommt man geschenkt, Neid muss man sich verdienen«. Die amerikanischen Neidforscher und Psychologen Gerrod ▶

»Der eigentliche Neider schließt sich von vornherein vom Wettbewerb aus.«

– Helmut Schoeck





Daniel Jung:
»Erfolg ist für mich, Verständnis zu erzeugen«

Mathe – für viele ein rotes Tuch, für Daniel Jung eine Leidenschaft. Mit seinen Lernvideos begeistert er inzwischen rund 940.000 YouTube-Abonnenten und über 300.000 TikTok-Follower und zeigt, dass Zahlen, Formeln und Gleichungen alles andere als langweilig sein müssen. Wenn daraufhin jemand in den Kommentaren schreibt »Jetzt habe ich's kapiert«, dann sei das ein voller Erfolg für ihn: »Ich messe Erfolg daran, wie viele Menschen selbständig weiterlernen können – nicht daran, wie oft mein Name genannt wird.« Dieser Erfolg ließe sich jedoch nicht allein durch neue Technologien wie KI erreichen. Diese solle man bei der Vermittlung von Wissen nur als »Sparringspartner« nutzen, nicht als Ersatz: »Maschinen helfen beim Finden, Strukturieren und Üben – Bedeutung, Werte, Motivation gibt der Mensch.«

Das komplette Interview finden Sie auf www.erfolg-magazin.de.



»Hat der Neidische die Wahl, ob der Beneidete das Gut besitzt oder keiner von beiden, dann bevorzugt er eine Situation, in der keiner von beiden es besitzt.«

– Dr. Dr. Rainer Zitelmann

Parrott und Patricia M. Rodruguez Mosquera schreiben: »Je stärker jemand Leistung oder Erfolg wertschätzt, desto größer dürfte die Freude darüber sein, von anderen beneidet zu werden – denn der Neid der anderen gilt als Zeichen des eigenen Erfolgs und der Überlegenheit.«

In meinen Interviews mit Superreichen, die ich für meine Dissertation »Psychologie der Superreichen« führte, erklärte ein deutsch-amerikanischer Selfmade-Unternehmer, der mehrere Hundert Millionen Dollar besitzt, sein Ziel sei es stets gewesen, so erfolgreich zu sein (und dies auch zu zeigen), dass andere ihn beneiden.

Warum fürchten sich manche Menschen vor allem vor dem Neid ihrer Mitmenschen und andere genießen ihn

geradezu? Menschen, die konfliktscheu, beziehungsweise sehr harmoniebedürftig sind, können es nur schwer ertragen, zur Zielscheibe von aggressivem, destruktivem Neid zu werden. Sie versuchen alles, um Neider zu beschwichtigen. Menschen mit starkem Selbstwertgefühl lieben es hingegen zuweilen, zu polarisieren. Sie wissen, dass es als Reaktion auf ihre Überlegenheit auf bestimmten Gebieten stets zu zwei entgegengesetzten Reaktionen kommt: Ablehnung (Neid) und Bewunderung. Sie setzen sich bewusst über Konventionen hinweg, zeigen stolz ihre Leistungen, auch wenn andere sie dafür schelten (»Eigenlob stinkt«). Ihr Motto ist: »Man zündet auch nicht ein Licht an und setzt es unter einen Scheffel, sondern auf den Leuchter; so leuchtet es allen, die im Hause sind.« (Mt 5,15) ♦

Wie **Live-Shopping** das **eCommerce** verändert

Irek Gronert erklärt den Strukturwandel und wo Europa steht

In einer Zeit, in der E-Commerce ständig im Wandel ist, steht Live-Shopping kurz davor, den europäischen Handel ähnlich revolutionär zu verändern wie einst Social Media oder der mobile Einkauf. Während hierzulande noch Zögerlichkeit herrscht, zeigen China und die USA bereits deutlich eine Entwicklung auf. Für Irek Gronert, Gründer des Online-Shops »baaboo«, ist Live-Commerce weit mehr als nur ein Trend – er spricht von einem globalen Strukturwandel, der die Art und Weise, wie wir einkaufen, grundlegend verändern wird.

Revolution für europäischen Handel

»In China sind Live-Verkäufer längst digitale Superstars«, sagt Irek Gronert und verweist dabei auf den Unternehmer Gary Vaynerchuk. Dieser habe bereits betont, dass Live Shopping zu einem enormen Phänomen werde, welches Social Media und den E-Commerce grundlegend verändern wird. Live-Shopping sei eine wahre Revolution für den europäischen

Handel. »Einzelne Hosts erzielen dort Millionenumsätze in Sekunden, die Conversion Rates erreichen bis zu 40 Prozent – Werte, die im klassischen E-Commerce unerreichbar sind«, erklärt Gronert.

Ein weiterer Treiber ist das veränderte Kaufverhalten der jungen Generation. »Daniel Debow von Shopify betont, dass die Gen Z ihre Kaufentscheidung zunehmend über soziale Medien trifft«, sagt Gronert. Genau dieses Vertrauen mache Live-Shopping so kraftvoll. »Produkte werden nicht mehr anonym gekauft, sondern im direkten Austausch und in Echtzeit durch persönliche Präsentation verkauft.« Dazu komme ein massiver Vorteil für Händler: Die Retourenquote werde deutlich gesenkt, da die Kunden genau wissen, was sie erwartet.

Gronert verweist darauf, dass auch die Wissenschaft den Aufstieg von Live-Shopping bestätigt: Laut einer aktuellen McKinsey-Analyse erreicht Live-Shopping Konversionsraten von bis zu 30 Pro-

zent – bis zu zehnmal höher als im klassischen E-Commerce, der meist bei zwei bis drei Prozent liegt. In Südostasien nutzen bereits 82 Prozent der Konsumenten Live-Shopping, davon kaufen über 60 Prozent auch tatsächlich.

Ein weiterer Verstärker sei die Gamification: »Eine Studie der National Chung Sing University zeigt, dass

Elemente wie Belohnungen, Challenges oder limitierte Aktionen die Kaufbereitschaft erheblich steigern«, erklärt Gronert. Für Marken bedeute dies: Wer interaktive Formate anbietet, schafft Bindung, Vertrauen und direkte Umsätze. McKinsey prognostiziert, dass Live-Shopping bis

»Produkte werden nicht mehr anonym gekauft, sondern im direkten Austausch und in Echtzeit durch persönliche Präsentation verkauft.«

– Irek Gronert

2026 weltweit um 36 Prozent wächst und allein in Nordamerika mehr als 5 Prozent des gesamten E-Commerce-Umsatzes ausmachen wird. »2025 könnte zum Wendepunkt werden – auch für Europa.«

Potenzial längst erkannt

»Live Shopping ist im Grunde wie QVC auf Social Media«, fasst Gronert zusammen, und zitiert Gary Vee: »Die Algorithmen bringen die Shows automatisch zu den Menschen – genau dann, wenn sie für T-Shirts, Vitamine oder Beauty empfänglich sind.«

Die großen Plattformen haben das Potenzial längst erkannt: TikTok, Instagram, YouTube, Shopify und Amazon investieren Milliarden in Live-Commerce-Features. Für Europa bedeute das: Die Infrastruktur sei bereit, das Nutzerverhalten kippe, und Unternehmen, die jetzt einstiegen, würden sich einen Vorsprung sichern, der später kaum noch aufzuholen sei.

Live-Shopping werde den digitalen Handel in Europa neu definieren – live, interaktiv, emotional und spielerisch. »Wer heute handelt, gehört morgen zu den Gewinnern dieses Wandels«, erklärt Gronert. Genau deshalb möchte er mit seinem Unternehmen »baaboo« Live-Shopping jetzt aktiv nach Deutschland bringen. ♦ (L)



Irek Gronert ist Gründer und Chairman von baaboo. baaboo ist einer der am schnellsten wachsenden Online-Shops Europas und hat über 200 Millionen Euro Umsatz erzielt.



Eva Habermann (r.) ist als Schauspielerin, **Ida von Wegen** (l.) als Autorin und Unternehmerin bekannt. Ihr gemeinsames Buch »Lampenfieber lieben lernen« ist am 29. September erschienen.

Wenn aus LAMPENFIEBER Leistung wird

Eva Habermann und Ida von Wegen
über Aufregung, die antreibt

Lampenfieber – die einen lähmt es, die anderen bringt es zu Höchstleistungen. Doch was braucht es, um Anspannung in Antrieb zu verwandeln? Zwei, die es wissen müssen, sind Eva Habermann und Ida von Wegen, stehen sie doch allein von Berufs wegen selbst oft im Rampenlicht. Für ihr kürzlich erschienenes Buch haben sie mit Prominenten über das Phänomen Lampenfieber gesprochen – uns gegenüber erklären sie, warum für den nachhaltigen Erfolg manchmal ein wenig Nervenkitzel nötig ist.

Frau Habermann, Frau von Wegen, was ist Lampenfieber überhaupt und wie entsteht es im Körper?

Eva Habermann: Lampenfieber ist die Angst zu versagen, wenn eine Leistung auf den Punkt genau abgerufen werden soll. Der Mensch ist ein soziales Wesen und möchte gemocht werden. Wenn wir also vor vielen unserer Mitmenschen stehen, besteht die unbewusste Angst, abgelehnt zu werden. In der Steinzeit hätte das bedeutet, vom wärmenden Feuer ausgeschlossen zu werden und allein in der Wildnis zu verhungern. Heute fühlt sich das psychologisch ähnlich an – es ist die Angst vor sozialer Abwertung. Und wenn man fragt, wo Lampenfieber eigentlich entsteht, landet man im limbischen System des Gehirns, genauer gesagt in der Amygdala, unserem Angstzentrum. Sie ist dafür zuständig, Gefahren zu erkennen (oder besser gesagt: das, was sie für eine Gefahr hält).

Ida von Wegen: Das Problem ist: Die Amygdala überprüft nicht, ob diese Bedrohung real ist. Sie reagiert einfach reflexartig frei nach dem Motto »Better safe than sorry«; also nach dem Prinzip »Lieber Vorsicht als Nachsicht«. Daraufhin schüttet der Körper ein Gemisch an Stresshormonen aus, die sofort den gesamten Organismus erfassen und in Alarmbereitschaft oder im positiven Fall zur Leistungsbereitschaft zu bringen. Adrenalin, Cortisol und Noradrenalin. Wir mobilisieren alle unsere verfügbaren Kräfte. Der Blutdruck steigt, die Muskeln spannen sich an, die Verdauung wird gedrosselt, die Atmung wird flacher. All das sind eigentlich sinnvolle Reaktionen, um in Sekundenbruchteilen zu kämpfen oder zu fliehen. Der Körper will helfen, aber er wählt das völlig falsche Programm.

Wenn man an Lampenfieber denkt, denkt man automatisch an eine Bühne. Aber Lampenfieber kann auch in sehr viel kleineren Situationen entstehen, oder?

Eva Habermann: Lampenfieber hat man immer in Situationen, in denen einem etwas wichtig ist. Man mobilisiert alle Kräfte, um eine Aufgabe wirklich gut zu

meistern – sei es bei einem Wettkampf, einer Performance, einem Meeting oder auch bei einem ersten Date. Das alles sind kleine Alltagsbühnen.

Ida von Wegen: Und gleichzeitig lauert die Angst, zu scheitern, nicht zu genügen oder einfach nicht gut anzukommen. Deshalb findet Lampenfieber bei weitem nicht nur auf der Bühne statt, auch wenn man es am häufigsten damit verbindet. Das liegt natürlich am Namen selbst – »Lampenfieber« – weil man im Licht der Scheinwerfer steht oder im übertragenen Sinne »gesehen wird«.

Man denkt immer, große Redner und Schauspieler kennen kein Lampenfieber mehr. Im Buch hört sich das aber ganz anders an?

Ida von Wegen: Im Buch erzählen uns bekannte Persönlichkeiten wie Harald Schmidt, Eckart von Hirschhausen, Frauke Ludowig oder Oliver Kalkofe, dass sie jedes Mal Lampenfieber haben, bevor sie auf die Bühne oder auf Sendung gehen. Heute aber wissen sie, damit umzugehen.

Eva Habermann: Wenn ich mich oft genug einer Situation gestellt habe und es immer gut gegangen ist, stuft mein Körper die Situation irgendwann als weniger gefährlich ein, egal ob ich ein Auftrittsprofi oder ein Laie bin. Allerdings kann Lampenfieber jederzeit zurückkehren, besonders bei neuen oder ungewohnten Herausforderungen. Wenn ich mich in etwas noch unsicher fühle, nicht optimal vorbereitet bin oder zweifle, ob ich die Erwartungen erfüllen kann, kann die Aufregung genauso stark sein wie beim ersten Mal.

Kann Lampenfieber in bestimmten Situationen auch brenzlich werden?

Eva Habermann: Ja, das kann passieren. Lampenfieber ist an sich nichts Gefährliches, aber es kann uns in Situationen bringen, in denen wir uns selbst blockieren oder panisch werden. Wenn die Aufregung so stark wird, dass wir keinen klaren Gedanken mehr fassen können, die Stimme versagt oder der Körper erstarrt, etwa wenn man eine Rede halten, eine Prüfung ablegen oder eine Vorstellung spielen muss, spricht man eher von Auftrittsangst. Das ist der Moment, in dem der Körper die Kontrolle übernimmt und in einen Fluchtmodus schaltet,

»Lampenfieber lieben lernen«

von **Eva Habermann**
und **Ida von Wegen**

256 Seiten

Erschienen: September 2025

Redline Verlag

ISBN: 978-3-690-46009-5



»Lampenfieber gehört zu uns. Es ist keine Schwäche, sondern eine Form von Energie. Wenn man versteht, was im Körper passiert, verliert es seinen bedrohlichen Charakter.«

– **IDA VON WEGEN**

obwohl keine reale Gefahr besteht. Plötzlich fühlt man sich ausgeliefert. Diese Situationen können sich anfühlen, als bekäme man gleich einen Herzinfarkt.

Ida von Wegen: Physische Symptome lösen dann neue Ängste aus, sodass sich die Angst vor der Angst und die Reaktion des Körpers gegenseitig verstärken – wie in einer Spirale. Wichtig ist zu verstehen, dass dieser Zustand nichts mit mangelndem Talent oder schlechter Vorbereitung zu tun hat, sondern mit einer übersteigerten Alarmreaktion auf eine vorübergehende Überforderung. Hier hilft es, den Körper zu beruhigen – durch Atmung, kleine Bewegungen, einen Schluck Wasser trinken oder einen klaren Gedanken wie: »Ich bin sicher. Ich darf hier sein.«

Was sind die drei besten Tipps gegen Lampenfieber?

Eva Habermann: Mein allerliebster Tipp ist: Sei wirklich gut vorbereitet. So banal das klingt: Vorbereitung ist die beste Beruhigung. Je besser du vorbereitet bist, desto sicherer fühlst du dich. Geh deine Präsentation oder deine Szene mehrmals durch – am besten vor deiner Familie, deinen Freunden. Dann ist es beim Auftritt nicht mehr das erste Mal. Ich empfehle auch, kleine Hilfen dabeizuhaben:

Karteikarten mit Stichpunkten oder Notizen im Handy, auf die du notfalls kurz schauen kannst. Allein zu wissen, dass du etwas zum Nachsehen hast, gibt dir Sicherheit. Mein zweiter Tipp: Lenk dich ab! Wenn mich kurz vor einem Auftritt die Aufregung überrollt, setze ich mich hin und spiele Handyspiele. Ja, wirklich! Zum Beispiel Tetris. Es funktioniert, weil ich mich dann voll darauf konzentriere, kleine Steine zu sortieren und keine Kapazität mehr habe, über meine Angst nachzudenken. So trickse ich mein Gehirn aus und signalisiere: Alles ist in Ordnung. Und mein dritter Tipp: Mach dich groß! Ich singe, bewege mich, werde laut, strecke mich in alle Richtungen, spreche mir Mut zu. Das bringt mich in meinen Körper, macht mich wach und lässt mich Raum einnehmen.

Kann man Lampenfieber irgendwann ganz eliminieren?

Ida von Wegen: Nein – und das ist auch gar nicht das Ziel. Lampenfieber gehört zu uns. Es ist keine Schwäche, sondern eine Form von Energie. Wenn man versteht, was im Körper passiert, verliert es seinen bedrohlichen Charakter. Dann wird aus der Angst eine Aktivierung, aus der Nervosität eine Konzentration. Das Lampenfieber bewusst zu akzeptieren, hilft uns dabei, die Situation zu kontrollieren. Lampenfieber ganz zu eliminieren wäre sogar schade, denn es zeigt, dass uns etwas wichtig ist. Ohne Lampenfieber wären wir gleichgültig. Es sorgt dafür, dass wir wach, präsent und konzentriert sind. Und genau das ist es, was uns letztlich stark macht auf der Bühne, im Beruf und im Leben. ♦

»So banal das klingt: Vorbereitung ist die beste Beruhigung. Je besser du vorbereitet bist, desto sicherer fühlst du dich.«

– **EVA HABERMANN**

Der Teufel trägt schon wieder Prada: Anne Hathaway im Fokus

Ein Gastbeitrag von Michael Jagersbacher

Anne Jacqueline Hathaway steht mit dem Blockbuster: »Der Teufel trägt Prada 2« erneut im Fokus der weltweiten Aufmerksamkeit. Der Film wird 2026 in die Kinos kommen. Die Schauspielerin ist längst nicht mehr das Nachwuchstalent, das 2006 als Andy Sachs in »Der Teufel trägt Prada« Millionen begeisterte. Sie hat sich zu einer gestaltenden Kraft entwickelt, die Filmproduktionen, Modeästhetik und gesellschaftliche Debatten gleichermaßen beeinflusst. Die Verbindung aus künstlerischer Erfahrung, stilistischer Strahlkraft und politischer Haltung macht ihre heutige Einflusskraft aus und erklärt, warum sie stärker wirkt als viele der Figuren, die sie verkörpert.

Anne Hathaway und die Entwicklung einer Karriere, die sich neu erfunden hat

Anne Hathaways Laufbahn zeigt eine seltene Mischung aus Konsequenz und Wandel. Als Tochter einer Bühnenschauspielerin und eines Richters machte sie früh auf sich aufmerksam. Bereits mit 19 Jahren schaffte sie mit »Plötzlich Prinzessin« den filmischen Durchbruch. Drei Jahre später wiederholte sie den Erfolg mit der Fortsetzung der Komödie. 2005 wurde sie für den mehrfach Oscar-prämierten Blockbuster »Brokeback Mountain« verpflichtet. 2006 spielte sie neben Meryl Streep die tragende Rolle in »Der Teufel trägt Prada«. Etliche weitere Kinohits folgten, darunter die Rolle der Catwoman in Christopher Nolans Batman »The Dark Knight Rises«.

Einen Oscar und einen Golden Globe erhielt sie für ihre schauspielerische Leistung in »Les Misérables«, für den die sowieso schlanke Hathaway zusätzlich elf

Kilogramm Gewicht abnehmen musste. Sie pendelt seither zwischen großen Produktionen und kleineren Filmen, in denen sie auch künstlerische Risiken eingeht.

Heute gehört Hathaway zu den Darstellerinnen, die nicht nur Rollen annehmen, sondern selbst Impulse setzen. Sie bringt Ideen ein, formt Figuren mit und prägt so die Art, wie Frauenbilder in Filmen erzählt werden.

Der Teufel trägt Prada 2 und Hathaways wachsende Deutungshoheit

Hathaway akzeptierte die Rückkehr in ihre Kulturnische erst, als klar wurde, dass die Fortsetzung nicht bloß ein nostalgischer Aufguss sein würde. Der neue Film beschäftigt sich mit der Medienwelt im digitalen Wandel und setzt Andy Sachs in ein berufliches Umfeld, das näher an der Realität vieler Frauen liegt als der glänzende Kosmos des ersten Teils aus dem Jahr 2006.

Ihre Macht zeigt sich aber auch abseits des Drehbuchs. Die moderne Interpretation von Andy Sachs orientiert sich an einem Stil, den Hathaway selbst geprägt hat. Ihre Red-Carpet-Looks, Markenkooperationen und Modeauftritte beeinflussen Trends und verschieben die Erwartungen an eine Figur, die für viele zum Synonym für Karriereambition geworden ist.

Die Macht hinter der Kamera und die Gestaltung eigener Themen

Anne Hathaway agiert seit einigen Jahren auch als Produzentin, diese Tätigkeit verändert ihre Position grundlegend. Sie ist dadurch nicht länger abhängig von Rollenangeboten, sondern entwickelt aktiv Inhalte, die zu ihren Interessen passen. Psychologische Dramen, gesellschaftliche Konflikte und Erzählungen über weibliche Handlungsspielräume haben in ihrer Arbeit einen festen Platz. Die kreative Kontrolle verschiebt sich damit in Richtung der Themen, die sie selbst wichtig findet und wo sie Wirkung entfalten möchte.

Diese zweite Karriere ist ein zentraler Grund dafür, dass Hathaway heute weit mehr Einfluss hat als viele Kolleginnen ihrer Generation. Während Hollywood lange von

Anne Hathaway bei der Oscar-Verleihung, 2013.



»Wenn Sie sich nicht selbstverständlich und mit Leichtigkeit selbst mögen, fällt es schwer, den Wunsch loszulassen, es allen recht zu machen.«

– Anne Hathaway

»Wenn wir diese Welt zu gleichen Teilen teilen, warum werden wir dann nicht gleich wertgeschätzt?«

– Anne Hathaway

männlich dominierten Strukturen geprägt war, zeigt Hathaway, wie sich Macht neu definieren lässt: weniger über das eigene Gesicht auf Plakaten, mehr über die Frage, welche Geschichten erzählt und wie sie erzählt werden. Für jüngere Schauspielerinnen wird sie dadurch zu einem Beispiel und Vorbild, wie wahrer Einfluss jenseits der reinen Starpräsenz aussehen kann.

Anne Hathaway als Stimme für Gleichberechtigung und gesellschaftlichen Wandel
Ihr Engagement für Gleichberechtigung, Familienpolitik und Care-Arbeit bildet eine weitere Säule ihres gesellschaftlichen Engagements abseits des roten Teppichs. Hathaway nutzt ihre Bekanntheit, um strukturelle Themen in die Öffentlichkeit zu bringen. Als UN Women Goodwill Ambassador spricht sie über die wirtschaftliche Benachteiligung von Frauen, über unbezahlte Sorgearbeit und über die Bedeutung fairer Bedingungen für berufliche und familiäre Rollenverteilung.

Ihre Wirkung entsteht nicht aus Aktivismus im klassischen Sinne, sondern aus der Kombination ihrer Rollen: ▶



Der Autor



Michael Jagersbacher ist Erwachsenenbildner und Philosoph. Zudem arbeitet er als Kommunikationstrainer, Unternehmer, Buchautor und Blogger.



Anne Hathaway als Amelia Thermopolis in »Plötzlich Prinzessin«, 2001.



Anne Hathaway als Fantine in »Les Misérables«, 2012.



Anne Hathaway mit Meryl Streep in »Der Teufel trägt Prada«, 2006.

»Bezahlte Elternzeit bedeutet nicht, einfach nur frei zu nehmen. Es geht darum, die Freiheit zu schaffen, Rollen zu definieren und bewusst zu entscheiden, wie man Zeit einsetzt.«

– Anne Hathaway

Schauspieler, Produzentin, Modeikone und öffentliche Stimme. Durch diese Vielschichtigkeit erreicht sie Menschen über verschiedene Kanäle und transportiert ihre Botschaften in Kontexte, die normalerweise nur selten mit gesellschaftspolitischen Fragen verbunden werden. Genau hier liegt ihre besondere Stärke. Hathaway verbindet glamouröse Auftritte mit Inhalten, die im Alltag vieler Frauen relevant sind.

Mode als Bühne und Machtinstrument

Mode begleitet Anne Hathaway seit den Anfängen ihrer Karriere, doch erst in den letzten Jahren ist daraus ein eigenes Wirkfeld geworden. Sie arbeitet mit renommierten Häusern zusammen und entwickelt einen Stil, der sowohl zeitgenössisch als auch klar definiert ist. Ihre Outfits erzählen Geschichten über Selbstbewusstsein, Wandel und berufliche Stärke. Was sie trägt, wird oft als Trendsignal interpretiert.

Diese Verbindung von Stil und Inhalt macht Hathaway zu einer Figur, deren Wirkung über die Filmbranche hinausgeht. Sie zeigt, wie sich ästhetische Codes mit gesellschaftlichen Botschaften verknüpfen lassen. Gerade im Kontext von »Der Teufel trägt Prada 2« verstärkt das ihre Position ungemein. Sie prägt nicht nur die Mode im Film, sondern beeinflusst bereits im Vorfeld die Erwartungen der Zuschauer.

Anne Hathaways Erfolgsfaktoren

Hathaways Erfolg basiert auf Prinzipien, die sich über viele Jahre bewährt haben. Ein zentraler Faktor ist ihre langfristige Rollenstrategie. Sie wählt Projekte nicht nach kurzfristiger Sichtbarkeit, sondern nach Entwicklungspotenzial.

Ein weiterer Baustein ist ihre Arbeitsdisziplin. Hathaway bereitet sich präzise vor und liefert verlässlich ab. Diese Professionalität verschafft ihr Vertrauen bei Regie und Produktion und eröffnet Freiräume, die andere erst erkämpfen müssen.

Sie kommuniziert kontrolliert, setzt Akzente, ohne sich zu überinszenieren, und stärkt so ihre Glaubwürdigkeit. Ergänzt wird das durch ein belastbares Netzwerk aus Kreativen und Markenpartnern, das sie über viele Jahre aufgebaut hat.

Hathaway ist damit zu einer Persönlichkeit geworden, die nicht nur in Geschichten mitspielt, sondern selbst an der Art und Weise arbeitet, wie Geschichten entstehen und erzählt werden. Und genau da liegt der Grund, warum sie heute mehr Einfluss besitzt als viele ihrer verkörperten Filmfiguren. ♦

GOLD

– der bleibende Wert in bewegten Zeiten

Michael Bies über die Bedeutung von Sicherheit, Besitz und Vertrauen



Bilder: Michael Bies, Depositphotos / scanrail

Gold funktioniert seit Jahrtausenden: Vor über 6.000 Jahren wurde es als Symbol für göttliche Macht und Reichtum verehrt, Herrscher schmückten sich mit goldenen Kronen und Tempel wurden mit dem glänzenden Metall verziert. Im 19. Jahrhundert zog dann das Goldfieber zahlreiche Abenteurer nach Kalifornien, Alaska oder Australien – alle mit demselben Traum vom großen Fund. Und heutzutage verfolgen die Anleger gespannt das Auf und Ab des

Goldpreises. Die Motivation ist geblieben: Sicherheit und Unabhängigkeit. »Wenn das Vertrauen in Systeme wankt, greifen Menschen zu dem, was bleibt – zu Gold«, erkennt auch Michael Bies, der CEO von Wertsicherung.

Besitz statt schneller Gewinn

Er selbst habe bereits Anfang der 2000er-Jahre damit begonnen, sich mit dem wertvollen Edelmetall zu beschäftigen. »Mich hat beeindruckt, dass Gold einen echten, bleibenden Wert hat – unabhängig von

im Vergleich mit anderen Investments wie Aktien oder Immobilien habe Gold entscheidende Vorteile. Es profitiere nicht nur vom begrenzten Vorkommen, sondern sei zudem unabhängig von Märkten, Zinsen und nicht zuletzt der Politik.

Die drei großen Fehler

Doch wie und vor allem wann investiert man nun am besten in das Edelmetall? Genau hier können Anfänger große Fehler machen, warnt Bies. Auf keinen Fall dürfe man auf den »richtigen Zeitpunkt« warten: »Gold funktioniert über Zeit, nicht über Timing.« Fast genauso wichtig sei es außerdem, physisches statt »Papiergold« kaufen. Zu viele Anleger würden hier auf Zertifikate oder Fonds vertrauen, statt sich Sicherheit und echtes Eigentum zuzulegen, meint der Experte. Nicht zuletzt hänge der Erfolg der Anlage aber auch vom Anbieter ab: »Firmen mit ausländischem Sitz, ohne geprüfte Bilanzen oder ohne rechtlich getrenntes Sondervermögen bergen Risiken. Deshalb braucht es Anbieter, die seit Jahren Stabilität zeigen, Transparenz leben und Kundengelder als rechtlich getrenntes Sondervermögen führen.«

Gold vs. Bitcoin

Am Ende könne nicht einmal der aktuell sehr begehrte Bitcoin dem Edelmetall Konkurrenz machen – davon ist Michael Bies überzeugt: »Bitcoin ist spannend, aber letztlich nur digital. Gold ist echt.« Das Edelmetall sei unabhängig von Strom, Software oder Emotionen – und genau das mache seinen Wert aus. Das Metall bleibe für viele Anleger somit der berühmte »sichere Hafen«, der im Gegensatz zu den heutigen Finanzmärkten nicht von Hektik und schnellem Gewinn, sondern von Vertrauen und bleibenden Werten lebt. ♦ **LT (L)**

»Mich hat beeindruckt, dass Gold einen echten, bleibenden Wert hat – unabhängig von Banken, Zinsen oder Politik.«

– Michael Bies

Banken, Zinsen oder Politik«, erklärt der Edelmetall-Experte im Interview. Schnell stand für ihn fest: »weg vom schnellen Gewinn, hin zu echtem Besitz.« Vor allem

Michael Bies ist CEO von Wertsicherung. 2003 erfand das Unternehmen den Goldsparplan und hilft seitdem hunderttausenden Kunden beim Vermögensaufbau.





Life is a *Salestalk*

EIN GASTBEITRAG VON MIKE DIERSEN

Eines ist mir in 40 Jahren Vertrieb klar geworden: Wenn du verkaufen kannst, hast du die Kontrolle über deinen Erfolg und dein Leben. Diese Fähigkeit verändert dich. Heute weiß ich: Verkaufen ist mein Leben.

Und das hier ist meine Geschichte

Die wenigsten wissen: Ich habe mein BWL-Studium hingeschmissen, um Fitnesstrainer zu werden. Während meine Freunde studiert haben, habe ich Mitgliedschaften verkauft. Was als Einstieg in die Fitnessbranche begann, entwickelte sich Schritt für Schritt zu meiner wahren Berufung: dem Verkauf.

Anfangs stand ich da und hatte keinen richtigen Plan. Ich hatte nichts. Kein Netzwerk und auch kein Standing. Aber ich hatte schon damals eins: diese Begeisterung, mit der ich Leute anstecken konnte. Ich war von dem, was ich erzählte, zu hundert Prozent begeistert und überzeugt.

Daraus ist die wichtigste Fähigkeit meines Lebens entstanden: das Verkaufen. Ich habe mich selbst, meine Idee und meine Begeisterung verkauft. Und genau das hat alles verändert. Heute bin ich über 60 Jahre alt und gehe nochmal »All In«. Keine Rente, sondern ein letztes Lebenskapitel mit einer einzigen Mission: meinen absoluten Lebenstraum erfüllen! Ich bin seit über 40 Jahren im Verkauf. Ich habe mehr als 25.000 Abschlüsse gemacht und über 10.000 Verkäufer gecoacht. Ich weiß, was möglich ist, wenn Menschen endlich in ihre Kraft kommen.

Ich habe das Verkaufen zu meiner Philosophie gemacht. Für mich gilt in allen Lebenslagen: »Life is a Salestalk«. Denn wer verkaufen kann, kommt im Leben weiter.

Ich erinnere mich noch genau an einen Moment auf der Bühne: Ein Teilnehmer schaute mich verblüfft an und sagte: »Mike, du redest gar nicht über Verkauf, du redest über das Leben!« Und genau das ist der Punkt.

Das Leben ist ein Verkaufsgespräch

Jeden Tag verkaufen wir. Und zwar nicht nur im Beruf, sondern überall: im Gespräch mit dem Partner, beim

»Nicht die Perfekten gewinnen, sondern die Mutigen. Menschen, die einfach losgehen und ausprobieren. Menschen, die sich zeigen.«

– Mike Dierssen

Bewerbungsgespräch oder wenn wir unsere Kinder motivieren wollen. Verkauf ist nicht das, was viele denken. Es ist keine Manipulation und kein Überreden – es ist die Kunst, andere Menschen mitzunehmen und zu begeistern. Mit Gefühl und echter Verbindung.

Besonders in Krisenzeiten habe ich erkannt, was wirklich wichtig ist: nämlich die Fähigkeit Nummer eins – das Verkaufen. Denn wer gelernt hat, sich selbst zu positionieren, Vertrauen aufzubauen und mit Überzeugung für etwas einzustehen, der steht auch in Krisenzeiten sicher. Aus genau diesen herausfordernden Zeiten ist die MasterSeller Academy entstanden. Mein eigenes Coaching-Unternehmen. Meine eigene Marke. Nicht aus einem Businessplan großgezogen, sondern aus meinem tiefen Wunsch, Menschen gerade dann zu stärken, wenn sie es am meisten brauchen.

Ich habe erlebt, wie Verkaufsfähigkeit nicht nur Umsätze explodieren lässt, sondern auch Leben verändert. Menschen, die sich vorher klein gemacht haben, gehen plötzlich aufrecht durchs Leben. Genau deshalb veranstalte ich mehrmals im Jahr mein einzigartiges Verkaufstraining. Dabei ist mir eins besonders wichtig: mein Bootcamp ist kein normales Seminar. Kein Blabla und keine Theorie zum Mitschreiben – sondern echtes Training, echte Konfrontation und echte Verwandlung.

Menschen kommen dorthin und merken plötzlich: »Ich bin viel stärker als ich dachte.« Sie entdecken, was in ihnen steckt. Was alles möglich ist, wenn sie es wirklich wollen. Und genau da beginnt Umsetzung.

Was viele vom Erfolg abhält

Nicht mangelndes Wissen oder zu wenig Talent hält Menschen vom Erfolg zurück,

sondern das Warten auf den perfekten Moment, auf das perfekte Produkt oder den perfekten Plan. Doch weißt du, was ich nach all den Jahren gelernt habe? Nicht die Perfekten gewinnen, sondern die Mutigen. Menschen, die einfach losgehen und ausprobieren. Menschen, die sich zeigen.

Erfolg liebt Bewegung. Und genau deshalb ist Verkaufen so kraftvoll: Es bringt dich ins Tun. Es bringt dich ins Leben. Du lernst, Entscheidungen zu treffen. Schnell, klar und mit Herz. Und oft ist genau das der Gamechanger: nicht mehr zu zögern, sondern loszulegen! Auch wenn es wehtut. Auch wenn's noch nicht perfekt ist.

Was in Zukunft entscheidend sein wird

Es sind Netzwerke. Menschen, die sich gegenseitig stärken. Die sich feiern und gemeinsam wachsen. Einer meiner größten Träume ist, das größte Verkäufer-Trainings-Netzwerk der Welt aufzubauen. Mit Menschen, die Vertrieb nicht nur machen, sondern leben. Für Menschen, die vom Verkaufen genauso begeistert sind wie ich. Und übrigens bringe ich meine »Freizeit« damit, an eigenen Büchern zu schreiben. Ich arbeite gerade am letzten Kapitel meines neuen Buches. Darauf dürft ihr euch schon freuen! Es lebt. Es wirkt. Es verändert.

Wenn du bis hierhin gelesen hast, dann weißt du: Verkauf ist mehr als Abschluss – es ist ein Lebensstil. Bis bald, Homies! Euer Mike ♦

Der Autor



Mike Dierssen ist Vertriebsexperte. Sein Wissen aus der Praxis vermittelt er seit mehreren Jahrzehnten in Vorträgen, Seminaren und in seinem MasterSeller Bootcamp.

»Es ist keine Manipulation und kein Überreden – es ist die Kunst, andere Menschen mitzunehmen und zu begeistern. Mit Gefühl und echter Verbindung.«
– Mike Dierssen

Sabrina Carpenter

Wie man eine Marke perfektioniert



Sabrina Carpenter weiß genau, was sie tut: Sie tanzt in Kir-

chen, singt über Sex und trägt dabei das unschuldigste Lächeln der Welt. Sie flirtet mit Klischees, spielt mit Erwartungen und balanciert mühelos zwischen Naivität und Selbstbestimmung – und das stets mit einem Augenzwinkern. Carpenter hat längst verstanden, dass Pop kein Zufall ist, sondern Strategie. Doch lange bevor sie zur makellosen Marke wurde, war sie ein ehrgeiziges Mädchen aus East Greenville, das schon früh wusste, was es wollte.

Ein Stier mit Starrsinn

Aufgewachsen ist die am 11. Mai 1999 geborene Sängerin mit drei älteren Schwestern. Als Nesthäkchen der Familie war sie jedoch auf keinen Fall schüchtern, wie sie der Plattform Bakchormeeboy

2019 berichtete:

»Ich hatte schon immer diese ›Ich-nehme-es-selbst-in-die-Hand‹-Men-

talität – ich bin Stier.« Somit begann sie bereits im Alter von zehn Jahren, Kamera-Erfahrung zu sammeln und ihre eigenen Cover auf YouTube zu veröffentlichen. Ihr großes Vorbild dabei: Christina Aguilera. »Ich war elf Jahre alt und ihr Name ging mir nicht mehr aus dem Kopf. [...] Ihre Lieder haben mich geprägt«, gab sie im Interview mit Paper Magazine zu.

2011 folgte ihr erster Fernsehauftritt als junges Opfer in »Law & Order: Special Victims Unit«. Nach kleineren Rollen in »Austin und Ally« und »Orange Is the New Black« kam der große Anruf des Disney Channels: In der Serie »Das Leben und Riley« spielte sie daraufhin vier Jahre lang die rebellische Maya Hart. »Das war meine Welt, das war mein Ein und Alles«, fasste sie 2020 die Serie gegenüber Teen Vogue zusammen. Carpenter blieb noch für ein paar weitere Projekte bei der Walt Disney Company, bevor sie mit »Wie Jodi über sich hinauswuchs« und »Work It« zu Netflix wechselte.

Auf dem Weg zum eigenen Sound

Parallel zur Schauspielerei zeigte sich auch früh ihr musikalisches Talent, wie etwa beim Gold Mango Audience Festival 2011 oder auf mehreren Disney-Soundtracks. 2014 löste sie sich dann langsam von ihrer

Schauspielkarriere und unterschrieb bei Disneys Musik-Label Hollywood Records. Mit ihren ersten Songs »Can't Blame a Girl for Trying« und »Eyes Wide Open« gewann sie 2015 und 2016 ihre ersten Radio Disney Music Awards. Ihre Marke ähnelte damals der von vielen anderen früheren Disney-Stars: Leichter Pop in einer unschuldigen Teenager-Welt.

Mit ihren nächsten Alben »Evolution« und »Singular« entfernte sich Carpenter dann aber vom gewohnten Disney-Sound und wurde erwachsener und tiefgründiger. »Singular« markiert den Beginn meiner Suche nach meiner eigenen Stimme«, erklärte sie der Website Bakchormeeboy damals zur Veröffentlichung ihres zweiteiligen Album-Projektes. Doch ihr Image sollte sich noch stärker verändern.

Einen Espresso, bitte!

Mit ihrem fünften Studio-Album »Emails I Can't Send« tastete sie sich dann langsam an ihre neue Marke ran: Als »naives Blondchen« sang sie über Verehrer und verflissene Liebschaften – und tanzte im Musikvideo zu »Feather« lasziv durch verspritztes Blut und – zum großen Schock der katholischen Gemeinschaft – auch durch eine Kirche.

Am 11. April 2024 folgte der Song, der Carpenter über Nacht an die Spitze der Charts katapultierte: »Espresso«. Zucker-süß, leicht und doch provokant. Laut eige-

»Ich hatte schon immer diese ›Ich-nehme-es-selbst-in-die-Hand‹-Mentalität.«

– Sabrina Carpenter

ner Aussage wollte sie »nur noch schnell einen kleinen Song vor Coachella veröffentlichen« – eine Untertreibung für einen Verkaufsschlager, der seitdem im Radio rauf und runter lief. Mit 1,6 Millionen Streams landete der Sommerhit auf Platz zwei der meistgestreamten Songs auf Spotify 2024 und wurde zudem bei den MTV Video Music Awards ausgezeichnet. Dort performte Carpenter auch auf der Bühne ihre Hits, knutschte zwischendurch unter lautem Publikumsjubiläum ein Alien und nahm anschließend strahlend ihre Trophäe für den »Song des Jahres« entgegen.

Süß und kontrovers

Das dazugehörige Album »Short n' Sweet« – eine gezielte Anspielung auf Carpenters 1,52 Meter Körpergröße – stieg ein paar Monate später sofort auf Platz eins der ▶

Bild: IMAGO / AAP / JOEL CARRETT



»50 Fragen, die das Leben leichter machen«

von Karin Kuschik

400 Seiten, erschienen: September 2025

Ullstein Taschenbuch, ISBN: 978-3-548-07332-3

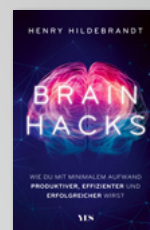
Fragen haben Superpower. Sie führen. Sie stoppen. Sie verbinden und öffnen Räume, wo vorher nicht mal Türen waren. Mit ihrem Buch liefert Bestsellerautorin Karin Kuschik eine unnachahmliche Mischung aus wirksamen Sofort-Tipps, charmantem Tiefgang und kurzweiligem Storytelling direkt aus dem Leben.

»Brainhacks«

von Henry Hildebrandt

272 Seiten, erschienen: Oktober 2025

Yes Publishing, ISBN: 978-3-969-05406-2



Bring dein Gehirn auf Höchstleistung und nutze dein volles Potenzial. Henry Hildebrandt, Autor und einer der bekanntesten Neuroscience-Creator Deutschlands, hat über Jahre hinweg das Wissen aus den aktuellsten Studien der Neurowissenschaft, Psychologie und Hochleistungsforschung gesammelt.



»Der nächste Fehler kommt bestimmt«

von Sky du Mont

176 Seiten, erschienen: August 2025

Herder, ISBN: 978-3-451-60166-8

Wir alle machen Fehler – und das ist auch gut so. In seinem neuen Buch geht Sky du Mont einen Schritt weiter. Mit feinem Gespür für Humor und einem Hauch von Melancholie erzählt er von Wendepunkten im Leben – von Fehlern, die uns manchmal auf Umwegen genau dorthin führen, wo wir hingehören.

»Gute Nacht, Gehirn«

von Prof. Dr. Volker Busch

256 Seiten, erschienen: Oktober 2025

Droemer Taschenbuch, ISBN: 978-3-426-56637-4



Unser Gehirn nimmt mit in den Schlaf, womit wir es tagsüber füttern. Inspiriert von seinem Erfolgspodcast »Gehirn gehört« präsentiert Bestsellerautor Prof. Dr. Volker Busch in seinem neuen Buch gute Gedanken vor dem Einschlafen und liefert praktische Anleitungen, wie wir unser Gehirn am Abend pflegen können.



»Nur wer's richtig sagt, kommt ans Ziel«

von Tijen Onaran

256 Seiten, erschienen: Oktober 2025

Goldmann, ISBN: 978-3-442-18060-8

Immer wieder wirst du unterbrochen, mit kritischen Fragen konfrontiert – und ärgert dich im Nachhinein, nicht anders reagiert zu haben? Kommunikationsexpertin Tijen Onaran teilt wertvolle Strategien und leicht umsetzbare Tipps, um in Zukunft besser für herausfordernde Gesprächssituationen gewappnet zu sein.

Cover: Ullstein Taschenbuch, Yes Publishing, Herder, Droemer Taschenbuch, Goldmann

Billboard 200 ein. Die Songs dazu? Voller 60-Jahre-Charme und Zuckerwatte – bis man auf die Texte achtet. Das Erfolgs-Album blieb auch bei den Grammy Awards nicht außen vor: Stolz posierte die Sängerin mit den Trophäen für »Best Pop Vocal Album« und »Best Pop Solo Performance« auf dem roten Teppich.

Und auch bei den BRIT Awards durfte sie 2025 drei Preise entgegennehmen – ihr performtes Medley in Negligé und Spitzenunterwäsche kam jedoch nicht bei allen gut an: Über 800 Beschwerden sollen

»Ich finde sie einfach unglaublich brilliant und auf eine gewisse Art auch stark. Als Künstlerin ist sie sehr sensibel, aber sie kann sich behaupten.«

– Taylor Swift

nach der Show eingegangen sein. Neben Social-Media-Kommentaren wie »Warum muss heutzutage alles so sehr sexualisiert sein?« trifft sie für manche User aber auch voll ins Schwarze: »Die Leute, die sich beschwerten, hätten es zu Madonnas Zeiten nicht einen Tag ausgehalten.«

Nützliche Freundschaften

Nach »Espresso« stellte sie auch mit den Chart-Platzierungen ihres Songs »Taste« einen Rekord nach dem anderen auf. Das Spannendste daran war jedoch für viele nicht etwa die Musik selbst, sondern eher das Musikvideo dazu: Ganz in »Der Tod steht ihr gut«-Manier, lieferte sie sich mit »Wednesday«-Star Jenna Ortega einen blutigen Kampf um einen Mann. Der Höhepunkt für die Fans: ein leidenschaftlicher Kuss zwischen den beiden Damen.

Damit hören Carpenters Promi-Freundschaften jedoch noch nicht auf: 2023 bis 2024 stand sie sogar mit der großen Taylor Swift höchstpersönlich auf der Bühne der »The Eras Tour« und nahm später den Song »The Life of a Showgirl« mit ihr auf. Swift selbst schwärmte über die »Espresso«-Sängerin: »Ich finde sie einfach unglaublich brilliant und auf eine gewisse Art auch stark. Als Künstlerin ist sie sehr sensibel, aber sie kann sich behaupten.« Seit einem Jahr ist Carpenter nun selbst auf ihrer »Sweet n' Short Tour« unterwegs, die

natürlich wie immer mit zahlreichen anzüglichen Anspielungen gespickt ist.

Zu viel des Guten?

Was mittlerweile zur unverkennbaren Marke der Sängerin geworden ist, stieß vielen ihrer Fans jedoch bei der Ankündigung des Albums »Man's Best Friend« sauer auf. Auf dem Cover zu sehen: Carpenter auf allen vieren vor einem Mann, der sie an den Haaren packt – wie ein Hund an der Leine. Der Aufschrei in den Medien war groß: Zu unterwürfig sei die Darstellung, zu rückständig das gezeigte Frauenbild. Sabrina Carpenter selbst reagierte im Interview mit CBS Mornings jedoch gelassen: »Ihr müsst mehr rauskommen.« Ihre Familie und Freunde hätten damit schließlich auch kein Problem gehabt.

Dass sich die Öffentlichkeit dabei vor allem auf ihre Vorliebe für pikante Themen stürzt, findet Carpenter selbst übrigens sehr komisch: »Das sind die Songs, die ihr alle populär gemacht habt. Ihr liebt offensichtlich Sex. Ihr seid davon

besessen«, erklärte sie im Interview mit dem Rolling Stone – auf dessen Cover sie sich nackt ablichten ließ. Mit ihrer Aussage hat sie nicht ganz unrecht: Ob mit zweideutigen Wortspielen in »Nonsense« oder eindeutigen Sexposen während ihren Performances zu »Juno« – ihre Auftritte gehen viral. Wer damit nicht klarkomme, solle einfach nicht zu ihren Shows kommen, erwiderte sie in einem Interview mit The Sun on Sunday.

Sie provoziert und begeistert gleichermaßen – so wurde sie doch für die Grammys 2026 erneut in sechs Kategorien nominiert und auch ihre Hauptrolle samt Produktionsbeteiligung an einem noch unbetitelten Alice-im-Wunderland-Musicalfilm wurde vor kurzem bestätigt. Sabrina Carpenter ist Sängerin, Schauspielerin und allen voran eine Marke, die perfekt funktioniert: eine »unschuldige 60er-Jahre-Pin-up-Fantasie«, die sich mit bitterbösen Texten und sexuellen Anspielungen zu verteidigen weiß. Image ist eben alles. ♦ Lea Trägenap



Sabrina Carpenter als Maya Hart in »Das Leben und Riley«, 2014.



Sabrina Carpenter erhielt bei den Grammy Awards 2025 zwei Auszeichnungen.



Der umstrittene Auftritt von Sabrina Carpenter bei den BRIT Awards 2025.

Bilder: IMAGO / Everett Collection (Disney Channel Courtesy) / Agencia EFE (Octavio Guzman) / Avalon-red (Darydd Owen)



Ehrlich schmeckt am längsten

Wie **Holle21614** den Döner revolutionieren will

Deutschland liebt Döner: Rund 550 Tonnen werden hierzulande täglich verdrückt. Damit ist er der beliebteste Imbiss der Deutschen – noch vor der Currywurst! Auch Holger Schwietering ist Fan des Fast Foods. Auf seinem YouTube-Account »Holle21614« sehen ihm rund 461.000 Abonnenten dabei zu, wie er Imbiss-Läden in ganz Deutschland testet und bewertet (@Holle21614). Anfang 2025 stand dann für ihn fest: Der eigene Döner muss her. Mit »Honest Kebab« will er nun die Fast-Food-Branche revolutionieren. Wie genau das aussehen soll, erzählt der Food-Influencer in unserem Interview.

Holger, du hast dir mit deinen Döner-Tests eine enorme Reichweite aufgebaut. Irgendwann hast du aber den Schritt gewagt, einen eigenen Laden zu eröffnen. Warum war dir das so wichtig?

Ich habe schon immer unternehmerisch gedacht. Mir war klar, dass ich wachsen möchte – auch finanziell. Mit YouTube und allem drumherum sind die Möglichkeiten zwar groß, aber irgendwann gibt es ein Limit. Durch die vielen Döner-Tests habe ich Erfahrungen gesammelt, die so wahrscheinlich niemand sonst auf der Welt hat. Ich habe ein Gespür für dieses Produkt entwickelt und wusste: Das ist mein Ding. Diesen Schatz wollte ich nutzen, um

etwas Eigenes zu schaffen. Nur Reviews zu machen, wäre für mich keine Option mehr gewesen. Natürlich wird es die weiterhin geben, aber ich wollte unbedingt ein Produkt aufbauen, das meine Erfahrungen widerspiegelt – und genau daraus ist »Honest Kebab« entstanden.

Du sagst selbst, »Honest Kebab« soll die Branche verändern. Was läuft deiner Meinung nach in der Döner-Branche falsch?

Viele Betreiber haben sich auf ihrem Erfolg ausgeruht. Ein Dönerladen lief früher fast automatisch – 50, 60 Kilo am Tag verkauft man schnell. Doch die Qualität ist dabei oft auf der Strecke geblieben. Es wird mit Geschmacksverstärkern, Stabilisatoren und Zusatzstoffen gearbeitet, weil die Basis nicht stimmt.

Für mich war klar: Ein gutes Essen braucht hochwertige Zutaten. Deshalb habe ich mir drei Punkte auf die Fahne geschrieben: besser für den Menschen, besser für das Tier – durch Weiderind – und besser im Geschmack. Bei uns weiß jeder: Wenn das Produkt überzeugt, dann liegt das an der Qualität, nicht an Trickserei.

Du hast den Laden ohne Investoren aufgebaut, alles aus eigenen Mitteln. Warum hast du dich bewusst gegen Kapitalgeber entschieden?

Zum einen, weil ich kein Finanzexperte bin. Ich habe in den letzten sechs Jahren

durch YouTube Geld zurückgelegt und wollte das in mein eigenes Projekt investieren. So bleibe ich unabhängig und kann frei entscheiden. Zum anderen wollte ich niemanden an Bord haben, der am Ende in meine Marke reinredet oder das Produkt »kaputtspart«. »Honest Kebab« ist mein Projekt, meine Marke. Für den Standort in der Europapassage habe ich allerdings einen Partner dazugeholt – einfach, weil es für diesen Laden die sinnvollste Lösung war.

Wann hast du eigentlich mit deinen Döner-Tests angefangen?

Vor fünf, sechs Jahren.

Kritik ist in dieser Zeit sicher nicht ausgeblieben. Wie gehst du damit um?

Ich habe mir eine dicke Haut zugelegt. 98 Prozent der Kritik basieren auf Neid oder Missgunst – das prallt ab. Aber wenn Kritik berechtigt ist, dann nehme ich sie an. Ich habe schon Videos gelöscht oder Fehlentscheidungen korrigiert, weil mir jemand einen berechtigten Einwand geliefert hat. Kritik ist wichtig, auch wenn online natürlich unglaublich viel Unsinn dabei ist.

Wie stellst du sicher, dass du trotz Unternehmertum und Content-Produktion authentisch bleibst?

Für mich gibt es ein Naturgesetz: Du musst geben, um zu empfangen. Deshalb habe ich auch immer andere Läden unterstützt – das kommt zurück. In meinen Augen ist das Physik: Aktion, Reaktion. Der Weg, den ich gegangen bin – von Hartz IV bis heute – zeigt mir, dass dieser Ansatz funktioniert. Man muss das leben und konsequent verinnerlichen.

Gab es Rückschläge, die dich besonders geprägt haben?

Mein größter Kampf fand immer im Kopf statt. Ich habe seit meiner Kindheit eine Zwangsneurose, war deswegen auch in Behandlung. Das hat mich oft an meine Grenzen gebracht. ♦ **MK**

Das komplette Interview lesen Sie unter www.erfolg-magazin.de

»Bei uns weiß jeder: Wenn das Produkt überzeugt, dann liegt das an der Qualität, nicht an Trickserei.«

– Holle21614

Roger Rankel ist einer der prominenten Autoren im Buch.



BusinessPower

Warum jetzt die Zeit ist, größer zu denken als die Krise

EIN GASTBEITRAG VON MATTHIAS HERZOG

Die wirtschaftliche Stimmung ist angespannt und die deutsche Wirtschaft steht an einem Wendepunkt: unsichere Märkte, Fachkräftemangel, Transformation, digitale Disruption, politische Orientierungslosigkeit. Viele Unternehmen fahren nur noch auf Sicht. Doch genau in solchen Zeiten entscheidet sich, wer zurückfällt – und wer durchbricht. BusinessPower bedeutet, die eigene Kraft als Unternehmerin und Unternehmer wieder zu aktivieren. Klarer denken, mutiger handeln, konsequenter führen.

Mein neues Buch versammelt zwanzig der stärksten Stimmen aus Wirtschaft,

Unternehmertum, Leadership, Marketing und mentaler Stärke. Jede Stimme mit einem klaren Impuls, jeder Impuls ein Werkzeug für die Praxis. Jetzt ist nicht die Zeit kleiner Schritte – jetzt ist die Zeit echter unternehmerischer Größe!

Vertrieb, Marketing und Unternehmer-Mindset
Wenn es draußen schwieriger wird, braucht es Unternehmerinnen und Unternehmer, die handeln – nicht warten. Momentum entscheidet. Genau das spiegeln die Beiträge der Marketing- und Vertriebsprofis im Buch.

In einem Markt, der immer schneller wird, gewinnt nicht der, der am lautesten ruft – sondern der, der am klügsten

handelt. Erfolgreiche Unternehmer wissen, dass Wachstum nicht im Meeting entsteht, sondern im Tun. Roger Rankel bringt es präzise auf den Punkt: »Umsatz kommt von umsetzen!«

Doch Umsetzen bedeutet heute mehr als Fleiß: Es bedeutet, Momentum zu erzeugen. Julien Backhaus erinnert daran, dass zu viele auf die perfekte Gelegenheit warten. Dabei entstehen Chancen erst im Vorwärtsgehen: »Warte nicht auf Erlaubnis – starte. Türen öffnen sich, wenn du losgehst.«

Im Marketing gilt längst eine neue Wahrheit: Touchpoints ersetzen klassische Verkaufsgespräche. Jede Berührung mit

einer Marke beeinflusst die Kaufentscheidung. Christopher Nachtwey erklärt es so klar wie wirkungsvoll: »Touchpoints sind die neuen Vertriebsgespräche – und KI macht sie skalierbar.«

Auch die Markenführung verändert sich. Menschen kaufen nicht Produkte – sie kaufen Gefühle. Marc Perl-Michel sagt dazu: »Kunden werden zu Fans, wenn sie fühlen, dass jeder Moment mit deiner Marke für sie gemacht ist – nicht für deinen Prozess.«

Und all das funktioniert nur, wenn die Basics sitzen. Wolkan Yagar erinnert daran, dass keine KI der Welt schlechte Grundlagen ausgleichen kann: »Nicht Google entscheidet über deinen Erfolg – sondern deine Basics: Keywords, Landingpage, Tracking.«

Am Ende setzt sich durch, wer das Wesentliche erkennt. Stefan Süß fasst das zusammen: »Konzentration schlägt Komplexität – wer die echten Probleme seiner Zielgruppe löst, wird zur Marke.«

Vertrieb und Sichtbarkeit sind die erste Antwort auf die wirtschaftliche Unsicherheit. Wer jetzt mutig in die Sichtbarkeit geht – gewinnt.

Selbstführung und Klarheit als Fundament

Unternehmerische Stärke beginnt nicht im Außen, sondern im Inneren. Gerade in herausfordernden Zeiten braucht es innere Klarheit, Werte, Fokus und radikale Ehrlichkeit mit sich selbst. Dr. Alina Behne formuliert es eindringlich: »Wachstum beginnt, wenn du nach deinen Werten lebst – statt nach Erwartungen. Nur du kannst für dich losgehen.«

Führung wiederum wird erst dann authentisch, wenn sie aus der eigenen Klarheit entsteht. Oder wie Marcus Klimek sagt: »Authentische Führung beginnt innen – erst wenn du dich selbst spürst, kannst du andere wirklich führen.«

Leistung entsteht durch Fokus, nicht durch Dauerstress. Elena Nesterenko erinnert daran, wie entscheidend unsere Aufmerksamkeit ist: »Fokus erschafft Energie – nicht andersherum. Wo deine Aufmerksamkeit hingeht, fließt deine Kraft.«

Viele Unternehmer sabotieren sich selbst, indem sie kleiner spielen, als sie

»BusinessPower bedeutet, die eigene Kraft als Unternehmerin und Unternehmer wieder zu aktivieren. Klarer denken, mutiger handeln, konsequenter führen.«

– Matthias Herzog

sind. Nicol Stanzel beschreibt BusinessPower deshalb als innere Befreiung: »Echte BusinessPower entsteht, wenn du aufhörst, dein Licht zu dimmen – und beginnst, deiner inneren Stimme kompromisslos zu vertrauen.«

Und letztlich braucht es Klarheit statt Tempo. Matthias und Stephan Herzog betonen: »Klarheit entsteht nicht durch Tempo, sondern durch Wahrheit – und die beginnt bei dir.«

In einer Welt voller Ablenkung wird Klarheit zur neuen Währung.

Führung, Kultur und Beziehungen im Business
BusinessPower bedeutet nicht nur Strategie – sondern vor allem die Fähigkeit, Menschen zu gewinnen, zu führen und zu halten.

In einer wirtschaftlich angespannten Zeit gewinnt der menschliche Faktor an Bedeutung. Führung entscheidet über Erfolg – nicht Strategien allein. Boris Thomas bringt die Essenz auf ein neues Level: »Vertrauen ist kein Soft-Faktor – es ist der härteste Erfolgsfaktor, den du als Führungskraft kultivieren kannst.«

Franziska Gostner erinnert daran, dass Menschen nicht ihren Arbeitsplatz verlassen – sondern ihre Beziehung zur Führung: »Mitarbeiter kündigen selten den Job – sie kündigen das Gefühl, gesehen zu werden. Bindung entsteht, wenn du zuerst Beziehung statt Effizienz denkst.«

Transparenz wiederum ist kein Buzzword. Sie ist Überlebensstrategie. Willy Kunth beschreibt es klar: »Transparenz ist kein Prozess – sie ist die Lebensversicherung jedes Projekts.«

Und wer Menschen wirklich führt, liest nicht nur Worte – sondern Emotionen. Alexandra Thoms sagt: »Die Wahrheit zeigt

sich nicht in Worten, sondern in Millisekunden. Wer nonverbale Signale lesen kann, führt tiefer, klarer und menschlicher.«

Führung wird in den nächsten Jahren der entscheidende Wettbewerbsvorteil.

Systeme, Struktur und Skalierung

Wachstum braucht Struktur. Unternehmen scheitern selten an ihrer Idee – sondern an fehlenden Systemen. Andreas Bäuerlein fasst es pragmatisch zusammen: »Ohne Systeme arbeitest du im Business – mit Systemen arbeitet dein Business für dich.«

Wert entsteht nicht durch Neukunden, sondern durch gepflegte Beziehungen. Andreas Gartmann erinnert an eine oft unterschätzte Wahrheit: »Kundenbestände sind keine Lagerbestände – wer sie aktiv pflegt, baut echten Unternehmenswert auf.«

BusinessPower entsteht, wenn Menschen, Systeme und Strategie zusammenwirken.

Fazit: BusinessPower ist die Antwort auf eine Zeit, die nach echten Unternehmern verlangt.

Nicht nach Zaudernden. Nicht nach Abwartenden. Sondern nach Menschen, die bereit sind, Verantwortung, Klarheit und echte unternehmerische Größe zu leben. ♦

Der Autor



Matthias Herzog hat Sportwissenschaften studiert, heute ist er als Motivationstrainer gefragt. Sein neues Buch BusinessPower erscheint am 12. Dezember bei Learn4Life.

»BusinessPower entsteht, wenn Menschen, Systeme und Strategie zusammenwirken.«
– Matthias Herzog

Clemens Eigler & Ronja Lebeda:

Karriere aus dem Wohnmobil

Ein Unternehmen zu gründen, braucht einen detaillierten Businessplan, eine durchdachte Kalkulation und viel Vorbereitungszeit – so lautet zumindest die gängige Vorstellung. Die Realität allerdings sah für Clemens Eigler und Ronja Lebeda völlig anders aus: Es sei einfach die Leidenschaft gewesen, die sie zu erfolgreichen Unternehmern gemacht habe, erzählen sie uns gegenüber. Auch vom Network Marketing hätten sie zuvor nie gehört: »Ich bin komplett quer eingestiegen«, beteuert Clemens Eigler. Gemeinsam mit seiner Partnerin habe er sich seither aus dem Camper heraus ein Vertriebsnetz aufgebaut und so innerhalb kürzester Zeit Silber- und Goldstatus erlangt.

Eine Veränderung, die zur Vision wird

Dabei hätte sich das Paar diesen Erfolg noch vor wenigen Jahren kaum vorstellen können, denn die Ausgangslage war von Unsicherheit geprägt: Während der Corona-Pandemie befanden sie sich gerade in Spanien, als ihre Schäferhündin Mali plötzlich begann, an Verdauungsbeschwerden zu leiden – ein Ereignis, das Eigler und Lebeda dazu veranlasste, die Standards des industriell hergestellten Tierfutters kritisch zu hinterfragen. »Wir haben uns intensiv mit Inhaltsstoffen beschäftigt und gesehen, was in der Futtermittelindustrie teilweise verarbeitet wird«, berichten sie uns. Auf der Suche nach Naturfutter stießen sie auf Reico, einen Familienbetrieb aus dem Allgäu, der in den 90er-Jahren vom Tierheilpraktiker Konrad Reiber gegründet wurde und sich auf die Herstellung natürlichen Hundefutters spezialisiert hatte. Für sie ein wahrer Lichtblick: »Bei Mali hat sich alles verbessert: Fell, Haut, Verdauung, Energie – einfach der ganze Hund«, bringt es das Paar auf den Punkt.

Die Veränderung war so deutlich, dass Eigler und Lebeda beschlossen, ihre Erfahrung weiterzugeben – seither vertreiben sie die Reico-Produkte selbst: »Unsere Vision ist riesig: Wir wollen so viele Hunde wie möglich vom

Industriefutter wegbringen und auf natürliche Ernährung umstellen«, formulieren sie ihr Ziel heute.

Mit dem Camper zur Karriere

Dass sie zum Zeitpunkt ihrer Entscheidung keinerlei Erfahrungen im Network Marketing besaßen und noch nicht einmal einen Laptop zur Verfügung hatten, sei kein Nachteil, sondern vielleicht sogar eine Chance gewesen, die ihr Leben verändert habe, vermuten sie: »Dadurch hatten wir auch keine Vorurteile, die wir erst hätten ablegen müssen.« Denn selbst im Familienkreis stieß ihre Entscheidung zunächst auf Skepsis – in einer Akademikerfamilie sei Direktvertrieb eben nicht gerade beliebt gewesen.

Mit dem wachsenden Erfolg habe sich diese Haltung jedoch deutlich verändert, schließlich könnten sie nun Monat für Monat neue Rekorde vorweisen, so die Vertriebsprofis. Zusätzlich ermögliche ihnen die Tätigkeit im Vertrieb, zeitlich und örtlich flexibel zu arbeiten: »Wir reisen gemeinsam mit unserer Hündin in Länder, in denen die Sonne scheint. Wir machen Pause, wenn wir sie brauchen und müssen niemandem Rechenschaft ablegen. Wir haben oft Besuch von Familie und Freunden und müssen beim Einkaufen nicht auf die Preise schauen. Mehr brauchen wir nicht«, schwärmen Eigler und Lebeda von ihrem neuen Leben. Für Menschen, die diesen Traum ebenfalls leben möchten, haben sie drei Ratschläge parat: Die Firma sorgfältig prüfen, das Team mit Bedacht zusammenstellen – vor allem aber: »Nicht auf andere hören! Uns haben alle abgeraten – und es war die beste Entscheidung unseres Lebens, es trotzdem zu tun.« ♦ (L)

Clemens Eigler und Ronja Lebeda sind im Jahr 2020 ins Network Marketing bei Reico eingestiegen und setzen sich seither für eine Hunde-Ernährung mit Naturfutter ein. Als Reico-Partner erlangten sie innerhalb kürzester Zeit Gold-Status.



»Unsere Vision ist riesig: Wir wollen so viele Hunde wie möglich vom Industriefutter wegbringen und auf natürliche Ernährung umstellen.«

– Clemens Eigler und Ronja Lebeda



Bilder: Gerrit Tharan

TOP EXPERTEN



Harun Taktak

Kryptowährungen & Blockchaintechnologie
Deutschland / Österreich / Schweiz / international

Kaan Aslan

Future-Trading, Marktpsychologie und Orderflow-Dynamiken
Deutschland / Österreich / Schweiz / international

Sven Enger

Bewusstseins- und Persönlichkeitsentwicklung
Deutschland

Ferhat Kacmaz

Blockchain, Finanzen & Web3-Unternehmertum
Deutschland / Österreich / Schweiz / international

Michael Birner

Immobilieninvestments & Finanzierung
Deutschland

Jenna Kortland

Ganzheitliche Gesundheitsförderung, Prävention und Bewegung
Schweiz

Raphael Zenaty

Vertrieb, Business Strategie & Persönliche Transformation
Deutschland

Hierbei handelt es sich um die **neu aufgenommenen Top-Experten**.
Die gesamte Liste finden Sie unter www.erfolg-magazin.de/top-experten/



Bei der Benennung von »Top Experten« handelt es sich um eine redaktionelle Entscheidung des ERFOLG Magazins. Die Redaktion sichtet regelmäßig Profile von Marktteilnehmern und prüft die Personen unter Zuhilfenahme öffentlich einsehbarer Informationen hinsichtlich fachlicher Qualifikation, Veröffentlichungen, Kundenbewertungen und Dauer der Tätigkeit. Nur natürliche Personen können als »Top Experten« benannt werden.

ERFOLG
magazin
DAS LESEN ERFOLGREICHE



FinanzNerd:

»Man kann
immer von
anderen lernen«

Simon Neumann ist besser unter dem Namen »FinanzNerd« bekannt. Unter diesem veröffentlicht er auf Social Media Tipps zum Thema Geldanlagen und Steuern und teilt seine große Leidenschaft für Finanzen mit seinen über 760.000 TikTok-Followern, 360.000 YouTube-Abonnenten und 200.000 Instagram-Followern. Anfangs sei es allerdings gar nicht so einfach gewesen, das positive von dem negativen Feedback abzugrenzen: »Wenn zehn positive Kommentare gekommen sind und nur ein Kommentar negativ war, dann habe ich mich tatsächlich auf dieses eine negative fokussiert.« Mittlerweile weiß er aber: Das gehört zum Influencer-Alltag dazu. Er freue sich zudem über den großen Einfluss, den Influencer auf die Finanzbranche haben: Immer mehr Firmen würden verstehen, dass Direktansprachen und Kaltakquise der Vergangenheit angehören – Social-Media-Kanäle sind die Visitenkarten von morgen.

Das komplette Interview
finden Sie auf
www.erfolg-magazin.de.



BEST OF WEB

Beliebte Artikel auf www.erfolg-magazin.de

Von HR zu HX: Warum nur transformative Personalstrategien Unternehmen zukunftsfähig machen

Die meisten Transformationen scheitern nicht an der Strategie, sondern an den Menschen. Unternehmen investieren Millionen in neue Technologien und Geschäftsmodelle – doch wenn es nicht gelingt, Mitarbeiter zu gewinnen, zu binden und aktiv in den Wandel einzubinden, bleibt jede Vision Stückwerk. Die Personalabteilung von gestern, die vor allem Verträge verwaltet und Prozesse organisiert, reicht heute nicht mehr aus. Wir brauchen einen radikalen Perspektivwechsel: weg von Human Resources (HR), hin zu Human Experience (HX). Der »War for Talents« ist längst entschieden: Gefragt sind nicht die Unternehmen, sondern die Talente ...

Den kompletten Artikel lesen Sie unter www.erfolg-magazin.de



Roland Emmerich wird 70 – Mit der Apokalypse zum Erfolg



Er ist der erfolgreichste deutsche Regisseur in Hollywood und einer der prägenden Filmemacher seiner Generation: Roland Emmerich wird 70 Jahre alt. Der gebürtige Stuttgarter hat das Blockbuster-Kino neu definiert: mit Monumentalfilmen, die das Ende der Welt zum globalen Publikumsspektakel machten. Independence Day, The Day After Tomorrow und 2012 sind längst mehr als Katastrophenfilme; sie sind popkulturelle Meilensteine über Angst, Technik und den Überlebenswillen der Menschheit. Emmerich studierte an der Hochschule für Fernsehen und Film ...

Den kompletten Artikel lesen Sie unter www.erfolg-magazin.de

Bill Gates – Vom reichsten Mann der Welt zum globalen Philanthropen



Am 28. Oktober feiert Bill Gates seinen 70. Geburtstag. Der US-Amerikaner prägte wie kaum ein anderer die digitale Revolution. 1975 gründete er gemeinsam mit Paul Allen in einer kleinen Garage die Microsoft Corporation – ein Startpunkt, der den Umgang mit Computern für immer verändern sollte. Mit dem Betriebssystem MS-DOS und später Windows brachte Microsoft den PC in Büros und Privathaushalte auf der ganzen Welt. Bereits mit Mitte 30 war Gates Milliardär, über Jahre hinweg der reichste Mensch der Erde und eine der einflussreichsten ...

Den kompletten Artikel lesen Sie unter www.erfolg-magazin.de

Bilder: Depositphotos / AndrewLozovyi, Burnz Neuner, IMAGO / Entertainment Pictures / Brazil Photo Press

Jetzt bei
amazon
prime video
streamen!

wirtschaft tv **Wissen**

Die Doku-Reihe rund um
das Thema Wirtschaft

EINE PRODUKTION VON WIRTSCHAFT TV

PRODUZENT JULIEN BACKHAUS, REDAKTION MORITZ NEUBRONNER, KAMERA UND TON MATHIAS BINDER,
SCHNITT UND POSTPRODUKTION MORITZ NEUBRONNER, SPRECHER SASCHA OLIVER MARTIN

W *wirtschaft* tv original

LEBEN AUF DER ÜBERHOLSPUR

BERATER

STAFFEL 4

Die Reality
Serie

Jetzt
streamen



Verfügbar auf

Amazon
Prime Video

Apple TV
iTunes

EINE PRODUKTION VON WIRTSCHAFT TV

PRODUZENT JULIEN BACKHAUS, REGIE NIKOLAOS ILIADIS, CARLOS NUÑEZ, KAMERA NIKOLAOS ILIADIS, CARLOS NUÑEZ,
MATHIAS BINDER, POSTPRODUKTION NIKOLAOS ILIADIS, SPRECHERIN MAJA BYHAHN, MUSIK ENVATO UND ARTLIST,
LIZENZEN STEVEN PRIESS, KOORDINATION MICHAEL KERASIDIS, FOOTAGE SHUTTERSTOCK, FATIH KOCAK