

Buch

Warum besitzt jeder von uns ein Wirecard-Gen? Was können wir von Joko Winterscheidt und Kevin Großkreutz über das Durchhalten lernen? Wieso kennt sich Christian Lindner so gut mit Dornen aus? Und weshalb wird in erfolgreichen Gründerstories meist der Weg durch die Hölle ausgelassen?

Dieses Buch erzählt neben vielen positiven Geschichten aus dem Gründertum auch einiges über den wahrhaftigen *Entrepreneurshit*. Unverfälscht, unbekümmert, ungeprahlt, aber nicht unüberlegt. Angesprochen fühlen dürfen sich Humorfreunde, Unternehmer, Selbstständige, Angestellte mit unternehmerischem Gedankengut, Erfolgsmenschen und alle, die sich weiterentwickeln möchten. Und weil Vilfredo Pareto mächtig sauer wäre, wenn wir unsere kostbare Zeit mit dem Klappentext verschwenden würden, stürzen wir uns jetzt mit höchster Effizienz ins Leseabenteuer.

Daniel Weiner

Jahrgang 1988. Studierte von 2008-2016 Wirtschaftsingenieurwesen mit der Fachrichtung Maschinenbau an der Uni Paderborn. Den Master schloss er noch ab, obwohl er bereits 2013 die Firma *StudyHelp* gründete, in der er bis heute Geschäftsführer ist. Seit 2018 ist er Vorstandsmitglied des Fußball-Regionalligisten *Rot Weiss Ahlen*, zudem als Business Angel, Speaker und Berater tätig und außerdem Board Member der *Entrepreneurs' Organization* sowie Organisator des *GSEA*-Events: www.danielweiner.de

Christian Gaschler

Jahrgang 1986. Studierte von 2007-2013 ebenfalls Wirtschaftsingenieurwesen mit der Fachrichtung Maschinenbau an der Uni Paderborn. Daraufhin arbeitete er fünf Jahre lang im Vertrieb eines Herstellers von Blindnieten (ja, so etwas gibt es wirklich), bis er sich 2018 als Immobilieninvestor selbstständig machte. Seit 2020 ist er Autor und schreibt vor allem über die deutsche Sprache: www.christiangaschler.de



Website von Daniel Weiner



Website von Christian Gaschler

Entrepreneurshit

So präsentiert sich wahres
Unternehmertum:
Ideen, Denkanstöße und
Fuckups, die du nicht auf
Gründerszene liest.

Daniel Weiner

mit Christian Gaschler

Impressum

Copyright © 2021 Forward Verlag
StudyHelp GmbH, Paderborn
www.studyhelp.de

Erste Auflage

Idee und Inhalt: Daniel Weiner
Autor: Christian Gaschler

Redaktion & Satz: Carlo Oberkönig, Christian Gaschler
Illustration und Umschlaggestaltung: Emmylou Unger, Maximilian Fleitmann
Kontakt: forwardverlag@studyhelp.de

Das Werk und alle seine Bestandteile sind urheberrechtlich geschützt. Jede vollständige oder teilweise Vervielfältigung, Verbreitung und Veröffentlichung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung von StudyHelp. Hinweis zu § 52a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung gescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen. Auf verschiedenen Seiten dieses Buches befinden sich Verweise (Links) auf Internet-Adressen. Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte von externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt dieser externen Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie bei dem angegebenen Inhalt des Anbieters dieser Seite auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Inhalte treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail davon in Kenntnis zu setzen, damit beim Nachdruck der Verweis gelöscht wird.

ISBN 978-3-947506-69-9

Inhalt

<i>Eine kurze Geschichte der Motivation</i>	9
<i>Das richtige Vorwort, das eh keiner liest</i>	18
<i>Kapitel 1: Welcher Unternehmer bin ich?</i>	24
1.1 <i>Die Tiefen der Gründungsgründe</i>	26
1.2 <i>Das positive Grundrauschen</i>	31
1.3 <i>Jeder braucht Gleichgesinnte</i>	37
1.4 <i>Warum stressen ich mich?</i>	41
1.5 <i>Ich habe Angst</i>	47
1.6 <i>Das Geheimnis dorniger Chancen</i>	52
1.7 <i>Der Bauch und sein Vetorecht</i>	61
1.8 <i>Die Verhandlung</i>	65
1.9 <i>Mutige Moves und die Komfortzone</i>	72
1.10 <i>Der Einfluss sogenannter Profis</i>	79
1.11 <i>Wer blendet da so?</i>	83
<i>Kapitel 2: Wir zielen aufs Geld ab</i>	89
2.1 <i>Bilder im Kopf</i>	90
2.2 <i>Die finanzielle Reichweite</i>	95
2.3 <i>Erst kommt der Umsatz, dann das Vergnügen</i>	100
2.4 <i>Der beruhigende Cashflow</i>	105
2.5 <i>ZDG – Zahlen, Daten, Gefühle</i>	112

2.6	<i>Abo-Modelle sind die Zukunft</i>	119
2.7	<i>Systemlose Meetings sind sinnlos</i>	124
2.8	<i>Die automatische Sinnlosigkeit</i>	132
2.9	<i>Es wäre ein Fehler, keine Fehler zu machen</i>	138
2.10	<i>Was man aus Gewinnspielen lernen kann</i>	142
2.11	<i>Erfolg ist nicht sexy, sondern langweilig</i>	147
2.12	<i>Lieber Gruß von der Finanzbehörde</i>	150
	Kapitel 3: Umsatz kommt von Umsetzen	153
3.1	<i>Die Macht der kleinen Schritte</i>	155
3.2	<i>Bei uns sind alle kleine Eisenhowers</i>	159
3.3	<i>Die gute Fee und die Kröte</i>	165
3.4	<i>Das wäre nice to have? Nein, danke!</i>	170
3.5	<i>Agieren ist besser als Reagieren</i>	173
3.6	<i>Wer nachhakt, kontrolliert das Spiel</i>	176
3.7	<i>Einmal ist keinmal</i>	178
3.8	<i>Gesalzene Anrufe und gepfefferte E-Mails</i>	181
3.9	<i>Das Gewohnheitstier</i>	185
3.10	<i>Ich leide unter akuten Wachstumsschmerzen</i>	190
3.11	<i>Dieses Momentum gibt es wirklich</i>	195
3.12	<i>Es muss immer weiterlaufen</i>	200
	Kapitel 4: Mensch, hilf mir bitte	204
4.1	<i>Die Mond-Mars-Theorie</i>	206
4.2	<i>Was kann ich und wen brauche ich?</i>	210
4.3	<i>Wie Investoren bei dir einsteigen</i>	215
4.4	<i>Wer sitzt auf der richtigen Position?</i>	219

4.5	<i>Hol deine Leute frühzeitig ab</i>	224
4.6	<i>Die Kunst des Delegierens</i>	227
4.7	<i>Gemeinsamer Erfolg macht doppelt Spaß</i>	232
4.8	<i>Gefährliche Ausnutzungserscheinungen</i>	237
4.9	<i>Ehrliche Meinungen sind wie ein Kompass</i>	240
	Schluss – wie geht's weiter?	244
	Danksagung	246
	Quellen	251

Eine kurze Geschichte der Motivation

»Daniel Weiner ist so wahnsinnig, der verkauft Produkte, die es noch gar nicht gibt! Wir haben Kurse in 200 Standorten angeboten, für die es anfangs weder Kursleiter, Skripte noch Räume gab. Sein Motto: Sofern genügend Cash reinkommt, kann man anschließend jedes Problem lösen.«

Maximilian Fleitmann, Mitgründer von StudyHelp

»Für Daniel Weiner ist ein *Nein* nur ein weiterer Schritt zum *Ja*. Diese Verbissenheit zeichnet ihn aus, und damit motiviert er nicht nur unsere Mitarbeiter, sondern ebenso seine Mitgesellschafter.«

Carlo Oberkönig, Mitgründer von StudyHelp

Wie würdest du Kontakt zu einem Prominenten* aufnehmen? Also nicht zu solchen »Promis«, die sich in der südlichen Hemisphäre eimerweise Spinnen über den Kopf kippen lassen und an Känguruho-den knabbern, weil sie vor langer Zeit mal halbwegs berühmt waren, zwischenzeitlich aber ihre »verdiente« Kohle vollständig verballert haben und jetzt für Nachschub ganz offensichtlich alles machen würden. Sondern ich meine den Kontakt zu richtigen Promis. Wie ich im Jahr 2016 erfahren durfte, ist ein solches Unterfangen trotz heutiger Social-Media-Möglichkeiten gar nicht so einfach.

* Der Leserlichkeit wegen verwenden wir meistens die maskuline Form. Dennoch dürfen und sollten sich stets alle Geschlechter angesprochen fühlen.

Da gab es ein Paderborner Unternehmen namens *StudyHelp*, das zwar schon eine kleine lokale Bekanntheit im Bildungsbereich war, das über die Gemeindegrenze hinaus aber kaum jemand kannte. Daran müsse schleunigst etwas geändert werden, empfanden seine Gründer. Na ja, zumindest war es die größtenwahnsinnige Idee eines der Gründer, dass die deutsche Prominenz bei der Steigerung des Bekanntheitsgrades helfen oder zumindest für vorrübergehendes Aufsehen Sorge könne. Immerhin gehe es ja um eine wichtige Sache: die Bildung in Deutschland! Dafür ließen sich mit Sicherheit ein paar Sympathisanten gewinnen.

Erinnerst du dich an die beiden holländischen Rapper *Lil Kleine* und *Ronnie Flex*, die 2016 das Musikvideo »Stoff & Schnaps« herausbrachten? Das Video wurde 48 Millionen Mal geklickt – Stand: Mai 2021. Die inhaltliche Tiefe entspricht in etwa der eines ausgetrockneten Salzsees. Im Prinzip geht es darum, dass die beiden Rapper angeblich zeitlich sehr flexibel seien und sehr gern vorbeikämen, wenn »deine Alte chillen« wolle. Sie würden dann »Stoff, Schnaps und Bock« mitbringen. Wohin das führen soll, wird dem Zuschauer relativ schnell klar; nicht zuletzt wegen der lasziven Blicke einer immer wieder eingeblendeten Tänzerin im Leopard outfit und Drogen verherrlichender Statements wie: »Wir sagen ja zu MDMA.« Damit zählt das Video zwar nicht zu den pädagogisch wertvollsten, ist aber allein schon wegen der übertriebenen Darstellung durchaus witzig. Außerdem ist der Beat ohrwurmverdächtig.

Den pädagogischen Wert stellten wahrscheinlich auch *Joko Winterscheidt*, *Klaas Heufer-Umlauf* und *Palina Rojinski* in Frage, die im selben Jahr eine gelungene Persiflage mit dem Titel »Stift & Block« veröffentlichten, und zwar unter den Pseudonymen *Lil' Klaas & Joko Flex*. Ich

war begeistert, als ich das Video zum ersten Mal sah. Mit holländischem Akzent animierten sie dazu, sich mehr mit Mathe, Physik und Deutsch und weniger mit MDMA auseinanderzusetzen. Sie kämen zwar auch gern bei »deiner Alten« vorbei, allerdings mit der Absicht, ihr Nachhilfe und nicht, um ihr unter Drogeneinfluss »es« zu geben.

Und nachdem sich mein Zwerchfell wieder beruhigt hatte, war mir sofort klar, dass ich Kontakt zu Joko & Klaas aufnehmen müsse, da das Video und die ganze Aktion mega zu unserem Business Model passte. Unmittelbar rief ich gedanklich den *StudyHelp Bildungsaward* ins Leben, der die beiden für ihren modernen Bildungsansatz angemessen ehren sollte. Selbstverständlich auch mit dem Hintergedanken, etwas PR-Arbeit für unsere Marke zu leisten. Mein Team empfing mich, der völlig euphorisiert von der Idee war, nicht gerade mit offenen Armen, sondern eher mit einer großen Portion Skepsis: »Du willst Joko & Klaas einen Bildungsaward verleihen? Ähm, okaaay. Nette Idee, aber wie willst du an die herankommen, und was soll uns das überhaupt bringen?«

Was uns das bringen solle, war leicht erklärt. Aber der andere Einwand war tatsächlich berechtigt. War mein Vorhaben zum Scheitern verurteilt? Mein Team schaffte es, diese verdammte Spaßbremsenstimme in meinem Gehirn zu aktivieren, von der jeder irgendwann belästigt wird. Vornehmlich dann, wenn die Wohlfühlzone verlassen werden muss, aber dazu kommen wir später noch. Ich sagte der Stimme, sie solle bloß den Rand halten, weil sie den unternehmungslustigen Teil meines Gehirns beleidige. Meinem Team sagte ich das natürlich mit netteren Worten und vereinbarte folgenden Kompromiss: Wir würden unser Vorhaben in einen prägnanten Facebook-Post umwandeln und abhängig vom digitalen Zuspruch weitersehen.

Das Mindestmaß hierfür setzten wir bei 1.000 Likes an. Sollte diese Marke überschritten werden, bekämen Joko & Klaas den Award verliehen, den es zu diesem Zeitpunkt nur in meiner Fantasie gab. Damit waren alle einverstanden.

Um auf diese Anzahl von Likes zu kommen, versuchte ich so gut wie jeden aus meinem Bekanntenkreis von der Idee zu überzeugen. Doch das reichte bei weitem nicht. Also leitete ich Phase zwei ein und verschenkte *effect-Energiedrinks** vor der Bibliothek der Uni Paderborn. Diese Drinks sind die Ambrosia müder Studierender, denn sie reduzieren die Gefahr, in intensiven Lernphasen auf den Tischen einzupennen. Als kleine Gegenleistung bat ich die nun durch Koffein und Zucker gefügig gemachten Wesen um Likes und Kommentare. Die Maßnahmen zeigten schnell Wirkung, der mediale Rückhalt war plötzlich da und deutlich größer als vermutet. Obwohl ich zugeben muss, dass einige Studierende unseren Post nach Abklingen ihres Koffeinrausches wieder *entlikten*. Doch das demotivierte mich nicht.

Nach gut einer Woche kamen über 2.000 Likes zusammen, was definitiv dazu beitrug, dass mein Team mich und meine Idee für erheblich weniger geistesgestört hielt. Die Spaßbremsenstimme war längst verstummt, sie wich der Übermutsstimme: »Na dann lass uns die beiden Prosieben-Paradiesvögel mal akquirieren, das wird doch 'n Klacks.« Eine sehr irreführende Eigenschaft der inneren Stimme ist leider, dass ihre Haltung sekundlich umschlagen kann. Und genau das war auch der Fall, als sie mich eine Stunde später fragte, wie zum

* An dieser Stelle möchte ich betonen, dass ich keinen finanziellen Nutzen von dieser Werbung habe. Aber vielleicht bekomme ich so endlich mal einen Termin bei Herrn H., dem Geschäftsführer der MBG Group. Der ist nämlich mindestens genauso schwierig zu erreichen wie Joko & Klaas.

Teufel ich nun zu Joko & Klaas durchdringen wolle. Die beiden befinden sich hinter meterdicken digitalen Mauern, bewacht von Managern, Anwälten, Social-Media-Beratern und sonstigen Konsorten, damit sie nicht von jeder Luftpumpe mit einer größenwahnwitzigen Idee von der Arbeit abgelenkt werden. Ob ich darüber schon nachgedacht hätte, wollte sie wissen. Nicht das schlechteste Argument, zugegeben.

Meine ersten Versuche des Kontaktaufbaus scheiterten wie erwartet kläglich. Das Management ignorierte mich, und als es mir dann doch antwortete, verwies es darauf, dass ich mich doch bitte an das Management von *Circus Halligalli* wenden möge. »Im Showbiz arbeiten echt nur Ignoranten, oder?«, äußerte sich die nun verständnisvolle Stimme. Nach Einschätzung meines Teams war diese spektakuläre Resonanz das eindeutige Zeichen, es gut sein zu lassen. Aber das war völlig indiskutabel. Zu sehr hatte ich mich an der Vorstellung festgebissen und sah mich vor meinem geistigen Auge sogar schon bei der persönlichen Überreichung des Awards. Falls alle Stricke reißen sollten, dann müsste ich mir eben Tickets für *Circus HalliGalli* besorgen und die Bühne während einer Show stürmen, um den beiden den Preis quasi aufzuzwingen. Plan B stand also, jetzt musste ich noch *etwas* an Plan A feilen.

Und dann kam mir der entscheidende Gedanke. Joko & Klaas waren einige Jahre zuvor in einer sehr ähnlichen Situation gewesen. Sie hatten 2013 dem Fußballspieler Kevin Großkreutz den *Goldenen Umberto* verleihen wollen. Das war ein von den beiden Komödianten ins Leben gerufener Negativpreis für besonders schlechte Schauspielleistungen, der laut eigenen Angaben so etwas wie »der Grimme-Preis für die Straße« ist. Kevin hatte sich diese Ehrung für seine

Performance in einer Mentos-Werbung und den frischen Satz »Da bleibt man die komplette Halbzeit mit cool!« verdient.¹

Seine Freude über diese Ehrung hielt sich in Grenzen. Vermutlich, weil Joko als Jürgen Klopp verkleidet vor dem BVB-Trainingsgelände lauerte und Kevin auf diese hinterhältige Weise den Preis zu überreichen versuchte, was aber missglückte, weil Jokos Tarnung binnen Sekunden aufflog, woraufhin der verschreckte Kevin mit quietschenden Reifen flüchtete. Vielleicht lag es aber auch daran, dass Joko danach immer noch nicht lockerließ, den BVB-Bus bis zum Dortmunder Flughafen eskortierte (die Mannschaft war auf dem Weg nach Marseille zu einem Championsleague-Vorrundenspiel) und Kevin schließlich den Goldenen Umberto am Flughafeneingang gerade so noch überreichte, kurz bevor er in einem Airbus endgültig davonkommen konnte. Tja, vielleicht hatte Kevin deshalb nur ein gezwungenes Lächeln für die Ehrung übrig.

Das war der Aufhänger, den ich brauchte! Genau darauf müsste ich Bezug nehmen, damit würde ich die schützenden Mauern um die beiden *Wenn-ich-du-wäre*-Spezialisten schon irgendwie durchbrechen können. Und falls doch nicht, war soeben Plan C geboren. Denn wie der Zufall es will, kenne ich Kevin. Er spielte früher für meinen Lieblingsverein Rot Weiss Ahlen und hätte sich sicher gern bei Joko & Klaas für die Nummer revanchiert.



Links (2009): Feier des Klassenerhalts der 2. Mannschaft von Rot Weiss Ahlen. Während die meisten im Urlaub waren, verhalf Kevin uns zum Sieg. Verdientes Bier!

Rechts (2013): Wieder Kevin und ich. Dieses Mal nüchterner.

Aber zurück zu Plan A. Mein angepasster Text, in dem ich nun intensiv auf den Goldenen Umberto und Kevin einging, wurde erneut durch verschiedene soziale Plattformen gejagt, bis mir endlich ein Redakteur von Circus Halligalli bei Xing antwortete. Der fand die Idee des Bildungsawards cool und wollte unbedingt mehr Informationen darüber haben. Leider Fluch und Segen zugleich, da bisher weder eine Website existierte noch sonst irgendwelche vertrauensbildenden Maßnahmen durchgeführt wurden, die meine euphorische Nachricht vom Verdacht eines Spleens freigesprochen hätten. Spätestens an dieser Stelle hätten vermutlich 99% die Sache ad acta gelegt, weil ihre Lust gegen null gegangen wäre, sich irgendwelche Eckdaten über einen fiktiven Award aus den Fingern zu saugen, der *möglicherweise* von Joko & Klaas angenommen wird und der *vielleicht* einen positiven Effekt auf unseren Markenwert hätte. Alles sehr spekulativ, aber wir blieben dran.

Wir entschieden uns dazu, mit einfachen Mitteln eine Website aufzubauen, die das Thema einigermaßen seriös darstellen sollte. Nachdem der Redakteur erst einen Monat auf meine Antwort warten musste, bis wir die Website erstellt hatten, vertrösteten wir ihn daraufhin zwei weitere Monate, weil die Produktion des Preises so lange dauerte. Doch passend zum Weihnachtsfest 2016 war es dann so weit. Der Award war kein Hirngespinnst mehr, sondern real und haptisch erlebbar, wie dir das folgende Foto beweist. Und nein, es handelt sich um keine Fotomontage.



2016: Da freut sich aber jemand über sein Weihnachtsgeschenk.

Was meinst du: Hat sich der ganze Shit für uns gelohnt? Ich würde mal sagen: Ja! Seitdem verleihen wir den Bildungsaward nämlich jährlich an jene Prominente, die aus unserer Sicht einen positiven Beitrag zur deutschen Bildung leisten. Zu den Gewinnern zählten zum Beispiel *Bülent Ceylan* (2017), *Mirko Drotschmann* (2018) sowie *Lisa*

Ruhfus und *Mario Götze* (2019). Dass dieser Trubel auch uns zu mehr Bekanntheit verhalf, dürfte offensichtlich sein. Jedenfalls fing alles mit *Joko & Klaas* an, und diese Aktion ist meine persönliche Lieblingsgeschichte zum Thema *Durchhaltevermögen*. Denn sie beweist, dass man (fast) alles erreichen kann, was man sich in den Kopf gesetzt hat, wenn man nur verbissen genug dranbleibt!

Daniel Weiner

Paderborn, Mai 2021



Lil Kleine & Ronnie Flex:
»Stoff & Schnaps«



Lil' Klaas & Joko Flex:
»Stift & Block«



Der Goldene Umberto
für Kevin Großkreutz

Das richtige Vorwort, das eh keiner liest

Von Christian Gaschler

In den späten 2000er und frühen 2010er Jahren gab es an der Universität Paderborn zwei sich feindlich gesinnte Cliques. Dabei handelte sich um keine »schlagenden« Studentenverbindungen, die alte Traditionen pflegten und sich in besonders harten Fällen sogar mit Degen oder Säbel ausgestattet im Zweikampf maßen; auch unter einer *Mensur* bekannt. Sondern es waren vielmehr zwei Cliques, die sich donnerstags auf Unipartys über den Weg liefen und deren Zweikämpfe Wortgefechte waren. In denen wurde gemessen, wer die besseren Noten schrieb und dafür am wenigsten lernen musste – kurzum: wer dümmer war –, wer am längsten auf der Party (wach) blieb, wer beim Herumhampeln auf der klebrigen Tanzfläche die beste Figur abgab und gleichzeitig am wenigsten von seinem Getränk verschüttete und zu guter Letzt: wer ganz allgemein der Geilste war und am besten in der Damenwelt ankam.

Die Phantasie war damals von anderen Studenten reserviert, weshalb die Cliques so geistreiche Namen hatten wie *PPC*, Kurzform für *Paderborner Party Crew*, und *Wing UPB*, Kurzform für *Wirtschaftsingenieur Universität Paderborn*. Zwei Lager, wie sie antagonistischer nicht sein konnten.

Jedenfalls gehörte Dan der *PPC* und ich der *Wing UPB* an, weshalb wir uns gemäß Cliquencredo gefälligst zu hassen hatten und höchstens als »Schläfer« ins feindliche Lager übersetzen, aber keinesfalls befreundet sein durften. Übrigens ist »Dan« ein Pseudonym, unter dem sein Urheber in Partykreisen verkehrte, während »Daniel« der

notwendigen Seriosität wegen für die Geschäftswelt vorgesehen war. An sich eine gute Idee. Blöd nur, dass sich auch dort schnell »Dan« durchsetzte. Vielleicht, weil es einprägsamer war, vermutlich aber, weil eine Abkürzung grundsätzlich kein Pseudonym ist und ihr ergo das Alleinstellungsmerkmal fehlt. Wie dem auch sei, es war »Dans« Entscheidung.

Doch zurück zum Cliquenkrieg: Zum Glück erkannten wir irgendwann, dass fiktive Grenzen uns nicht daran hindern sollten, miteinander befreundet zu sein, da wir einiges gemeinsam hatten und haben. Zum Beispiel sind wir beide größenwahnsinnig, äußerst begeisterungsfähig und preschen mit einer Idee lieber erst mal nach vorn, als lange darüber nachzudenken oder schlimmer noch: sie totzureden. Und exakt deshalb gewann mich Dan auch so schnell für seine Idee, ein Buch über Entrepreneurship, Pardon, Entrepreneur*shit* zu schreiben. Es solle davon handeln, wie man ein erfolgreiches Business aufbaut und eine Unternehmerpersönlichkeit entwickelt. Er wolle seine Leser von seinen Erfolgen, aber auch sehr wohl von seinen Misserfolgen lernen lassen. Für mich als Unternehmer und Autor ein spannendes Thema, also gewann er mich schnell als Verbündeten für sein Vorhaben, seine Gedanken in eine kompakte Form zu bringen.

Wovon handelt dieses Buch und an wen richtet es sich?

Nun gibt es zugegebenermaßen schon einige Unternehmerbücher auf dem Markt, und du stellst dir sicher die Frage, warum ausgerechnet dieses lesenswert ist. Dafür lassen sich drei gute Gründe anführen:

Erstens

Dieses Buch hat den Charakter einer Unterhaltungselektüre, die viele lehrreiche Geschichten enthält, mit denen wir dich amüsieren, fesseln und mitfiebern lassen wollen. Dan hat sich während der letzten acht Jahre regelmäßig notiert, was in seinem Unternehmen zum Erfolg geführt hat – davon möchte er dich profitieren lassen.

In den vier Kapiteln werden wir uns mit den Themen *Persönlichkeit*, *Finanzen*, *Umsetzung* und *Menschen* beschäftigen. Die vielen kurzen Abschnitte enthalten Denkanstöße, was du tun und unterlassen *kannst*, ohne dir dabei aufzuerlegen, was du zu tun und zu lassen *hast*. Es spielt übrigens keine Rolle, ob du noch überlegst ein eigenes Unternehmen zu gründen, schon lange Unternehmer bist oder ob du als unternehmerisch denkender Angestellter deine Chefin beeindrucken willst. Die passende Lektüre dafür hältst du in deinen Händen.

Zweitens

Wie die Titelwahl erahnen lässt, geht es nicht nur um Erfolge, sondern auch um den *Shit des Unternehmertums*. Es sind gerade die vielen Breddouillen, in denen Dan mit seinen Mitgründern immer wieder steckte, die am lehrreichsten waren. Ob er nun Menschen entlassen musste, Geschäftspartner plötzlich horrenden Geldbeträge für ihre Dienste forderten oder ihm seine Mitmenschen mitteilten, dass sein Geschäftsmodell für den Arsch wäre: Er wird dir tiefe Einblicke in seine Ängste, seine Psyche und die schmerzhaften Entscheidungen geben, die er immer wieder zu treffen hatte. Es hat mich schwer beeindruckt, wie offen, unverfälscht und vor allem positiv er damit umgegangen ist!

Drittens

Die Bildungsbranche ist im Wandel, und Schulen, Universitäten und Seminarleiter müssen sich vermehrt mit digitalen Konzepten auseinandersetzen. Das war wohl eine der wenigen positiven Folgen der Coronakrise. Wir wollen unseren Beitrag zur Verknüpfung der analogen mit der digitalen Welt leisten, deswegen haben wir an vielen Stellen QR-Codes eingefügt, mithilfe derer du Checklisten und andere Tools herunterladen kannst.

Woher stammt der Input?

Seine Erfahrungen hat Dan bei StudyHelp gesammelt. Einem Unternehmen, das er im Jahr 2013, noch während seines Studiums zum Wirtschaftsingenieur, mit seinem Freund Carlo Oberkönig gründete. Alles fing als kleine GbR an, doch zwei Jahre später gründeten sie schon wieder – dieses Mal eine GmbH. Streng genommen existierte der Name StudyHelp erst jetzt, da Personengesellschaften immer nach ihren Gesellschaftern benannt sind und keine fiktiven Namen haben dürfen. Diese Zeitspanne bis zur Gründung der waschechten StudyHelp-GmbH nutzten Dan und Carlo, um reihenweise Bildungsinteressierte* an Bord zu holen und sie gesellschaftlich zu beteiligen.

Die Gründer waren vor allem deshalb so an Bildung interessiert, weil sie am eigenen Leib erfuhren, was sogenannte Siebfächer sind. Und damit waren sie nicht allein, denn auch ihre Kommilitonen hatten daran zu knabbern. Gemeint sind diese fieseren, meistens zahlenlastigen Fächer wie Mathematik, Thermodynamik, Mechatronik und Statistik, mit denen die Universität in den ersten vier Semestern Gold

* Die Bildungsinteressierten: Maximilian Fleitmann, Julian Droste, Patrick Burmann und Daniel Jung haben schon früh an StudyHelp geglaubt.

von Kieselsteinchen trennen möchte. Mit den von StudyHelp angebotenen Crashkursen hatten Studierende eher die Chance, eine goldene Zukunft zu haben. Denn durch die Kurse wurden die Studenten auf ihre Prüfungen vorbereitet. Es dauerte nicht lange, da richtete StudyHelp die Kurse auch auf Abiturienten aus, da letztere von einer missratenen Prüfung mindestens genauso demotiviert werden können. Doch das war erst der Anfang: Heute besteht die StudyHelp-Gruppe aus fünf Bereichen, die sich sowohl online als auch offline erstrecken:

- Crashkurse
- Nachhilfe
- Verlagswesen
- Beteiligungen
- Gewerbliche Vermietung

Wie du vermutlich bereits erahnt hast, als du mit großem Interesse das Impressum dieses Buchs gelesen hast, so wie es sich für anständige Leserinnen und Leser gehört, wird der Verlag für StudyHelp immer wichtiger. Nicht nur Lernhefte und E-Books werden darüber verlegt, sondern auch »Erwachsenenliteratur«, in die wohl dieses Buch einzuordnen ist. Was nicht bedeuten soll, dass wir kinderfeindlich wären, geschweige denn dich irgendein nicht jugendfreier Schweinkram erwartet. Du kannst dieses Buch ruhig offen herumliegen lassen, sei unbesorgt. Aber darauf wollte ich nicht hinaus. Sagen wollte ich, dass *Entrepreneurshit* erst der Anfang des *Forward Verlags* ist und in der Zukunft noch weitere Bücher über Unternehmertum, finanzielle Intelligenz und Persönlichkeitsentwicklung folgen werden. Es empfiehlt sich daher, gespannt zu bleiben.

Übrigens danke ich dir dafür, dass du entgegen deinem inneren Trieb, das langweilige Vorwort zu überspringen, standhaft geblieben bist, und entlasse dich nun feierlich: Viel Spaß beim Lesen des »richtigen« Buchs!

Christian Gaschler

Frankfurt am Main, Mai 2021



Hier geht's zur
StudyHelp-Website.



Hier geht's zum Insta-Kanal
des ForwardVerlags.