

PLASSEN
VERLAG



DONALD J.
TRUMP
THINK LIKE A
CHAMPION

MIT MEREDITH MCIVER

THINK LIKE A CHAMPION

*Lektionen für
Geschäft und Leben*

DONALD J. TRUMP

mit MEREDITH MCIVER

Die Originalausgabe erschien unter dem Titel
Think Like a Champion: An Informal Education in Business and Life
ISBN 978-1-59315-530-8

© Copyright der Originalausgabe 2009:
Copyright © 2009 by Donald J. Trump. All rights reserved.
This edition published by arrangement with VANGUARD PRESS,
an imprint of Perseus Books, LLC, a subsidiary of Hachette Book Group, Inc.,
New York, New York, USA. All rights reserved.

© Copyright der deutschen Ausgabe 2017:
Börsenmedien AG, Kulmbach

Übersetzung: Philipp Seedorf
Gestaltung Cover: Holger Schiffelholz
Gestaltung und Satz: Denksportler Grafikmanufaktur
Gestaltung Umschlag und Herstellung: Martina Köhler
Lektorat: Karla Seedorf
Druck: CPI books GmbH, Leck, Germany

ISBN 978-3-86470-477-2

Alle Rechte der Verbreitung, auch die des auszugsweisen Nachdrucks,
der fotomechanischen Wiedergabe und der Verwertung durch Datenbanken
oder ähnliche Einrichtungen vorbehalten.

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

BÖRSEN  MEDIEN
AKTIENGESELLSCHAFT

Postfach 1449 • 95305 Kulmbach
Tel: 0 92 21-90 51-0 • Fax: 0 92 21-90 51-44 44
E-Mail: buecher@boersenmedien.de
www.boersenbuchverlag.de

*Gewidmet meinen Eltern,
Mary und Fred Trump.*

INHALT

<i>Vorwort</i> von Robert Kiyosaki	9
<i>Danksagungen</i>	13
<i>Einleitung</i>	15
Die Wahl von Barack Obama, Beginn einer neuen Zeitrechnung	19
Essays, Kurzgeschichten und Stephen King	21
Innovation	25
Wie wichtig es ist, ein Teamplayer zu sein	29
Frühes Thanksgiving	33
Lernen ist ein neuer Anfang	35

Flexibel bleiben	39
Nach Ganzheitlichkeit streben	43
Dem höheren Selbst eine Chance geben	47
Weisheit	51
Je mehr man weiß, desto mehr weiß man, dass man nichts weiß	55
Think like a Champion	59
Arbeit als Kunst	63
Seine Gedanken ordnen	67
Sich seinen Ängsten stellen	71
Fantasie: Der Schlüssel zum finanziellen Erfolg	75
Ist Geschäftssinn ein Naturtalent?	79
Kurz, knapp und direkt	85
Die richtige Einstellung für den Job	89
In Schwung bleibt man nicht von selbst	93
Aus Rückschlägen und Fehlern lernen	97
Erzählen Sie anderen von Ihrem Erfolg	101
Vorahnung	105
Aktien-Schock	109

Finanzielle Bildung	111
Schicksal	115
Jeder Erfolg baut auf früheren Erfolgen auf	119
Manchmal sollte man etwas anderes probieren	123
Sich auf das große Ganze konzentrieren	127
Die Besten für sich arbeiten lassen	131
Gewinner sehen Probleme nur als Chance, sich zu beweisen	135
Schottland: Ihr kriegt den Job!	139
Arbeiten Sie mit Tempo	143
Die eigenen Leistungen kann man immer übertreffen	147
Und alle dachten, ich sei reich	151
Das ist nichts Persönliches – es geht ums Geschäft	155
Von Genies lernen	159
Gegen den Strom schwimmen	163
Positiv denken	167
Unterschiedliche Wege zum Erfolg	171
Seinen Lebenszweck entdecken und verfolgen	175
Neue Standards setzen	179

Aus dem Bauch heraus entscheiden	183
Sein Publikum kennen	187
Die Guten, die Bösen und die Riesenwelle	191
Sich einen Namen machen	199
„Je härter ich arbeite, desto mehr Glück habe ich“	203
Wie man reich wird	207
Mit Menschen arbeiten, die man mag	211
Über das Geschäftliche hinaus: Was man wissen muss, wenn man Erfolg hat	215
<i>Donald J. Trumps Buchempfehlungen</i>	219

VORWORT

von Robert Kiyosaki

Einer der Vorteile, wenn man mit Donald Trump arbeitet, ist, dass man ihn im echten Leben in Aktion sieht. Mit den Jahren habe ich den echten Donald und auch „die Berühmtheit Donald Trump“ kennengelernt. Ich habe festgestellt, dass es dieselbe Person ist – tatsächlich erscheint er im echten Leben sogar noch größer, als sein Status als Berühmtheit erahnen lässt.

Als ich mit ihm arbeitete, habe ich ihn bei seinen Überlegungen beobachtet, zugehört, wie aus seinen Gedanken Worte wurden, und miterlebt, wie diesen Worten Taten folgten. Meistens besteht kein Unterschied zwischen seinen Gedanken, Worten und Taten. Vielleicht ist er deswegen so direkt und unverblümt. Er wirkt so,

weil seine Gedanken, Worte und Taten übereinstimmen, kongruent sind, als Einheit funktionieren.

Viele von uns kennen Menschen, die in Wahrheit drei Persönlichkeiten haben. Sie denken das eine, sagen etwas anderes – und tun dann weder das eine *noch* das andere. Ich habe solche Menschen – die eigentlich aus drei Personen bestehen – beobachtet. Sie erreichen wenig und ihr Leben ist gezeichnet von Konflikten.

Anfang 1980 ging mein erstes Unternehmen pleite. Alles zu verlieren war so schlimm, wie man sich das vorstellt. Es brachte den Verlierer in mir zum Vorschein. Und am schlimmsten war, dass ich mein Selbstvertrauen verloren hatte. Ich wusste, was ich tun musste, aber ich tat es aus irgendeinem Grund nicht. Mein persönlicher Kampf zwischen 1980 und 1990 bestand darin, Macht über meine eigenen Gedanken zu gewinnen. Um sie wiederzuerlangen, begann ich damit, zu lesen und zu hören, was große Geister gedacht hatten ... und mir dieses Denken dann anzueignen. Langsam, aber sicher begann sich das Blatt in meinem Leben als Geschäftsmann zu wenden und ich hatte wieder Erfolg.

1987, kurz nach dem Börsencrash, fiel mir Donalds „Trump. Die Kunst des Erfolges“ in die Hände. Meine Frau und ich ließen alles stehen und liegen und lasen dieses Buch. Während die Finanzwelt in Trümmern lag, hatten wir die Möglichkeit – durch Donalds Gedanken, Worte und Taten –, einen Blick in die Welt des Big Business zu werfen. Bis 1994 waren Kim und ich finanziell unabhängig geworden. In ruhigen Momenten sprachen wir oft darüber, dass Donalds Buch uns inspiriert hat, weiterzumachen, als die Welt um uns herum zusammenbrach.

Als wir 1997 sein Buch „The Art of the Comeback“ lasen, bestätigte das für uns, dass wir den Gedanken eines großen Mannes folgten. Nur wenige Menschen sprechen öffentlich über ihre Fehler. Schon gar nicht würden sie darüber schreiben, was sie daraus gelernt haben und wie sie ihr Comeback schafften.

2004 trafen Kim und ich Donald das erste Mal. Natürlich wusste er nicht, wer wir waren, aber er war sehr freundlich und wir

bedankten uns dafür, dass er seine Ansichten durch seine Bücher mit uns teilte.

Ende 2006 veröffentlichten Donald und ich unser Buch „Why We Want You To Be Rich: Two Men, One Message“. Angetrieben von unserem Wunsch, anderen zu helfen und sie an unserem Wissen teilhaben zu lassen, arbeiteten Donald und ich bei diesem Buch zusammen und sagten teilweise das finanzielle Chaos voraus, welches uns 2008 erwartete.

Es ist mir eine Ehre, dieses Vorwort für sein Buch „Think Like a Champion“ zu schreiben, denn wie ein Champion zu denken, war das Geschenk, das Donald meiner Frau und mir gemacht hat ... ein Geschenk, das er der ganzen Welt machen will ... ein Geschenk, das unbezahlbar ist.

DANKSAGUNGEN

Ich möchte meiner Chef-Assistentin, Rhona Graff, danken, die mit Hingabe und Konzentration half, dieses Buch zusammenzustellen, und meiner Co-Autorin Meredith McIver für ihre umsichtige Arbeitsweise.

Mit dem Team von Vanguard Press zusammenzuarbeiten, war eine tolle Erfahrung. Ich möchte besonders Roger Cooper, dessen Vice President und Verleger, danken, Georgina Levitt, der Mit-herausgeberin, und Amanda Ferber als Publishing Manager für ihre Begeisterung und professionelle Arbeit. Ein besonderer Dank geht außerdem an Janet Saines von The Perseus Books Group.

EINLEITUNG

Mit den Jahren habe ich viele Menschen nach Erfolg streben sehen. Ich bin einer von ihnen, und obwohl ich noch nicht auf dem Höhepunkt bin, habe ich doch schon einige Erfolge vorzuweisen. Daher werde ich oft nach meinem „Erfolgsgeheimnis“ gefragt. Ich denke nicht, dass es Geheimnisse sind, aber jeder braucht eine Erfolgsformel, die für ihn oder sie ganz persönlich funktioniert.

Die hier vorliegenden Texte versuchen, den Gedankenprozess nachzubilden, der meiner Meinung nach Menschen zum Erfolg führen kann. Für mich hat es funktioniert. Das ist ein anderer Aspekt meiner Persönlichkeit – die eher nachdenkliche Seite, welche meine Inspirationsquellen beim Namen nennt und zeigt, wie ich sie auf das große Ganze anwende, das man Leben nennt. Die Person,

die Sie so oft in der Medienwelt sehen, ist extrovertiert, selbstbewusst, manchmal barsch – aber ehrlich. Einer der Gründe, wieso die Menschen mich mögen, ist, dass ich unverblümt bin. Einer der Gründe, wieso mich die Menschen nicht leiden können, ist, dass ich unverblümt bin. Aber den Dingen schnell auf den Grund zu gehen, ist einer der Gründe für meinen Erfolg.

„Think Like a Champion“ erklärt, wie man diesen Ansatz auf das Leben und das Geschäftliche übertragen kann. Ich befasse mich mit einem Thema, zerlege es in seine Einzelteile, analysiere es, setze es dann wieder zusammen und formuliere daraus so etwas wie einen auf eine kurze Formel zugespitzten guten Ratschlag. Es hat mir immer Spaß gemacht, Zeit und Energie zu investieren, um einem Problem auf den Grund zu gehen und eine einzigartige und effektive Lösung dafür zu finden.

Als ich noch in der Schule war, schickte mir mein Vater, Fred C. Trump, jede Woche ein inspirierendes Zitat. Viele drehten sich um Führungsqualitäten und wie man es im Leben zu etwas bringt. Ich habe viel daraus gelernt und beziehe mich immer noch auf sie, also sind sie in diesem Buch enthalten.

Ich hatte das Glück, einen Mentor wie meinen Vater zu haben, und ich hoffe, dass dieses Buch für Sie eine Hilfe sein wird. Ich möchte es dem Andenken an meinen Vater widmen und allem, was er mich gelehrt hat. Diese Gedanken, die ich mit Ihnen teilen möchte, werden Ihnen hoffentlich sowohl Anleitung als auch Inspiration sein.

THINK LIKE A
CHAMPION

*Die Zukunft gehört denjenigen,
die an die Schönheit ihrer Träume glauben.*

~ ELEANOR ROOSEVELT ~



DIE WAHL VON BARACK OBAMA, BEGINN EINER NEUEN ZEITRECHNUNG

Nach der Wahl im November 2008 interviewte mich Dominic Carter von *New York 1* in seiner Show „Inside City Hall“. *New York 1* ist ein Nachrichtensender, der in New York City sehr beliebt ist, und ich habe größten Respekt vor Dominic Carter. Er sollte eine eigene Show im nationalen Fernsehen haben, aber dann würde den New Yorkern seine dynamische Präsenz verloren gehen. Er beschreibt mich als „Mann, der mit seiner Meinung nicht hinter dem Berg hält“, und wir behandelten einige interessante Themen.

Dominic befragte mich nach meiner Meinung zur Wahl und ich war ehrlich. McCain hatte eigentlich keine Chance mehr. Bush war so inkompetent gewesen, dass jeder Republikaner einen schweren Stand gehabt hätte, außer sie hätten Eisenhower wiederauferstehen

lassen können. Bush war eine Katastrophe für das Land und die Republikanische Partei.

Dann fragte er mich nach Barack Obama. Ich sagte ihm, dass Obama alles daransetzen muss, ein großartiger Präsident zu sein, weil unser Land in ernststen Schwierigkeiten steckt. So schlimm war es schon seit 1929 nicht mehr. Also hat er gar keine Wahl – er *muss* einfach großartig sein und die Chancen dafür stehen nicht schlecht.

Was er erreicht hat, ist erstaunlich. Was er in einem Jahr und trotz enormer Widerstände geschafft hat, ist wirklich phänomenal. Wenn mich jemand gefragt hätte, ob ein schwarzer Mann oder eine schwarze Frau Präsident werden könnte, dann hätte ich gesagt, ja, aber jetzt noch nicht. Barack Obama hat bewiesen, dass Entschlossenheit, kombiniert mit der Möglichkeit und dem Intellekt, etwas zu bewirken, Ergebnisse zeitigt – und zwar herausragende.

Er begibt sich in eine schwierige Situation, um die man ihn nicht beneidet. Im Oktober 2008 hat die US-Regierung ein Defizit von 237 Milliarden Dollar. Die gute Nachricht ist, dass Obama die Lage voll und ganz bewusst zu sein scheint. Seine Kommentare haben mich überzeugt, dass er ein umfassendes Verständnis darüber hat, wie die Wirtschaft funktioniert. Und er hat sich mit kompetenten Leuten umgeben – ein Merkmal eines starken Führers. Ich vertraue darauf, dass er sein Bestes gibt und wir jemanden haben, der sich ernsthaft vorgenommen hat, die Probleme zu lösen, mit denen wir uns in Zukunft auseinandersetzen müssen. Das sind für mich sehr gute Nachrichten.

Nach 9/11 hat dieses Land eine Menge Mitgefühl von Ländern und Menschen auf der ganzen Welt erhalten. Innerhalb kürzester Zeit schlug es in Hass um. Wie ist das passiert? Es fand kein Dialog mehr mit anderen Ländern statt, weil sie uns einfach hassten. Der Unterschied zu heute ist, dass wir eine neue Chance haben, einen neuen Anfang wagen können. Die Welt ist begeistert von Barack Obama und den neuen Vereinigten Staaten. Sorgen wir dafür, dass es so bleibt.

*Welche Spiele man auch mit uns treiben mag,
mit uns selbst dürfen wir kein Spiel treiben.*

~ RALPH WALDO EMERSON ~



ESSAYS, KURZGESCHICHTEN UND STEPHEN KING

In der *New York Times Book Review* vom 30. September 2007 gibt es einen Essay von Stephen King über Kurzgeschichten. Wie Sie sicher wissen, ist Stephen King ein profilierter und sehr erfolgreicher Autor von 60 Büchern und fast 400 Kurzgeschichten. Eine seiner Kurzgeschichten gewann 1996 den O. Henry Prize. Das Fazit seines Essays, in dem er sich darüber Gedanken macht, wie Kurzgeschichten heute aussehen, lautet, dass sie „angeberisch wirken und mehr für Verleger und Lehrer geschrieben scheinen als für Leser“. Das ist ein erhellender Kommentar. Er hat mich dazu gebracht, darüber nachzudenken, wieso wir schreiben und wen wir uns als Publikum vorstellen.

Ich mag Essays und daher kann ich auch Kurzgeschichten etwas abgewinnen, obwohl es sich um fiktive Kurzprosa handelt. Kurzgeschichten sind kein einfaches Genre, denn wie jeder Autor Ihnen bestätigen wird, muss man dabei präzise sein und sich kurzfassen. Wenn man den Essay von Stephen King liest, wird man feststellen, dass ihm dieses Kunststück wunderbar gelingt, nämlich auf einer Seite genau das zu sagen, was er sagen will.

Ich bin zwar kein Stephen King, aber ich schätze, was er tut. Sie mögen vielleicht noch kein Wirtschaftsmogul sein, aber ich denke, Sie können die Schwierigkeiten, denen ich mich täglich stelle, genauso würdigen. Stephen King weist darauf hin, dass der Markt für Kurzgeschichten heutzutage relativ klein ist, also scheinen die Autoren von Kurzgeschichten erst recht darauf bedacht zu sein, Eindruck zu machen – bei den Verlegern, die ihre Geschichte möglicherweise drucken, aber nicht bei den Lesern, die unterhalten werden wollen. Eine durchaus vernünftige Überlegung, würde ich sagen. Wir haben alle einen bestimmten Zielmarkt und Demografie ist wichtig, egal in welchem Industriezweig Sie tätig sind.

Kurz gesagt, Stephen King analysiert scharfsinnig, dass die Schreiber von Kurzgeschichten heutzutage ihren Marktwert sichern, indem sie mit ihren Geschichten darauf abzielen, diejenigen zu unterhalten, die dafür sorgen können, dass sie gedruckt werden. Der Leser kommt erst an zweiter Stelle, denn wenn sie nicht zuerst an den Verleger denken, wird der Leser die Geschichte niemals zu Gesicht kriegen, egal wie wunderbar oder mittelmäßig sie ist. Ein kluger Ansatz, aber ich kann verstehen, dass Stephen King sich beklagt, die Geschichten wirkten künstlich und seien darauf angelegt, einem bestimmten Publikum zu gefallen – in diesem Fall Verlegern und Lehrern.

Wenn ich zum Beispiel ein Wohngebäude baue, dann sehe ich mir zuerst an, wer dort wohnen wird. Ich studiere die Demografie, so wie es jeder in der Geschäftswelt tun würde, ob man nun in der Werbung oder in der Immobilienbranche tätig ist. Um meine Botschaft rüberzubringen, muss ich natürlich auch die Menschen ansprechen, die überlegen, den Bau finanziell zu unterstützen – oder