

NEW YORK TIMES-BESTSELLERAUTOR

**GARY VAYNERCHUK**



# CRUSHING IT!

**GROSSARTIGE STRATEGIEN FÜR  
MEHR UMSATZ UND MEHR EINFLUSS  
IN SOZIALEN MEDIEN**



BOOKS  SUCCESS

**GARY VAYNERCHUK**

# **CRUSHING IT!**

**BOOKS  SUCCESS**

Die Originalausgabe erschien unter dem Titel  
Crushing It! How Great Entrepreneurs Build Their Business and Influence –  
and How You Can, Too  
ISBN 978-0-06-267467-8

Copyright der Originalausgabe 2018:  
Copyright © 2018 by Gary Vaynerchuk. All rights reserved.  
Published by arrangement with HarperBusiness,  
an imprint of HarperCollins Publishers, LLC.

Copyright der deutschen Ausgabe 2018:  
© Börsenmedien AG, Kulmbach

Übersetzung: Marion Reuter  
Gestaltung Cover: Tyler Babin  
Gestaltung, Satz und Herstellung: Martina Köhler  
Lektorat: Egbert Neumüller  
Druck: CPI books GmbH, Leck

ISBN 978-3-86470-602-8

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: +49 9221 9051-0 · Fax: +49 9221 9051-4444  
E-Mail: [buecher@boersenmedien.de](mailto:buecher@boersenmedien.de)  
[www.plassen.de](http://www.plassen.de)  
[www.facebook.com/plassenverlag](http://www.facebook.com/plassenverlag)

# **ANMERKUNG DES AUTORS**

Alle E-Mail-Auszüge und Interviews wurden gekürzt  
oder zwecks besserer Verständlichkeit redigiert.

**DIESES BUCH IST ALL DENJENIGEN GEWIDMET,  
DIE VISIONÄR GENUG VERANLAGT SIND, UM  
DIE ENORMEN MÖGLICHKEITEN ZU ERKENNEN,  
DIE UNS IN DIESEM NEUEN DIGITALEN ZEITALTER  
GEGEBEN WURDEN, UND DIE GENUG MUT  
HABEN, DAS GLÜCK NICHT NUR IN IHREM LEBEN,  
SONDERN AUCH IN IHRER ARBEIT ZU FINDEN.**

# INHALT

EINLEITUNG	7
<b>TEIL I: GEHEN SIE MOTIVIERT AN DEN START</b>	<b>21</b>
<b>Kapitel 1</b> Finden Sie Ihren eigenen Weg	<b>23</b>
<b>Kapitel 2</b> Was (immer noch) wichtig ist	<b>43</b>
<b>Kapitel 3</b> Die achte Voraussetzung – Content	<b>97</b>
<b>Kapitel 4</b> Was hält Sie auf?	<b>121</b>
<b>Kapitel 5</b> Das Einzige, was Sie sich geben müssen, um einen Volltreffer zu landen	<b>146</b>
<b>TEIL II: SCHAFFEN SIE SICH EINE BASIS</b>	<b>159</b>
<b>Kapitel 6</b> So fangen Sie an	<b>161</b>
<b>Kapitel 7</b> Machen Sie auf sich aufmerksam	<b>165</b>
<b>Kapitel 8</b> Musical.ly	<b>169</b>
<b>Kapitel 9</b> Snapchat	<b>187</b>
<b>Kapitel 10</b> Twitter	<b>211</b>
<b>Kapitel 11</b> YouTube	<b>227</b>
<b>Kapitel 12</b> Facebook	<b>249</b>
<b>Kapitel 13</b> Instagram	<b>267</b>
<b>Kapitel 14</b> Podcasts	<b>281</b>
<b>Kapitel 15</b> Sprachassistenten	<b>293</b>
FAZIT	<b>311</b>
DANKSAGUNGEN	<b>315</b>
ANMERKUNGEN	<b>316</b>





## EINLEITUNG

**M**eine achtjährige Tochter Misha will YouTuberin werden, wenn sie groß ist. Das wird Sie wahrscheinlich nicht überraschen – viele Kinder finden irgendwann heraus, was ihre Eltern machen, und entschließen sich, dasselbe zu tun (abgesehen davon, dass sie gern auch zur Feuerwehr gehen oder Tierpfleger werden würden). Meine Tochter sieht, wie ich Online-Plattformen nutze, um mit anderen Leuten ins Gespräch zu kommen und Unternehmen aufzubauen, und sie weiß, wie viel Spaß mir das macht. Natürlich will sie es mir nachtun.

Überraschender ist vielleicht die Tatsache, dass viele andere Schulkinder auf die Frage, was sie später machen wollen, ebenfalls antworten, dass sie YouTuber werden wollen.

Personal Branding ist vielleicht noch kein Hauptthema in der Berufsberatung der Grundschule, aber die Kinder wissen heutzutage, dass das Veröffentlichen von Videos auf YouTube, das Posten auf Instagram, das Tweeten von 280 Buchstaben und das Snappen auf Snapchat durchaus die Grundlage für eine berufliche Karriere bilden, ja, sogar zu Ruhm und Wohlstand verhelfen können. Sie träumen davon, einen populären Online-Auftritt zu kreieren – in ähnlicher Weise, wie die Kinder früher davon träumten, Hollywood-Stars zu werden. Wenn die Eltern nicht selbst Unternehmer sind oder sich besonders gut auskennen, werden die meisten leider auf dieses Karriereziel mit einem „Hä?“ reagieren, oder – schlimmer noch – mit engstirnigem Zynismus: „Das ist doch kein richtiger Beruf!“ Selbst die wenigen, die verständnislos lächeln und gnädigerweise sagen „Großartig,

Schatz! Dann mach mal!“, werden insgeheim wahrscheinlich den Kopf schütteln angesichts der süßen Naivität der Jugend.

Das ist so frustrierend für mich.

Ganz offensichtlich nerven die ersten Antworten in jeder Hinsicht, aber alle Reaktionen zeigen einen absoluten Mangel an Verständnis für die Welt, in der wir leben. Es ist eine Welt, in der ein elfjähriges Kind und sein Vater Millionäre werden können, indem sie einen YouTube-Kanal einrichten, wo sie Online-Videos von sich teilen können, in denen sie Dinge entzweischneiden.

Ich wusste, dass die Dinge sich so entwickeln würden. Für jemanden wie mich, der dazu neigt, übertriebene Behauptungen aufzustellen, entbehrt es nicht einer gewissen Ironie, dass meine beste Voraussage vielleicht sogar das größte Understatement meines Lebens war.

Meine Geschichte wird nun deutlich weniger ungewöhnlich.

Ich erzählte sie, als Misha gerade geboren war, in der Einleitung zu meinem ersten Wirtschaftsbuch *Hau rein!* Und zwar erzählte ich, wie ich das Internet zur Entwicklung einer persönlichen Marke genutzt und mein 4-Millionen-Dollar-Unternehmen, Shopper's Discount Liquors, zu einem 60-Millionen-Dollar-Unternehmen vergrößert hatte. Meine Strategie war einfach und unerhört für die damalige Zeit: Ich sprach direkt mit potenziellen Kunden über ein ganz schlichtes Video-Blog und entwickelte Beziehungen mit ihnen auf Twitter und Facebook. Dabei entwickelte ich eine direkte Eins-zu-Eins-Beziehung, die es früher nur zwischen Verkäufern und Kunden in den eng miteinander verbundenen kleinen Gemeinden und Nachbarschaften des letzten Jahrhunderts gab. Als ich 2009 das Buch schrieb, hatte ich mich von meiner ersten Leidenschaft – Wein und Vertrieb – auf eine umfassendere verlegt – den Aufbau von Unternehmen. Ich reiste überall in der Welt herum und verkündete jedem, der es hören wollte, die Botschaft, dass die Plattformen,

die von den meisten Unternehmen und Geschäftsführern immer noch als sinnlose Zeitverschwendung betrachtet wurden – Facebook, Twitter und YouTube – tatsächlich die Zukunft aller Unternehmen waren. Heute erscheint das unglaublich, aber die digitale Revolution war damals noch so neu, dass ich die Plattformen tatsächlich erklären musste. Damals musste ich viel Zeit dafür aufwenden, zu erklären, dass Facebook eine Website war, auf der man nicht nur Artikel und Fotos, sondern auch seine Gefühle und Gedanken teilen konnte. Und dass Twitter so etwas Ähnliches war mit dem Unterschied, dass es grundsätzlich öffentlich und damals auf 140 Buchstaben beschränkt war. Personal Branding? Niemand hatte den geringsten Schimmer, wovon ich redete. Heute ist es kaum zu glauben, aber vor noch nicht einmal zehn Jahren galt die Vorstellung als weit hergeholt, dass nicht nur einige wenige ausgewählte Menschen mithilfe der sozialen Medien realistisch ein Unternehmen aufbauen konnten.

Ich betreibe nun ein riesiges Unternehmen für digitale Medien mit Niederlassungen in New York, Los Angeles, Chattanooga und London. Ich gehe immer noch auf Menschen zu – auf Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat und auf jeder anderen Plattform, die öffentliches Interesse findet. Immer noch werde ich eingeladen, Vorträge in der ganzen Welt zu halten; aber ich erreiche auch Millionen von Menschen über mein Unternehmen Q & A YouTube-Show, #Ask GaryVee; meine tägliche Videodokumentation DailyVee; über meine Rolle in *Planet of the Apps* – eine Apple-Reality-TV-Show über die App-Entwicklung – sowie durch Bücher wie dasjenige, das Sie in den Händen halten. Ich arbeite mehr als jemals zuvor. Ich habe größeren Einfluss als jemals zuvor. Und ich bin glücklicher als jemals zuvor.

Und mein Fall ist alles andere als ungewöhnlich.

Heute gibt es Millionen von Menschen wie mich, die mithilfe des Internets persönliche Marken, florierende Unternehmen und ein selbstbestimmtes Leben aufbauen. Diejenigen, die wirklich

einen Volltreffer landen, haben es geschafft, sich erfolgreich in der Welt der Erwachsenen zu behaupten – indem sie ein lukratives Geschäft aufbauen mit einer Tätigkeit, die sie gern machen, sodass sie jeden Tag ihren Neigungen folgen können. 2009 wäre es vielleicht noch darum gegangen, hausgemachte Konserven herzustellen oder auf Kundenwunsch speziell angefertigte Baumhäuser zu bauen. Heute kann es auch darum gehen, eine Mama zu sein, stylish zu sein oder eine unorthodoxe Weltsicht zu haben. Anders gesagt, Sie können Ihre persönliche Marke – wer Sie sind – verwenden, um Marketing für Ihr Unternehmen zu machen, oder Ihre persönliche Marke kann tatsächlich selbst das Geschäft sein. Prominente und deren Nachkommen sowie Reality-TV-Stars machen es seit Jahren so. Nun liegt es an Ihnen, zu lernen, wie Sie für etwas bezahlt werden, was Sie ohnehin kostenlos tun würden.

Seit ich *Hau rein!* geschrieben habe, hat sich viel verändert, aber überraschenderweise ist auch viel gleich geblieben. Jeder, der mir regelmäßig folgt, weiß, dass er die ersten zehn Minuten meiner Vorträge vorwärtsspulen kann, weil ich einfach die Fakten meines Lebens und meine Weltsicht seit fast zehn Jahren mehr oder weniger in denselben Worten wiederhole. Wenn diese zehn Minuten vorbei sind, weiß man aber nie, wie es weitergeht. Und das will ich in diesem Buch mit Ihnen teilen – den Teil des Vortrags, der sich alle sechs bis neun Monate verändert, denn in diesem Zeitraum entfalten sich die Plattformen. Ich möchte Ihnen die aktuellsten Informationen darüber nahebringen, wie Sie Internetplattformen nutzen können, um eine starke und dauerhafte persönliche Marke zu schaffen.

Der größte Unterschied zwischen meinem ersten Buch und diesem hier besteht darin, dass Sie dieses Mal nicht nur meine Stimme hören. Ich möchte Sie auch mit anderen Unternehmern bekannt machen, die unglaublichen Erfolg hatten, indem sie beim Aufbau ihrer persönlichen Marke die *Hau rein!*-Prinzipien

befolgt. Einige sind bereits international bekannt, andere arbeiten sich immer noch hoch. Alle lieben wirklich das Leben. Auch wenn jeder von ihnen anders ist, werden Sie vermutlich erleichtert und begeistert feststellen, dass sie sich nicht sehr von Ihnen unterscheiden. Wie kann ich das behaupten, wenn ich Sie gar nicht kenne? Weil ihr Erfolgsgeheimnis (und auch meines) nichts mit ihrer Herkunft, ihren Beziehungen, ihrer Schule oder ihrem Fachgebiet zu tun hatte. Vielmehr hatte es mit der Wertschätzung der ihnen zur Verfügung stehenden Plattformen sowie mit ihrer Bereitschaft zu tun, das Potenzial der sozialen Medien voll auszunutzen. Und das, liebe Leserinnen und Leser, kann ich Ihnen auch beibringen.

Was bei mir funktioniert hat, muss aber nicht unbedingt auch bei Ihnen funktionieren, und das gilt auch umgekehrt. Darum ist Selbstbewusstsein so wichtig – Sie müssen sich jederzeit selbst treu bleiben. Was ich Ihnen bieten kann, ist eine Reihe allgemeingültiger Prinzipien. Wir werden alle großen Plattformen eingehend untersuchen, sodass jeder von Ihnen, vom Klempner (Sie sollten sich auf Facebook konzentrieren, siehe Seite 249) bis zum Förster (für Sie ist YouTube ideal, siehe Seite 227), genau weiß, auf welche Plattform bei der Präsentation des eigenen Contents der Schwerpunkt gelegt werden sollte und wie Sie die anderen Plattformen zur Erweiterung Ihrer persönlichen Marken nutzen können. Wir werden uns mit den sozialen Plattformen befassen, die die heutige Geschäftswelt dominieren. Einige davon habe ich in *Hau rein!* bereits erwähnt, aber sie haben sich weiterentwickelt, und es gibt heute sogar bessere Methoden, mit ihnen umzugehen. Ich werde Ihnen theoretischen und praktischen Rat im Hinblick darauf geben, wie Sie mit alten Dauerbrennern wie Twitter, Facebook, YouTube und Instagram groß rauskommen, mit neueren Emporkömmlingen wie Musical.ly, mit audiozentrierten Plattformen wie Spotify, Soundcloud und iTunes, sowie mit dem Newcomer Alexa Skills. Diejenigen,

die sich schon eine Weile damit beschäftigt haben, werden die wenig bekannten Nuancen, innovativen Tipps und klugen Verbesserungsvorschläge nützlich finden, bei denen sich gezeigt hat, dass sie altbewährte Strategien aufwerten.

Wenn Sie meine Tätigkeit seit Jahren verfolgen und meinen, Sie wüssten schon alles, dann sollten Sie diese Meinung noch mal überdenken. Ich spreche jedes Jahr zu Tausenden von Menschen und ich höre immer wieder dieselben Fragen. Wenn so viele sich immer noch nicht optimal präsentieren, dann ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass dies auch für Sie gilt. Heute könnte der Tag sein, an dem Sie endlich das kleine Informationshäppchen bekommen, das Ihnen dabei hilft, die Blockaden zu überwinden, die Ihrem Erfolg bisher im Wege standen. Einige der in diesem Buch interviewten Personen sagten, sie hätten *Hau rein!* mehrmals gelesen. Der Unternehmer und Podcaster John Lee Dumas liest es jedes Jahr von Neuem. Das Buch hat nur 142 Seiten und ist nicht so schwierig, dass er seinen wesentlichen Inhalt nicht in etwa einer Stunde erfassen könnte – und dennoch gibt Dumas zu, dass er sich das Audiobuch dreimal angehört hatte, bevor er schließlich verstand, was ich mit Personal Branding meinte. Dieser Aha-Moment brachte ihn dazu, *Entrepreneurs on Fire* zu gründen, seinen täglichen Podcast mit Interviews mit den inspirierendsten und innovativsten Unternehmern. Heute gehört seine Show zu den am besten platzierten Podcasts im Bereich Wirtschaft auf iTunes und bringt ihm circa 200.000 Dollar pro Jahr ein. Ich weiß das, weil er seine Finanzdaten monatlich auf seiner Website veröffentlicht und die Details über seine Ausgaben in seinem Podcast mitteilt, damit andere Unternehmer aus seinen klugen Schachzügen lernen und seine Fehler vermeiden können. Das ist nur ein Beispiel dafür, welche überraschenden und begeisternden Herangehensweisen die Unternehmer in diesem Buch regelmäßig an den Tag legen, um ihre persönlichen Marken von denen der

Konkurrenz abzuheben und massenhaft loyale Fans und Bewunderer zu gewinnen.

Wie immer will ich aufrichtig zu Ihnen sein: Selbst wenn Sie jede Lektion aufsaugen und jedem Ratschlag auf diesen Seiten folgen, werden die meisten von Ihnen keine Millionäre werden. *Hören Sie an dieser Stelle nicht auf zu lesen!* Keine der für dieses Buch interviewten Personen wusste, dass sie reich werden würde; sie wurden reich, weil sie unglaublich gut waren in dem, was sie machten, und so verdammt hart arbeiteten, dass niemand mithalten konnte. Die meisten starteten mit den bescheidenen Ambitionen, genug zu verdienen, um ein angenehmes Leben zu führen, Stabilität zu finden, sich selbst und ihre Familie zu ernähren und selbstbestimmt zu arbeiten. Wenn man diese Art von Wohlstand erreicht, braucht man keine Reichtümer. Und wer weiß, vielleicht werden Sie auf dem Weg dorthin wie John Lee Dumas und seine Kollegen feststellen, dass Sie das Talent und das Marketinggeschick haben, um Millionär zu werden. Es gibt nur einen Weg, es herauszufinden. Und Sie können dabei nur gewinnen. Man braucht Druck und Feuer, um einen unscheinbaren Metallklumpen in ein fein gearbeitetes Kunstwerk zu verwandeln. Dieses Buch enthält jede Menge Inspiration und Ratschläge von anderen, die durch diese Flammen gegangen sind; lassen Sie sich von ihnen führen, damit Sie sehen, welche Chancen sich Ihnen bieten.

Nehmen Sie das Beispiel von Louie Blaka (IG:@louieblaka), der in einer E-Mail erklärte, wie er vom Kunstlehrer zum erfolgreichen Künstler wurde, indem er auf seinen Instinkt vertraute und sich seine Leidenschaften zunutze machte:

Ich bin Highschool-Kunstlehrer, aber im Herzen bin ich ein bildender Künstler. Vor drei Jahren entschloss ich mich, mich außerhalb meines Lehrer-Brotberufs als Künstler zu versuchen. Ich hatte Erfolg, aber nicht in

dem erhofften Maße. Ich gab nicht auf, aber ich fühlte mich etwas entmutigt. Dann hörte ich mir vor zwei Jahren das Audiobook von *Hau rein!* an, und es half mir, über das Verkaufen von Gemälden hinaus in größeren Dimensionen zu denken. Ich stellte fest, dass es gerade einen Trend zu Wein- und Malseminaren im ganzen Land gab. Ich fragte mich, warum ich nicht selbst solche Kurse gab, da ich ja schließlich auf Lehramt studiert hatte und zudem Erfahrung als professioneller Künstler hatte (*Na klar!*). Also folgte ich Ihrem Rat, Marketing über soziale Medien zu betreiben, und gab ein *kostenloses* Wein- und Malseminar an meiner Alma Mater, der Montclair State University. Ich postete ein Bild der Veranstaltung auf Instagram und bekam die ersten Buchungsanfragen für Seminare. Ich startete das erste Seminar mit zehn Teilnehmern und hatte anfangs alle zwei bis drei Monate ein Seminar. Mittlerweile halte ich jeden Monat mindestens drei Seminare, wobei mein nächstes Seminar *100 Teilnehmer* hat. Ich habe keinen einzigen Dollar für Marketing ausgegeben, da alles über Instagram und Mundpropaganda lief. Ich konnte meine Gemälde über meine Wein- und Malseminarkunden vermarkten. Zudem konnte ich alle nicht verwendeten Materialien beziehungsweise den „Abfall“ aus meinen Seminaren für meine künstlerische Arbeit verwenden.

Meine persönliche Karriere als Künstler hat sich so entwickelt, dass ich ursprünglich ein Gemälde für 200 Dollar verkaufte und nun im letzten September bereits eine Gemäldeauktion für 1.300 Dollar beim New Yorker Kaffeefestival hatte. Ich startete mein Wein- und Malgeschäft mit einer kostenlosen Veranstaltung auf dem Universitätsgelände, und nun rechne ich für nächstes Jahr mit einem Umsatz von 30.000 Dollar (ich

weiß, dass das nicht viel ist, aber für einen Vollzeit-Lehrer und Künstler ist es *enorm*).

Die explosive Entwicklung von YouTube und Instagram, das Aufkommen von Podcasts, die Allgegenwart von Plattformen wie Facebook und Twitter – all das hat uns an den Wendepunkt geführt, den ich vor neun Jahren vorausgesagt habe. Sie haben bereits die Werkzeuge, um die starke persönliche Marke aufzubauen, die Ihre Zukunft verändern kann. Wenn Sie schon eine Weile in dieser Richtung aktiv waren und Ihr Ziel noch nicht erreicht haben, dann wird dieses Buch Ihnen erklären, warum das so ist. Wenn Sie nicht nur ein kleines Licht in den sozialen Medien bleiben, sondern ein echter Publikumsliebbling werden wollen, dann kann ich Ihnen dabei helfen, diese Leiter zu erklimmen (und ich kann es Ihnen durchaus nachfühlen – ich stand nämlich jahrelang auf der alleruntersten Sprosse dieser Leiter und weiß, wie man sich da unten fühlt). Wenn Sie bisher Ausreden gefunden haben, dann wird dies gnadenlos zutage treten, und an diesem Punkt können Sie die Entscheidung treffen, sich nicht mehr zu drücken und Ihre Ziele ernsthaft in Angriff zu nehmen. Oder Sie kommen zu dem Schluss, dass Ihre Version, einen Volltreffer zu landen, etwas anders aussieht, als Sie es sich ursprünglich vorgestellt haben.

Dieses Buch ist für zwei Zielgruppen gedacht. Die erste sind Menschen, die tief in ihrem Innersten wissen, dass sie dazu bestimmt sind, etwas Großes aufzubauen. Geborene Unternehmer finden sicher alle Informationen, die sie brauchen, um ihre aktuellen Bemühungen zu verbessern oder eigene Pläne zu machen. Die zweite Zielgruppe sind alle, die arbeiten möchten. Nicht nur die Jungen, nicht nur die Technikaffinen. Nicht nur Fachkräfte, die bereits eine Karriere hinter sich haben, oder diejenigen, die sich verändern wollen, weil sie ihrer Branche entwachsen sind oder, schlimmer noch, weil ihre Branche schrumpft. Es liegt in

jedermanns Interesse, eine persönliche Marke aufzubauen, auch wenn man nicht unbedingt reich oder berühmt werden will. Sie haben keine guten Computerkenntnisse? Dann verschaffen Sie sich die notwendigen Kenntnisse. Es ist nicht schwierig, und viele Leute, mit denen wir für dieses Buch sprachen, hatten ebenso wenig Erfahrung mit Computern wie Sie. Falls es Ihnen noch nicht aufgefallen ist: Heute ist kein Job mehr besonders krisenfest. Stellen Sie sich vor, was für ein Sicherheitsgefühl es Ihnen gibt, wenn Sie einen Nebenverdienst haben, den Sie zum Hauptberuf machen können, wenn Sie plötzlich jede Menge Zeit haben (siehe das Beispiel von Pat Flynn auf Seite 148). Verzweiflung kann eine starke Motivation sein, aber es ist viel weniger stressig, wenn Sie vorausplanen, sodass Sie das Gefühl nie kennenlernen.

Wenn Sie so viel verdienen, dass Sie Ihren Lebensunterhalt davon bestreiten können, und gleichzeitig jeden Tag mit Begeisterung bei der Arbeit sind, dann haben Sie einen Volltreffer gelandet. Genau das ist es, was ich Ihnen wünsche. Ich denke an die Freunde aus meiner Kindheit, die gern Videospiele spielten, aber von ihren Eltern gezwungen wurden, mit dem Spielen aufzuhören, da die Spiele neu und unheimlich waren und sie von ihren Hausaufgaben abhielten. Diese Kinder können heute als Erwachsene wohl ihren Lebensunterhalt bestreiten, aber wahrscheinlich durch eine Tätigkeit, die ihnen verhasst ist oder die sie bestenfalls als erträglich empfinden. Wenn ihre Eltern nur erkannt hätten, wie die Welt sich entwickeln würde! Vielleicht könnte das Kind, das Rechtsanwalt oder Rechtsanwältin wurde, um es seinen Eltern recht zu machen, heute ebenso viel Geld als E-Sports-Veranstalter (sportlicher Wettkampf mithilfe von Computern) verdienen – oder es könnte Millionen als professioneller E-Gamer verdienen. So oder so wäre der Anwalt oder die Anwältin sehr viel glücklicher.

Eltern versuchen, ihre Kinder von Pokémon Go zu einer Zeit abzubringen, da dem Augmented-Reality-Gaming die Zukunft

gehören wird. Sie denken, dass ihre Töchter weniger Slime produzieren und sich mehr mit Algebra befassen sollten. Slime ist vielleicht ein kurzlebiger Modetrend, aber es könnte auch der Kanal werden, über den ein Mädchen die Dynamik von Angebot und Nachfrage auf Instagram kennenlernt und eine persönliche Marke und ein Unternehmen im Wert von einer Million Dollar aufbaut. Das Verrückte ist, dass sie *nicht die Erste wäre*. Karina Garcia hat es bereits getan. Sie arbeitete als Kellnerin, und nun ist sie ein erfolgreicher YouTube-Star, der – Sie haben richtig geraten – für die Herstellung von Slime berühmt ist. Wie erfolgreich ist sie damit? Mit einem sechsstelligen Monatseinkommen konnte sie ihre Eltern in den Ruhestand schicken.<sup>1</sup> Im August 2017 machte sie eine siebenwöchige Tour durch 14 Städte, um ihre Fans zu treffen.<sup>2</sup> Die Leute zahlten 40 bis 99,99 Dollar für VIP-Pässe. Solche Geschichten sind nicht mehr ungewöhnlich, und sie zeigen, warum wir unseren Kindern möglichst viel Freiheit geben müssen, damit sie einen Beruf ergreifen können, der ihnen Spaß macht. Denn in ihrer Welt wird nichts tabu sein, wenn es darum geht, seinen Lebensunterhalt zu verdienen und eine kometenhafte Karriere aufzubauen. Als ich in der Schule immer die Note „mangelhaft“ bekam und dabei erwischt wurde, wie ich den Baseballkarten-Katalog las, damit ich wusste, wie viel ich beim Tauschen berechnen musste, sagte jeder: „Du wirst mal als Versager enden.“ Heute würden sie sagen: „Du wirst mal der nächste Zuckerberg.“ Was berufliche Chancen angeht, leben wir heute in der besten Zeit in der Geschichte der Menschheit. Ich will nicht, dass jemand diese Chancen ungenutzt lässt.

Wenn Sie etwas Wertvolles und Hilfreiches aus diesem Buch mitnehmen, werden Sie hoffentlich ein Exemplar davon an eine Ihnen nahestehende Person weitergeben, die mit ihrem aktuellen Beruf oder ihrer aktuellen Karriere nicht zufrieden ist. Als Elternteil geben Sie es bitte Ihren Kindern, wenn sie anfangen, sich zu überlegen, welchen Beruf sie ergreifen und wer sie sein

wollen. Ich sage dies nicht, um mehr Bücher zu verkaufen. Holen Sie es sich aus der Bibliothek, das ist mir egal. Ich sage es, weil ich möchte, dass jeder diese Chancen kennt. Wer zu kämpfen hat oder unglücklich ist oder Angst hat, kann also etwas tun, um seine Situation zu verändern. Wenn die Menschen in Ihrem Leben Ihnen wichtig sind, dann wollen Sie, dass sie glücklich sind, indem sie etwas tun, wovon sie begeistert sind. Das Leben ist kurz; seine Kürze und Unvorhersehbarkeit machen mir Angst. Es ist auch lang; ein 50-Jähriger könnte noch einmal 40 oder sogar 50 produktive Jahre vor sich haben. Wir sind es uns selbst und unseren Lieben schuldig, jeden Tag möglichst zufrieden und begeistert zu sein, sodass wir immer in der Lage sind, einander unsere beste Seite zu zeigen. So vieles im Leben ist unkontrollierbar, aber auf unser Glück und unsere Karriere muss das nicht zutreffen. Hier können wir die volle Kontrolle haben. In jeder Hinsicht. Je früher wir das erkennen, umso besser werden wir fahren.

Ich kann nichts tun, damit Sie kreativer werden, aber ich hoffe, dass ich Sie in die richtige Gemütsverfassung versetzen kann, damit Sie erfolgreich sind, wenn Sie Ihre Kreativität freisetzen. Uns wird oft gesagt, dass wir uns entscheiden müssen – uns niederlassen und etwas Passables tun, um Geld zu verdienen, oder unserer Leidenschaft folgen mit dem Risiko, arm zu sein. Es gibt immer noch Menschen, die meinen, es sei eine Seltenheit, wenn jemand seinen Job liebt. Das ist Blödsinn. Unsere Entscheidungsmöglichkeiten und unsere Chancen sind unbegrenzt, wenn wir das heutige digitale Umfeld verstehen. Wir müssen nur den Mut haben, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Sie werden die Geschichten von Menschen hören, die wie Sie Angst hatten. Die wie Sie Verpflichtungen hatten. Denen gesagt wurde, dass sie dumm, leichtsinnig, unverantwortlich oder unreif seien. Sie verfolgten trotzdem ihr Ziel und ernteten die Früchte. Wenn Sie aus diesem Buch irgendetwas lernen sollten,

dann ist es die Tatsache, dass Sie selbst das einzige Hindernis sind, das einem beständigen Glück im Beruf und im Leben im Wege steht.



**TEIL I**



**GEHEN SIE  
MOTIVIERT AN  
DEN START**





# KAPITEL I

## FINDEN SIE IHREN EIGENEN WEG

*An entrepreneur is someone who finds a way.*

— Shaun “Shonduras” McBride

**D**as Versprechen meines ersten Wirtschaftsbuchs *Hau rein!* lautete, Unternehmern beizubringen, wie sie mithilfe von sozialen Medien ihre Leidenschaft zu Geld machen können, indem sie eine starke persönliche Marke aufbauen. Auf diese Weise würden sie Kunden und Werbeunternehmen auf ihre Websites locken und sich selbst zu so geschätzten Experten oder Figuren der Unterhaltungsbranche entwickeln, dass Marken und Vertriebsstellen sie für Vorträge, Beratungen und die Teilnahme an Veranstaltungen bezahlen würden. Anders gesagt, es ging alles darum, eine persönliche Marke um ihr Geschäft herum aufzubauen, die stark genug war, um einen Influencer

aus ihnen zu machen. Und dennoch taucht das Wort *Influencer* kein einziges Mal auf. Die Multimilliarden-Dollar-Influencer-Marketing-Branche war damals so neu, dass das Konzept sich bei Erscheinen des Buches im Jahr 2009 noch nicht herauskristallisiert hatte. Heutzutage ist das Influencer-Marketing allerdings im Begriff, dem traditionellen Marketing einen großen Anteil seines Gewinns streitig zu machen. Jüngere Verbraucher verbringen immer weniger Zeit mit traditionellen Medien und mehr Zeit mit dem Konsum von Online-Content.

- Die Nutzer von YouTube schauen weltweit fast 1,25 Milliarden Stunden Videos pro Tag an, was bald an die Nutzungsdauer des Fernsehens heranreicht, während die Nutzung des Fernsehens jedes Jahr sinkt.<sup>3</sup>
- Jede fünfte Minute der Nutzungsdauer von Mobiltelefonen wird auf die Apps und Dienste von Facebook verwendet.<sup>4</sup>
- Jede Minute werden 65.900 Videos und Fotos auf Instagram gepostet.<sup>5</sup>
- Über drei Milliarden Snaps werden täglich auf Snapchat erstellt, wobei über 60 Prozent der Werbeanzeigen mit eingeschalteten Lautsprechern angeschaut werden.<sup>6</sup>

Konsequenterweise haben die Marken seit 2009 ihr Werbebudget für soziale Medien verdreifacht.<sup>7</sup> Infolge der explosiven Zunahme der sozialen Netzwerke, die für jedermann verfügbar sind, der sich ein Publikum aufbauen will, und infolge der riesigen Geldsummen, die in diese Netzwerke gesteckt werden, wurde das Influencer-Marketing eine legitime Monetarisierungsstrategie für jeden, der sich ein Online-Profil einrichten will – also praktisch für alle, die im Geschäftsleben stehen.

Wie legitim? Die erfolgreichsten YouTuber hatten 2016 einen Gesamtumsatz von 70 Millionen Dollar.<sup>8</sup> Viele passen in eine