

Warum Sie den Durchschnitt jener fünf Personen bilden, mit denen Sie am meisten zu tun haben – und wie Sie diese Erkenntnis für Ihren Erfolg nutzen können

Vor Jahren hörte ich in Amerika von diesem Erfolgsprinzip. Bis vor kurzem war mir jedoch nicht bewusst, wie wichtig dieses Prinzip ist und wie stark wir direkt und auch mittelbar davon betroffen sind. Wenn Sie diesen Beitrag gelesen haben, werden Sie Sachverhalte erkennen, die Ihnen vorher kaum aufgefallen sein dürften. Es bringt zweifellos grossen Gewinn, sich eingehender mit diesem Thema zu beschäftigen.

Jim Rohn, einem der bekanntesten Seminartrainer Amerikas und ehemaligen Mentor von Anthony Robbins, wird das Zitat zugeschrieben, dass wir den »Durchschnitt« jener fünf Personen bilden, mit denen wir die meiste Zeit verbringen. Die Welt hat sich in den letzten Jahren rasant verändert. Daher würde ich statt »verbringen« eher »kommunizieren« sagen. Manche sehr gute Freunde sehen wir heutzutage höchst selten, aber wir telefonieren umso öfter mit ihnen – oder nutzen andere Kommunikationswege wie E-Mail, SMS, Telefonkonferenzen oder Chatrooms.

Die direkte Wirkung

Die Menschen, mit denen wir oft kommunizieren, färben auf uns ab – und das sowohl in positiver wie auch in negativer Hinsicht. Der Einfluss ist grösser, als wir im ersten Moment vermuten. Unser Möglichkeitsdenken, unsere Einstellung zum Geld, unsere Arbeitsmoral, unsere Entscheidungen, unsere Ziele und viele andere Verhaltensweisen werden durch unser

enges Umfeld ganz automatisch und massgeblich beeinflusst.

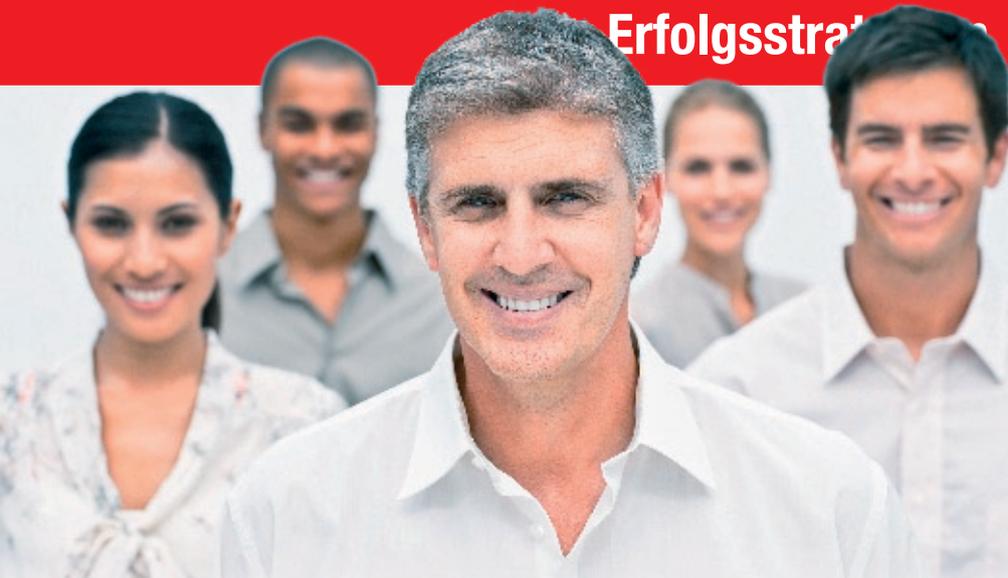
Die mittelbare Wirkung

Als Unternehmer und Erfolgsexperte erkenne ich aber auch die indirekte Wirkung dieser Erkenntnis in sämtlichen Bereichen des Geschäftslebens. Hier ein paar Beispiele:

- Wenn ein guter Mitarbeiter einen neuen Mitarbeiter aus seinem engeren Umfeld in die Firma holt, ist dieser in der Regel ebenfalls gut. Wenn jedoch ein unterdurchschnittlicher Mitarbeiter jemanden rekrutiert, ist dieser fast immer auch nur unterdurchschnittlich. Das bestätigt meine langjährige Erfahrung. Achten Sie einmal in Ihrer Firma darauf!
- Wenn ein finanzkräftiger Kunde Ihnen einen Neukunden vermittelt, ist die Chance gross, dass dieser Neukunde ebenfalls finanzkräftig ist – oder zumindest zahlungsfähig. Auf der anderen Seite sind Probleme

schon oft vorprogrammiert, wenn ein Kunde, der selbst sehr grosse Mühe hat, seinen Zahlungsverpflichtungen nachzukommen, Ihnen einen Neukunden bringt. Es ist nicht immer so, aber oft.

- Ein Geschäftsmann, der – bildlich gesprochen – mit einem Fuss im Gefängnis ist, wird in seinem engeren Umfeld wiederum Leute haben, die ebenfalls am Rande der Legalität arbeiten. Wenn Sie dann mit ihm oder einem seiner Geschäftspartner zu tun haben, gehen Sie ein gewisses Risiko ein. Dann könnte ich Ihnen nur raten, entweder die Risiken so weit wie möglich zu minimieren – oder die Hände davon zu lassen.
- »Schwätzer« und inaktive Träumer haben in Ihrem Umfeld wiederum ähnliche Menschen, die Ihnen nur Ihre Zeit rauben würden. Macher und Umsetzer sind hingegen von Gewinner-Typen umgeben, die nicht nur reden, sondern handeln.



Wer befindet sich in Ihrem engsten Umfeld?

Schreiben Sie hier die Namen der fünf Menschen auf, mit denen Sie am meisten zu tun haben oder kommunizieren:

1.

2.

3.

4.

5.

Wie hoch ist das geschätzte Einkommen dieser fünf Menschen? Und wie steht es im Vergleich zu Ihrem eignen Einkommen? Wie erfolgreich sind diese Menschen im Vergleich zu Ihnen? Wie gesundheitsbewusst leben sie im Vergleich zu Ihnen? Wie umsetzungsstark sind sie?

Wirkt Ihr Umfeld als Ansporn und als Schubkraft?

Werden Sie von den fünf Menschen, mit denen Sie am meisten zu tun haben, zu Spitzenleistungen motiviert? Werden Sie regelrecht herausgefordert? Erhalten Sie Tipps, die Sie deutlich erfolgreicher machen? Wird Ihr Horizont erweitert?

Die Erkenntnisse daraus

Nutzen Sie das in diesem Themenartikel gewonnene Wissen zu Ihrem Vorteil! Tatsachen lassen sich nicht ändern – und auch Menschen im Erwachsenenalter ändern sich meist nur noch wenig. Daher gilt es, dass wir

uns unser Umfeld sehr sorgfältig aussuchen. Hier einige Tipps dazu:

- Bemühen Sie sich aktiv darum, enge Freundschaften oder auch Braintrusts mit Menschen einzugehen, die deutlich erfolgreicher sind als Sie und die über viele positive, wünschenswerte Eigenschaften verfügen. Allein dadurch wird sich Ihr Möglichkeitsdenken verändern, Sie werden anders handeln, und Ihnen fliegen Ideen und Chancen regelrecht zu.
- Erfolgreiche Menschen kennen erfolgreiche Menschen, kaufkräftige Menschen kennen kaufkräfti-

ge Menschen. Menschen, die ihre Rechnungen pünktlich bezahlen, kennen andere Menschen, die ihre Rechnungen pünktlich bezahlen. Daher: Versuchen Sie, die für Sie richtige Art von Kunden gleichsam magnetisch anzuziehen, indem Sie Ihre Zielgruppe entsprechend auswählen, Ihre Marketingstrategien und Ihren Marktauftritt generell einer solchen »richtigen« Klientel anpassen.

- Investieren Sie genügend Zeit und Geld, um wirklich gute Mitarbeiter zu finden und einzustellen. Gute Mitarbeiter ziehen weitere gute Mitarbeiter an – direkt und auch indirekt. Das Gleiche gilt für Outsourcing-Partner.

Allein im deutschen Sprachraum gibt es nahezu 100 Millionen Menschen, die Ihnen theoretisch als Kandidaten für die Auswahl Ihrer engeren Umgebung von bis zu zwanzig Personen zur Verfügung stehen. Seien Sie weder ängstlich noch bequem – und denken Sie nicht »klein«! Treten Sie aus Ihrer Komfortzone heraus, und umgeben Sie sich mit erfolgreichen, visionären, aktiven Menschen, die viel bewegen und das Maximum aus ihren Möglichkeiten herausholen.

*Autor: Alex S. Rusch
(www.alexrusch.com)*

Alex S. Rusch hat kürzlich den »Rusch Millionen-Unternehmer Round Table« (Infos auf Seite 17) sowie den »Rusch Erfolgswissen-Anwender Round Table« (Infos auf Seite 13) ins Leben gerufen. Das sind zwei von zahllosen Gelegenheiten, wie und wo man sofort erfolgsorientierte, umsetzungsstarke Menschen mit Zielen und Visionen treffen kann.