

Günter F. Gross

# Adler fressen keine Fliegen

Günter F. Gross Erfolgsformeln

FinanzBuch Verlag

## Kraftvoll auf das Große zu!

Adler fressen keine Fliegen.

### Der Adler ist der König der Fokussierung.

Sein Credo ist die Konzentration auf das, was sich lohnt. Er handelt aus beherrschender Höhe. Sein Blick geht weit. Seine Sehkraft ist phänomenal. Er sieht alles und findet den entscheidenden Punkt.

### Er ist der wahre Unternehmer.

Keiner hat ihn je auf dem Markusplatz gesehen, Körner pickend inmitten der Tauben. Für ihn zählt das Ergebnis, und nicht der Anlauf zur Tat – „Ich habe mich schon mal dem Hasen gezeigt!“

### Er ist kein Pfau und kein Papagei.

Er ist weder eitel noch schwatzhaft. Übergewicht kennt er nicht. Das Lean Management hat er erfunden.

### Entschlüsse trifft er selbst.

Nie werden Sie ihn sagen hören: „Ich muss erst den Zaunkönig fragen!“

### Er wählt sein Ziel und startet.

Nicht gemächlich und zögerlich, sondern pfeilschnell und entschlossen. Trotz seiner Schnelligkeit verliert er sein Objekt nicht aus den Augen. Es mag sich bewegen, wohin es auch will.

**Nie wird er zum gleichen Zeitpunkt drei Objekte verfolgen:**  
den Hasen, die Maus und das Murmeltier.

**Hier sind die Lehren, die der Adler liefert:**

**Bestimmen Sie, was Sie sind.**

So kompetent Sie auch sein mögen, Sie können nicht gleichzeitig Adler, Schwalbe und Haubentaucher sein. Haben Sie die Kühnheit zur Konzentration auf Ihre Kernkompetenz.

**Wählen Sie das Gebiet, auf dem Sie besser sein können als andere.**

Auf dem Sie anders und anderes zu sehen vermögen als die, die hier bereits erfolgreich tätig sind. Wählen Sie ein Gebiet, von dem noch niemand erkannt hat, dass es als Gebiet überhaupt existiert.

Heben Sie ein Thema auf die oberste Ebene, das allen anderen als absolut unwichtig erscheint und dessen Relevanz sie nicht begreifen.

Erkennen Sie ein Bedürfnis, das in der Denkwelt der Experten noch nie aufgetaucht ist. Bieten Sie Leistungen, die früher beginnen und später enden, die nicht nur Teile eines Problems lösen helfen, sondern das komplette Problem.

**Wählen Sie für sich eine Mission.**

Nur diese bringt Sie auf eine beherrschende Höhe. Mit der Wahl einer Aufgabe oder einer Tätigkeit werden Sie diese Höhe nicht erreichen.

Es gibt kein Charisma ohne die Existenz einer Mission. Nur sie erhebt den Menschen über die Alltäglichkeit.

**Der Kern Ihrer Mission ist Ihre Vision.**

Sie wiederum ist die Vorstellung von einer Lage oder Lösung, die eine Qualität besitzt, die bisher unvorstellbar war – oder aber verloren ging und in Vergessenheit geriet.

## **Die Frage nach der Qualität dessen, was Sie bieten wollen, ist die entscheidende Frage überhaupt.**

Erst die Antwort auf diese Frage zeigt Ihnen Ihr Potenzial, beginnt Sie zu faszinieren und zu vitalisieren, befähigt Sie, anderes loszulassen und sich völlig auf Ihre Mission zu konzentrieren.

## **Auf welchen Gebieten wollen Sie mit einer höheren Qualität antreten?**

Schaffen Sie Lösungen für Probleme, mit denen die Menschen heute noch alleingelassen werden. Studieren Sie die Schwachpunkte existierender Lösungen. Geben Sie dem, was Sie bieten, Eigenschaften, auf die andere nicht kommen, die sie für unnötig halten oder aber für noch nicht nötig. Lassen Sie eine andere Qualitätswelt entstehen und machen Sie das, was Sie mehr bieten, in seiner Nutzenstiftung erkennbar.

## **Finden Sie die Zielgruppen, die fähig sind, Ihre Werte zu begreifen.**

Die das Unverwechselbare erkennen und bereit sind, es zu honorieren.

## **Beschließen Sie, die Nummer 1 zu werden oder zumindest zur Spitze zu zählen.**

Mit einer entschlossenen Fokussierung können Sie das erreichen.

## **Mobilisieren Sie alle Kräfte.**

Fragen Sie sich ständig: Was könnte ich dafür noch einsetzen? Wer könnte mir helfen, voranzukommen? Mit wem kann ich mich verbünden?

## **Behalten Sie Ihr Ziel im Auge.**

Wandern Sie nicht von links nach rechts, sondern bewegen Sie sich nach vorn und nach oben.

## **Erscheinen Sie nicht dort, wo das Gedränge inzwischen zu groß geworden ist.**

Überwinden Sie die Vorstellung, überall dabei sein zu müssen und das tun zu müssen, was andere tun.

## **Warten Sie nicht darauf, dass andere Sie ernähren.**

Für Adler gibt es keine festen Fütterungszeiten. Es sei denn, sie hätten ihre Freiheit verloren. Der Lebensraum des unternehmerischen Menschen ist die Wildnis, und nicht der Zoo.

## **Bleiben Sie nur dann auf einem Territorium, wenn es dort möglich ist, offensiv zu handeln.**

Bleiben Sie nicht nur, weil Sie schon so lange da sind oder dort einmal eine Vorzugsstellung besaßen.

Sie sind zuständig für die Offensive. Verwandeln Sie sich also nicht in eine Besatzungstruppe. Das würde Sie in der Routine versinken lassen, Sie lähmen und Ihnen den Offensivgeist rauben.

## **Studieren Sie das Wesen unternehmerischer Menschen.**

Sie sind beseelt von einer Mission und haben sich ihr verschrieben. Sie sind entschlossen, Großes zu schaffen und groß zu werden.

## **Der unternehmerische Mensch hat den Mut zur Fokussierung.**

Er vertraut darauf, dass die Konzentration der Kräfte ihm den Erfolg bringen wird. Den meisten Menschen fehlen hierzu der Wille und der Mut. Sie begnügen sich lieber mit einer Folge kleiner Ergebnisse als ein großes Werk zu wagen.

## **Es gibt viele intelligente und begabte Menschen.**

Warum handeln nicht mehr von ihnen unternehmerisch? Sie geben sich mit den Werten Wissen, fachliches Können und Zuverlässigkeit zufrieden. Die gleichen Werte schätzt der unternehmerische Mensch, nur steht bei ihm ein anderer Wert darüber: das Ergebnis der vollbrachten Tat auf dem Weg zur Schaffung eines Werkes.

## Viele besitzen einen beweglichen Geist.

Für diesen zahlen sie den Preis einer leichten Ablenkbarkeit. Sie sind empfangsbereit für alles, was auf sie zukommt. Ihnen fällt ständig ein, was sie noch alles tun könnten. Für das, was zählt, fehlt ihnen dann die Zeit: „Ihre Einladung zum Besuch der Goldmine kann ich leider nicht annehmen, da ich zurzeit an einem Kieselstein-Projekt arbeite.“

## Einige von ihnen sind Zick-Zack-Typen.

Wohin führt Ihr Weg? – Hin und her!

Wofür sind Sie zuständig? – Für alles, was kommt!

Was bieten Sie an? – Das, worum ich gebeten werde!

## Der unternehmerische Mensch hat diese Fragen:

Wo stehen wir?

Wie weit sind wir gekommen?

Was wollen wir bis wann erreichen?

## Wenig fähig zur Fokussierung sind viele erfahrene Menschen.

Sie fühlen sich mit dem, was sie entwickelt und vorangebracht haben, emotional extrem verbunden. Sie betrachten die Gebiete, denen sie so viel von ihrer Lebenszeit und Zuneigung geschenkt haben, als ihren Besitz und ihre Heimat.

Sie aufzugeben, käme für sie einer Selbstaufgabe gleich. Es wirkt auf sie, als würden sie Teile ihres Lebens degradieren und im Stich lassen. Für manche hat die Strategie der „Konzentration auf Kernkompetenzen“ den Charakter einer Heimatvertreibung.

## Trennen Sie sich schnell und endgültig von dieser Sichtweise.

Erkennen Sie, dass das Loslassen ein Akt der Notwendigkeit und der Kühnheit ist, eine Voraussetzung für den Ausbruch aus dem Kessel und die Sammlung der Kräfte für einen neuen Start.