

„Wir alle sollten danach streben, die Botschaft zu leben, die uns Der Go-Giver als Leader so elegant präsentiert: Große Anführer versuchen nicht, sich wie ‚Leader‘ zu verhalten, sondern sie wollen menschlicher sein.“

—Simon Sinek, Optimist und Autor von
Frag immer erst: warum? und *Gute Chefs essen zuletzt*

Der GO-GIVER als LEADER



EINE KLEINE GESCHICHTE ÜBER
DAS WICHTIGSTE IM GESCHÄFTSLEBEN

Bob Burg *und* John David Mann

BESTSELLERAUTOREN VON *The Go-Giver*

Zuvor veröffentlicht unter dem Titel „It's Not About You“

„*Der Go-Giver als Leader* ist prall gefüllt mit Perlen der Weisheit, über die wir alle nachdenken können, um bessere Menschen – und Leader – zu werden, indem wir andere in den Mittelpunkt stellen. Ein Buch zum Verschlingen ... extrem bewegend und motivierend.“

– David Novak, Executive Chairman von YUM! Brands,
Autor von *Mitnehmen statt Abhängen. Menschen gewinnen,
Menschen führen, Menschen bewegen*

„*Der Go-Giver als Leader* ist eine faszinierende Geschichte, die mein Herz berührt, meine Führungsqualitäten verbessert und mich dazu anhält, ein besserer Mensch zu werden.“

– Pastor Dan Rockwell, Blogger bei *Leadership Freak*

„*Der Go-Giver als Leader* ist eine wunderbare Meditation über die Grundlagen von Business und Leadership. Genießen Sie die Geschichte und übertragen Sie dann die zahllosen Weisheiten in Ihre Arbeit und Ihr Leben.“

– Nido Qubein, Präsident der High Point University;
Chairman von Great Harvest Bread

„Hier bei Zappos gehört es zu meinen Aufgaben, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in welchem meine Mitarbeiter neue Ideen entwickeln können, um unsere Vision zu verwirklichen und unserer Unternehmenskultur zu stärken. *Der Go-Giver als Leader* offenbart eben diese Philosophie: Gib den Weg frei, damit deine Mitarbeiter dir den Weg zeigen können.“

– Tony Hsieh, CEO von Zappos.com, Inc.; Autor von *Delivering Happiness:
Was ist das Geheimnis eines glücklichen Unternehmens?*

„Und wieder einmal haben Bob Burg und John Mann uns ein herzberührendes Buch beschert, mit einer wichtigen, zeitlosen Botschaft: Authentische und weitreichende Führung hat nichts mit uns zu tun, sondern nur mit den Menschen, denen wir dienen.“

– Lolly Daskal, Gründerin von Lead from Within; Autorin von *Thoughts
Spoken from the Heart*

„Bob Burg und John David Mann heben die Management-Literatur auf eine neue Ebene. Für jeden Mitarbeiter hier bei MindTree ist es zur Pflichtlektüre geworden.“

— Subroto Bagchi, Chairman von MindTree Ltd.

„Ein fesselndes Buch voller Aha-Momente. *Der Go-Giver als Leader* wird Sie begeistern, überraschen und tief berühren. Und darüber hinaus wird es Sie auch verändern.“

– Dondi Scumaci, Autorin von *Designed for Success* und *Career Moves*

„Bob Burg und John David Mann sind wundervolle Geschichtenerzähler, besonders wenn es um das Wichtigste im Geschäftsleben geht. *Der Go-Giver als Leader* hält für jeden eine Lektion parat.“

– Harvey Mackay, Autor von *Schwimm mit den Haien, ohne gefressen zu werden*

„In *Der Go-Giver als Leader* teilen Bob Burg und John David Mann eine Geschichte mit uns, die genauso kraftvoll ist wie ihr Bestseller *Der Go-Giver*. Sie ist inspirierend, gedankenanstrengend und überzeugend, und sie wird noch lange in Ihnen nachwirken. Verinnerlichen Sie die Lektionen in diesem Buch und bringen Sie Ihr Führungsverhalten auf eine neue Ebene.“

– Skip Prichard, Präsident und CEO von OCLC; Blogger bei *Leadership Insights*

„John und Bob bringen es in diesem neuen Klassiker über Spitzenleistungen auf den Punkt, was wahre Führung bedeutet. Wenn Sie Ihr Leben positiv verändern wollen und auch das Leben der Menschen, die Ihnen wichtig sind, dann müssen Sie dieses Buch lesen.“

– Brandon Webb, ehemaliger Scharfschütze einer Spezialeinheit der US-Navy; CEO von Force12 Media; Autor von *The Red Circle*

„Ich bin nicht unbedingt ein Fan von Business-Büchern mit erfundenen Geschichten, aber dieses Buch liebe ich. Es erläutert Führungsprinzipien, die mir sehr wichtig sind, Prinzipien, die mir am Herzen liegen. Lesen Sie dieses Buch! Sie werden Ihre Reise hin zu einer besseren Führungspersönlichkeit genießen.“

– Mark Sanborn, Autor von *Der Fred-Faktor: Mit Leidenschaft mehr erreichen*

„Der *Go-Giver als Leader* steht in meinem Büro gemeinsam mit *Der Go-Giver* auf einem separaten Regal mit Werken, die ich zweimal lesen will – und es enthält weit weniger als zehn Bücher. Bob und John haben die Essenz von dem erfasst, was Erfolg über Generationen hinweg bedeutet: Betrachten Sie die Dinge zuerst mit den Augen Ihres Gegenübers.“

– Frank McKinney, Autor von *The Tap*

„Die Besten im Geschäftsleben haben begriffen, dass es nicht um sie geht, sondern darum, für andere nützlich zu sein. Lesen und studieren Sie dieses großartige kleine Juwel von einem Buch und setzen Sie seine Ideen um.“

– Robin Sharma, Autor des Buchs *The Leader Who Had No Title*

Der
G O - G I V E R
als L E A D E R

VON BOB BURG UND JOHN DAVID MANN

Der Go-Giver

Go-Givers Sell More

EBENFALLS VON BOB BURG

Adversaries into Allies: Master the Art of Influence

Endless Referrals: Network Your Everyday Contacts into Sales

The Success Formula

EBENFALLS VON JOHN DAVID MANN

Among Heroes (mit Brandon Webb)

The Red Circle (mit Brandon Webb)

Slight Edge – Der kleine Vorsprung (mit Jeff Olson)

Take the Lead (mit Betsy Myers)

Flash Foresight (mit Daniel Burrus)

The Secret Language of Money (mit David Krueger, MD)

You Call the Shots (mit Cameron Johnson)

Der
GO - GIVER
als LEADER

EINE KLEINE GESCHICHTE ÜBER
DAS WICHTIGSTE IM GESCHÄFTSLEBEN

Bob Burg *und* John David Mann

BESTSELLERAUTOREN VON *The Go-Giver*

Zuvor veröffentlicht unter dem Titel „It's Not About You“

*Für Mike und Myrna Burg
und Ana Gabriel Mann:
Ihr haltet uns aufrecht.*

PORTFOLIO / PENGUIN

Erschienen bei Penguin Random House LLC
375 Hudson Street
New York, New York 10014, USA
penguin.com

Copyright © 2011, 2016 by Bob Burg und John David Mann

Penguin unterstützt das Copyright. Das Urheberrecht fördert die Kreativität, ermutigt abweichende Stimmen, fördert die Meinungsfreiheit und sorgt für eine lebendige Kultur.

Vielen Dank, dass Sie eine autorisierte Ausgabe dieses Buches erworben haben und dass Sie das Urheberrecht einhalten, indem Sie ohne Genehmigung keine Teile des Buchs in irgendeiner Form reproduzieren, scannen oder weitergeben.

Damit unterstützen Sie die Autoren und ermöglichen es Penguin,
auch weiterhin Bücher für alle Leser zu veröffentlichen.

Zuvor veröffentlicht unter dem Titel
It's Not About You: A Little Story About What Matters Most in Business
von Portfolio / Penguin.

Library of Congress Cataloging-in-Publication Data

Namen: Burg, Bob, author. Mann, John David, author.

Titel: Der Go-Giver als Leader:
Eine kleine Geschichte über das Wichtigste im Geschäftsleben
Bob Burg, John David Mann.

Andere Titel: It's not about you.

Beschreibung: New York City: Portfolio, 2016.
Von den Autoren überarbeitete Ausgabe ihres Buchs
It's not about you, 2011.

Identifikatoren: LCCN 2015042487 (print) | LCCN 2016009653 (ebook) | ISBN

9780399562945 (hardback) | ISBN 9780399562952 (ebook)

Themen:
LCSH: Erfolg im Geschäftsleben Leadership.
BISAC: BUSINESS & ECONOMICS / Motivationsliteratur

Klassifizierung: LCC HF5386 .B8883 2016 (print) | LCC HF5386 (ebook) | DDC

658.4/092—dc23

Die LC-Aufzeichnungen sind verfügbar unter <http://lcn.loc.gov/2015042487>

Gedruckt in den Vereinigten Staaten von Amerika

Gestaltet von Alissa Rose Theodor

INHALT

Einführung	12
1: Die Führung übernehmen	18
2: Die Frage	28
3: Die Chefetage	36
4: Das Wesen des Einflusses	46
5: Das Herz des Betriebs	56
6: Die Sprache der Stärke	70
7: Die Arbeit	88
8: Sich schmutzig machen	96
9: Geburt und Tod	112
10: Seelenprägungen	122
11: Robbie	134
12: Chaos	144
13: Die Rede	154
14: Die Führung weitergeben	166
Bens Manifest	181
Diskussionsleitfaden	187
Frage-und-Antwort-Session mit den Autoren	192
DANKSAGUNGEN	202
Über die Autoren	206

Einführung

Ein paar Jahre nach dem Erscheinen von *Der Go-Giver* kam uns eine Idee.

Inzwischen hatte sich unsere „kleine Geschichte über eine kraftvolle Geschäftsidee“ in vielen Sprachen auf der ganzen Welt verbreitet und auch hier in den Vereinigten Staaten zahlreiche Anhänger gefunden. Große und kleine Unternehmen nutzten das Buch, um eine Go-Giver-Geschäftskultur ins Leben zu rufen und so ihre Umsätze zu steigern.

Und so brachten wir ein zweites Buch heraus, ein Begleitbuch mit dem Titel *Go-Givers Sell More*. Es enthielt in Kurzform Dutzende Erfahrungsberichte aus dem echten Leben. Damit wollten wir die Frage beantworten, ob all unsere gut klingenden Ideen auch tatsächlich im wahren Leben funktionieren. (Kurz gesagt, die Antwort lautet *ja*.) Überall auf der Welt schulte Bob zertifizierte Go-Giver-Redner. Sogar im Schulunterricht wurde der *Go-Giver* eingesetzt und wir machten uns daran, einen Unterrichtsleitfaden für Lehrer zu konzipieren.

Es war sehr viel los.

Und doch hatten wir das Gefühl, als ob Pindar noch mehr zu sagen hätte.

Pindar ist natürlich der geheimnisvolle Mentor aus dem ersten Buch, der unseren strauchelnden Helden Joe mit den Fünf Gesetzen des stratosphärischen Erfolgs vertraut macht. Diese drehen sich alle um die Idee, dass eine *Haltung des Lebens* den Schlüssel zu einem reichen und erfüllten Leben darstellt. Eines dieser Fünf Gesetze ist das Gesetz des Einflusses. Es besagt, dass *unser Einfluss davon bestimmt wird, wie sehr wir die Interessen anderer über unsere eigenen stellen*. Wir dachten uns, dass Pindar dies gerne noch weiter ausführen möchte und dass er und seine Freunde etwas über *Führung* zu sagen haben.

Es existieren bereits sehr viele Bücher und Lehren zum Thema Leadership und wir fragten uns, ob es für uns einen überzeugenden Grund gibt, diesem ganzen Stapel noch etwas hinzuzufügen. Nun, was hätte Pindar wohl dazu gesagt? Er hätte all die großartigen Bücher und Lehren für gut befunden, so viel ist sicher. Und doch, Pindar ist eben Pindar, und so würde er dieses Thema gerne um seine eigene Sichtweise ergänzen, was großartige Führung ausmacht. Zweifellos würde er die herkömmliche Denkweise auf den Kopf stellen und in ihrem Zentrum auf etwas Widersprüchliches stoßen. In *Der Go-Giver* führt er aus: „In jeder Wahrheit und

jedem Phänomen steckt ein Quäntchen des Gegenteils. Damit es interessant bleibt.“

In all den Jahren wollten zahlreiche Leser von uns wissen, wie sich die Ideen aus dem *Go-Giver* im Bereich der Führung umsetzen lassen. Wie sieht ein *Go-Giver* als Leader aus?

Mit diesem Buch wollen wir versuchen, diese Frage zu beantworten. Die Geschichte wurde 2011 unter dem Titel *It's not about you* veröffentlicht. Dieser Titel, so schien es uns, passte wunderbar zur zentralen Idee aus *Der Go-Giver*: Wenn wir unsere Aufmerksamkeit weg vom Nehmen und auf das Geben ausrichten, wenn wir uns nicht länger auf uns selbst, sondern auf andere fokussieren, dann erzielen wir einen größeren und oft auch unerwarteten Gewinn. Wir fanden das absolut logisch.

So dachten wir zumindest.

Allerdings sahen das viele anders. Sie dachten sich beim Anblick des Titels *It's not about you*: „Naja, wenn es da nicht um mich geht, brauche ich es auch nicht zu lesen.“ Rasch wurde uns klar, dass der Titel nicht wirklich klar machte, worum es in dem Buch eigentlich ging.

Unsere unglaublich hilfsbereiten Verlagspartner bei Portfolio/Penguin waren damit einverstanden, dem Buch einen anderen Titel und einen neuen Einband zu geben. Und so entstand das Buch, das Sie jetzt in der Hand halten. Aufmerksame Leser werden

bemerken, dass wir die Geschichte ein wenig abgeändert haben, insbesondere in den Schlusskapiteln und in Bens fünftem und letztem „Schlüssel zu legendärer Führung“. Dadurch konnten wir Bens Lernerfahrungen noch besser in Worte kleiden – das heißt, den Kern von Pindars Geheimnis der Führung. Wir sind sehr froh, dass wir nun das wahre Herz der Story ans Licht bringen und mit Ihnen teilen können.

Denn in Wahrheit geht es sehr wohl um *Sie*. Es geht um Sie und um das, was geschieht, wenn Sie sich darauf fokussieren, andere in den Mittelpunkt zu stellen. Es geht darum, dass der beste Weg, unseren eigenen Einfluss zu vergrößern, darin besteht, ihn herzugeben: Das ist Pindars Paradoxon.

Diese kleine Geschichte enthält einige große Ideen – über Vision und Empathie, Einfluss und Charakter, Verlust und Triumph. Doch all dies bleibt nur abstrakt, wenn wir es nicht durch Erfahrungen von echten Menschen zum Leben erwecken.

Und hier kommen Sie ins Spiel.

Vielleicht sind Sie kein CEO, Premierminister oder Präsident. Und vielleicht leiten Sie auch keine Organisation und sind kein Unternehmenschef. Aber selbst wenn Sie keine klassische Führungsposition innehaben, können Sie dennoch Einfluss nehmen, indem Sie andere inspirieren, sie stärken und als Katalysator für deren wahre Größe wirken. Sie können ihren Erfolg

fördern, sie *aufrecht halten* – und so *Führung weitergeben*.

Damit können Sie die Welt in eine positive Richtung schubsen.

Bob Burg and John David Mann

DER GO-GIVER ALS LEADER

1: Die Führung übernehmen

Ben hatte den Ruf, Vollgas zu geben, sich gut vorzubereiten und genau zu wissen, wie man auf einen Abschluss zusteuert. Er hatte Dutzende von Großkunden und unzählige Einzelkunden gewonnen. Einige meinten sogar, er wäre in einer Führungsposition richtig, ein Mann, der in schwierigen Situationen die Führungsrolle übernehmen kann. Doch in eine Situation wie diese war er noch nie zuvor geraten.

Als Ben aus der Tiefgarage trat, blinzelte er in das grelle Septemberlicht. „Das kriegst du hin, Ben“, meinte er zu sich, als er die Straße entlangging. „Das wird ein Kinderspiel.“

Er erreichte die angegebene Adresse: ein solides, altes Backsteingebäude, das einen halben Häuserblock einnahm. Er kniff die Augen zusammen und blickte nach oben. Eingraviert in eine große Messingtafel über dem Eingang stand zu lesen:

ALLEN & AUGUSTINE
FERTIGUNG UND VERKAUF FEINER STÜHLE

„Ein Kinderspiel“, wiederholte er, als er die Eingangshalle durch die imposanten Eichentüren betrat. Dort empfing ihn ein Geruch von Holzspänen, Leder und Lack. Allen & Augustine steckte in Schwierigkeiten. Deshalb war Ben hier.

Im Konferenzraum befanden sich gut zwei Dutzend Menschen, die sich leise unterhielten. Ben war der einzige Außenstehende. Er ging durch die Gruppe und gab den Mitgliedern des Führungsteams kurz die Hand.

Am Tische erblickte er zwei Stühle. Daneben standen die beiden Vorsitzenden von Allen & Augustine.

Zuerst stellte man ihn einem schlanken, sanft auftretenden Gentleman vor: Allen, dem Mitgründer des Unternehmens, der Ben zurückhaltend begrüßte, und dann dem stämmigen Mann neben Allen, der Ben mit einem herzlichen Lächeln begrüßte und Bens Hand mit seinen beiden ergriff.

Das war Allens Bruder Augustine.

Als Nächstes wandte sich ihm ein kräftiger Mann mit Händen wie Baumstämmen zu: Frank, der Produktionsleiter. Frank sagte kein Wort, sondern nickte nur knapp.

Schließlich wurde Ben Karen vorgestellt, der Leiterin der Finanz- und Personalabteilung, einer zierlichen Frau mit wachen, dunklen Augen. „Sie sind also Ben“, meinte sie. Er konnte nicht genau beurteilen, ob sie misstrauisch war oder nur vorsichtig.

Wenn er diese vier Führungskräfte erfolgreich beeinflussen konnte, würde er das Unternehmen in der Tasche haben. Er musste sie für sich gewinnen.

Er musste sie von sich überzeugen.

Kurz gesagt, er musste sie erobern.

„Machen wir uns nichts vor“, hatte er an diesem Morgen seinem Spiegelbild beim Rasieren zugeraut. „Das hier ist ein Schlachtfeld.“ In seinen zwölf Jahren bei der Marden Group war Ben vom Verkauf ins Vertriebsmanagement und weiter bis zum Bereichsleiter aufgestiegen.

Und nun, mit gerade einmal vierunddreißig, war er – auf Probe – in die hart umkämpfte Abteilung für Fusionen und Übernahmen befördert worden. Bens Aufgabe war es, den Übergang zu leiten – „einen *reibungslosen* Übergang“, wie sein Chef betont hatte, als er Ben vor gerade einmal drei Tagen mit dieser Aufgabe betraute –, und dieses neu übernommene Unternehmen zu einem erfolgreichen Teil der Marden Group zu machen, einer großen, glücklichen Familie.

Allerdings hatte die Übernahme noch gar nicht stattgefunden.

Und genau das war Bens Auftrag: Er sollte die Eigentümer von Allen & Augustine davon überzeugen, dass diese Fusion in ihrem eigenen besten Interesse war.

Und da alle rund fünfhundert Mitarbeiter von Allen &

Augustine großzügige Unternehmensbeteiligungen erhalten hatten, waren sie alle die Eigentümer. Ben brauchte also nur fünfhundert Menschen dazu bringen, bildlich gesprochen ihre Waffen abzulegen und seine Sicht der Dinge zu übernehmen. Nein, in eine Situation wie diese war er noch nie zuvor geraten.

Alle Anwesenden nahmen Platz und die Gespräche im Raum verstummten. Nach einer kurzen Einleitung übergab Allen das Wort an Ben.

Ben setzte ein festes, aber freundliches Lächeln auf. Es war Zeit, das *Kommando* zu übernehmen. „Fertigung und Verkauf“, begann Ben betont langsam, „feiner Stühle. Aus bestem Holz gefertigt, von Hand entworfen, von höchster Qualität. Wenn Sie in einem Stuhl von Allen & Augustine sitzen“, er zitierte nun aus ihrer Werbung, „fühlen Sie sich nicht nur gestützt, Sie fühlen sich *aufrecht gehalten*.“

Das war tatsächlich der Slogan des Unternehmens: *Wir halten Sie aufrecht*.

Ben dachte bei sich: „Was für ein kitschiger Spruch.“

„Kleine Stühle für Kinder, Tiere und Spielzimmer“, zitierte er weiter. „Große, markante Vorstandssessel. Klassische Küchenstühle im Landhausstil, elegante Esszimmerstühle mit gerader Rückenlehne, gemütliche tiefe Sessel für Großeltern, bequeme Schaukelstühle für stillende Mütter.“

Stühle, die Generationen gehalten haben.“

Ben bemerkte, wie sich einige Teilnehmer unbehaglich bewegten. *Kein gutes Zeichen.* „So wie ich das verstehe, sind die Hälfte unserer Stadträte in Allen-&-Augustine-Stühlen gefüttert und in den Schlaf gewiegt worden.“

Er hielt kurz inne und fügte dann hinzu: „Und das allein am letzten Wochenende.“ Er ertete ein angemessenes Gelächter. *Das war gut.* „*Von Hand entworfen, von höchster Qualität*“, wiederholte er. „So beschreibt der Katalog Ihre Produkte. Und wissen Sie was? Das ist auch eine passende Beschreibung für Ihr Unternehmen. Wie Sie alle wissen, sind Sie in unserer Stadt eine *Legende*.“

Die gesamte Geschäftswelt weiß zu schätzen, wie eng Ihre Mitarbeiter mit dem Unternehmen verbunden sind. Zahlreiche Angestellte sind von Anfang an dabei, oder zumindest seit den frühen Jahren, und einige davon bereits in der zweiten Generation.

Es ist kein Geheimnis: Allen & Augustine ist eine echte Erfolgsgeschichte in unserer Stadt.“ Wieder hielt er einen kurzen Moment inne.

„*Aber ...*“

Ben hatte gelernt, das Wort *aber* wie ein Schwert einzusetzen, um auch die stärksten gegnerischen Annahmen und Argumente sauber zu durchtrennen. Manchmal setzte er es ganz unscheinbar ein, wie eine versteckte Falltür. Und manchmal war es in seiner

Wirkung so subtil wie eine Handgranate.

So wie jetzt.

Er sah sich im Raum um, um seine Wirkung abzuschätzen.

„Aber“, wiederholte er. „Sehen wir der Realität ins Auge. Die Zeiten sind hart. Die ausländische Konkurrenz ist gnadenlos, die Kosten steigen, die Umsätze sinken. Und die Gewinne schrumpfen.

Sie haben keinen einzigen Mitarbeiter entlassen, und das bewundere ich. Wirklich. Stattdessen musste Ihr Vorstand Gehaltskürzungen hinnehmen. Ich weiß, wie Sie leiden.“ Er machte eine Sprechpause und fügte dann hinzu: „*Ich will der Blutung ein Ende bereiten.*“

Diesen Satz hatte Ben am Wochenende stundenlang eingeübt, denn er sollte nicht herablassend klingen. Und er meinte ihn ernst. Es schmerzte ihn, dieses einst so starke Unternehmen auf den Knien zu sehen, und seiner Meinung nach war sein Auftraggeber genau der Retter, den diese Menschen brauchten.

Aber wie konnte er *diese Menschen* davon überzeugen?

„Ich möchte, dass Sie verstehen“, fuhr er fort, „dass die Marden Group weiß, was es bedeutet, ein Familienunternehmen zu sein. Wir sind auch eines.

Sie kennen sicher unsere Geschichte. Wir wurden in den 1930er-Jahren von Andrew Marden gegründet, einem eingewanderten Kaufmann, der sich zum Industriellen und Grundbesitzer

hocharbeitete. Der alt gewordene Marden übergab sein Unternehmen an seine Tochter Elizabeth, die in die Familie Bushnell einheiratete und es viele Jahre lang erfolgreich führte. Schließlich übertrug sie die Leitung an ihren Sohn, den Enkel des Gründers, den heutigen Präsidenten und CEO, Thomas J. Bushnell.“

Tatsächlich hatte Ben Thomas J. erst genau zweimal im Leben gesehen. Das erste Mal vor zwölf Jahren, in seinem ersten Jahr bei Marden, als der Chef auf einem Bereichsmeeting aufgetaucht war. Und das zweite Mal am letzten Freitag, das war gerade mal drei Tage her, als er Ben in sein Büro gerufen hatte.

In diesem kurzen Gespräch hatte Mr. Bushnell sehr deutlich sein Verlangen zum Ausdruck gebracht, dass dieser Deal zustande kommen musste und wie sehr Ben diesen Deal *brauchte*. Die Konkurrenz in der Abteilung für Fusionen und Übernahmen war absolut gnadenlos, und sollte Ben der Deal misslingen, dann gab es eine ganze Reihe genauso ehrgeiziger Account Manager, die ihm dicht auf den Fersen waren.

Bens Arbeitsplatz und seine gemeinsame Zukunft mit Melanie standen auf dem Spiel.

„Im Moment“, hatte der Chef gesagt, „kann sich der Wind bei Allen & Augustine in jede beliebige Richtung drehen.“

Und in welche Richtung er sich dreht, hängt von einem einzigen Faktor ab.“ Er blickte Ben direkt in die Augen und beendete das

Gespräch mit den Worten „Von Ihnen.“

Ben holte tief Luft. Jetzt ging es los.

„Wie Sie wissen“, sagte er in die Runde, „haben Mr. Bushnell und die Marden Group ein Angebot zum Kauf von Allen & Augustine abgegeben. In den nächsten Tagen werde ich mit Ihren Gründern und den wichtigsten Bereichsleitern sprechen und will auch die Mitarbeiter kennenlernen.“

In genau einer Woche, am nächsten Montag, wird ein sehr wichtiges Meeting stattfinden – vielleicht sogar das bedeutendste in Ihrer langen und facettenreichen Unternehmensgeschichte. Bei diesem Treffen wird man Sie und alle Ihre Mitarbeiter auffordern, eine einzige Frage mit nur einem Wort zu beantworten:

Ja. Oder nein.“

Ben ließ seinen Blick durch die Runde wandern.

Er war gut darin, die Stimmung eines Raums einzuschätzen, und er spürte, dass die Anwesenden langsam auf seine Seite schwenkten. Wenn er zeigen konnte, dass auch nur ein Drittel zu einem „Ja“ tendierte, wäre sein Sieg so gut wie sicher. Acht Ja-Stimmen würden genügen, um die anderen an ihrer Ablehnung zweifeln zu lassen. Ach was, sogar sechs Stimmen für ihn wären schon genug. Es war ein Risiko, aber er fühlte sich sicher.

Nimm die Zügel in die Hand, Ben, sagte er sich. *Du schaffst das.* Er lehnte sich zurück und nahm eine lässige Haltung ein. „Ich will

Ihnen was sagen“, meinte er. „Um ein Gefühl dafür zu bekommen, wo wir stehen, machen wir eine unverbindliche Abstimmung mit Handzeichen. Rein informell und nicht in Stein gemeißelt ...“ Ben hob seine Hand und fragte: „Wer von uns wäre im Moment geneigt, für *Ja* zu stimmen?“

Keine einzige Hand ging nach oben.

Zehn Minuten später, nachdem das Meeting beendet war und Ben sich höflich verabschiedet hatte, fuhr er mit dem Aufzug nach unten und trat auf die Straße hinaus. Ein einziger Gedanke ging ihm durch den Kopf: Das würde kein Kinderspiel werden.

Erhältlich bei mlm-training.com und in
gut sortierten Buchhandlungen.

„Dieses Buch vereint die Essenz der Führung und des Lebens. Ich empfehle es sehr!“

— JOHN C. MAXWELL, Autor von
Leadership: Die 21 wichtigsten Führungsprinzipien

„Der Go-Giver als Leader enthält eine wichtige Botschaft für Leader, Eltern und uns alle - bei der Führung geht es im Grunde immer um andere Menschen.“

— CAPTAIN L. DAVID MARQUET, U.S. Navy (ret.),
Autor von *Reiß das Ruder rum!*

„Echte Führung dreht sich um Team, Kunden, Gemeinschaft und Vermächtnis. Geben Sie dieses Buch allen, die Ihnen lieb und wichtig sind.“

— SETH GODIN, Autor von *Linchpin*,
Tribes und *Purple Cow*

„Burg und Mann zeigen einmal mehr mit meisterhaftem Einsatz von gesundem Menschenverstand und gutem Urteilsvermögen, dass Erfolg entsteht, wenn wir alle gleich behandeln, täglich der Goldenen Regel folgen und die Menschen befähigen, aus dem Herzen heraus zu entscheiden. Ich liebe dieses Buch.“

— COLLEEN BARRETT, ehem. Präsidentin
von Southwest Airlines

„Burg und Mann sind nicht nur große Geschichtenerzähler, sie sind auch Menschen mit Herz und Seele. Der Go-Giver als Leader trifft den Kern nachhaltigen unternehmerischen Erfolgs“

— GARY KELLER, Autor von *The One Thing*:
Die überraschend einfache Wahrheit über außergewöhnlichen Erfolg

„Ein Manifest für Leadership im 21. Jahrhundert, verpackt in einer unterhaltsamen und fesselnden Story. Kaufen Sie dieses Buch und geben Sie es jedem in Ihrem Unternehmen!“

— DARREN HARDY, Herausgeber des
SUCCESS magazine; Autor von *Die Gewinnerformel*

„Letzte Woche habe ich Ihre Führungskräfte kennengelernt“,
hob Ben an. „Ich habe mir angehört, was sie zu sagen haben.
Und wissen Sie was? Es stimmt, was sie sagen.“ Er hielt kurz
inne. Übernimm die Führung, Ben, sagte er sich. Übernimm
die Kontrolle. Er sah sich im Saal um. Nimm, nimm, nimm.
War das wirklich der Grund für sein Hiersein?