

Chancenblick

DER NEWSLETTER VON HERMANN SCHERER

#32, JULI 2011



EDITORIAL

Es lebe das Mittelmaß!, lautet der Titel eines Spiegel-Artikels, der mir neulich ins Auge gesprungen ist. Aha, in dieser Kirche wird also genau das Gegenteil gepredigt wie in meiner, dachte ich. Interessant!

Die wahren Leistungsträger von Unternehmen und Gesellschaft seien im Mittelmaß zu finden, hieß es dort, denn die meisten Menschen seien durchschnittlich, was Talent und Intelligenzquotient angehe. Nun ja, das liegt ja in der Natur der Sache: In einer hinreichend großen Grundgesamtheit liegen die meisten Messpunkte immer nahe beim Durchschnitt. Die Ausschläge nach oben und unten sind seltener. Die Gaußsche Glockenkurve, auch „Normalverteilung“ genannt, visualisiert genau das. Ein alter Hut. Hatte der Spiegel noch mehr zu bieten? Ich las weiter.

Gemeint seien nicht nur einfache Sachbearbeiter, sondern auch Professoren, Juristen, Mediziner oder Unternehmer. Beim IQ liege der errechnete Mittelwert beispielsweise bei 100. Fast alle Menschen lägen im Bereich nahe um dieses Mittelmaß, also zwischen 85 und



Jenseits vom Mittelmaß – Die Vortragsfolien auf DVD-ROM

Über 700 Folien aus dem mehr als 10-stündigen Erlebnisvortrag "Jenseits vom Mittelmaß" von Hermann Scherer als Keynote- und Powerpointdatei inkl. Filme und dem Buch als E-Book auf 2 DVD-ROMs.

Mehr Infos gibt es [hier](#).

115. Den Anteil von Genies oder völlig Minderbemittelten schätzten Experten auf nur zwei bis fünf Prozent. Auch das Talent sei normalverteilt.

So weit so gut. Nur grenzt diese Erkenntnis gefährlich nahe an eine Tautologie, also einen Nullsatz. Denn das ist in etwa so aufschlussreich wie nach ausgiebiger Beobachtung zu erkennen, dass Planeten Himmelskörper sind, die um ein Zentralgestirn kreisen. Wenn man vorher definiert hat, was mit dem Wort „Planet“ Himmelskörper bezeichnet werden sollen, die um ein Zentralgestirn kreisen, kann schwerlich etwas anderes herauskommen.

Aber dann folgte die abgeleitete These des Journalisten aus diesem reichlich banalen Faktum, und da wurde es interessant: Wir sollten stärker auf das Mittelmaß setzen! Auf die Fleißigen, mittelmäßig ausgebildeten, mittelmäßig talentierten, mittelmäßig intelligenten, mittelmäßig produktiven. Denn Sie seien in Wahrheit verantwortlich für unseren großen wirtschaftlichen Erfolg. Erstens seien die Spitzenkräfte ja nur wenige und zweitens seien sie ohnehin überqualifiziert für die meisten Aufgaben und würden sich darum nur langweilen. Wir sollten darum endlich das Mittelmaß schätzen lernen: „Der deutschen Volkswirtschaft ist am meisten gedient, wenn die Gesellschaft das Gros ihrer Ressourcen in die Förderung des Mittelmaßes investiert.“ Und am Ende des Artikels schrieb der Journalist: „Ich bin stolz, Mittelmaß zu sein.“

Das musste ich erstmal verdauen. Eines der führenden Politmagazine propagiert, wir sollten es uns mit durchschnittlichen Leistungen und Ergebnissen gemütlich machen und warten, bis der Rest der Welt an uns vorbeigezogen ist? Ein Schüler solle stolz darauf sein, weder zu den Guten noch zu den Schlechten in seiner Klasse zu gehören? Ein Unternehmen solle stolz darauf sein, im Markt unauffällig mitzuschwimmen und Produkte zu verkaufen, die sich ungefähr so gut verkaufen wie die des Wettbewerbs? Wie kann man nur auf so einen Unsinn kommen? Ich wollte dringend verstehen, was eine Redaktion bewegt, so einen offensichtlichen Quatsch zu drucken.

Dann ging mir ein Licht auf: Weltbild! Die Leute beim Spiegel sehen die Welt völlig anders als ich. Aus der

Bestellen Sie Ihr Exemplar hier.



Jenseits vom Mittelmaß – Die Box

Über 5 kg geballte Motivation zum Aufstehen, Anfahren und Handeln!

Nutzen Sie Ihre Chancen für Ihren Erfolg mit dem Buch "Jenseits vom Mittelmaß", den 3 Hörbüchern, der Chancenorange und vielen weiteren wertvollen tools um Ihren Zielen näher zu kommen.

Mehr Infos gibt es [hier](#).

Bestellen Sie Ihr Exemplar hier.

Perspektive dieser Leute sieht die Welt eventuell so aus, also ob es möglich wäre, sich seinen Platz in der Welt durch Stagnation zu behaupten. Warum? Weil sie glauben, dass die Welt statisch ist. Sie glauben, wer in einer Skala von 1 bis 10 die 5 anstrebe, würde auch bei der 5 landen. Das klappt aber nur in einer idealen Welt, in der sich die Bedingungen vom Start bis zum Ziel nicht ändern.

In meiner Weltsicht wird ein Unternehmen, das Mittelmaß anstrebt, früher oder später pleite gehen, ein Staat, der mit dem Mittelmaß zufrieden ist, wird in den Staatsbankrott abwirtschaften, ein Schüler, der mit Mittelmaß zufrieden ist, wird sitzenbleiben und ein Bundesligaverein, der mit einem mittleren Tabellenplatz zufrieden ist wird schon bald absteigen. Warum? Weil die Welt nun mal dynamisch ist und sich unfreundlicherweise die Bedingungen ändern. Weil die meisten von uns in einer Skala von 1 bis 10 mindestens die 9 anstreben müssen, um bei der 5 zu landen. Weil wir in dynamischen Märkten und Wettbewerben agieren. Und weil es deshalb für die meisten Menschen, Unternehmen und Staaten DRINGEND erforderlich ist, das Beste, das größte Ziel, die Spitzenleistung anzustreben – um nicht nach unten durchgereicht zu werden! Die Frage ist, welches dieser zwei Weltbilder näher an der Realität liegt

...

Ihr Hermann Scherer



DRUCKEN SIE!



KOPIEREN SIE!



**EMPFEHLEN
SIE!**



STÖBERN SIE!

Sie können diesen Newsletter auch grafisch aufbereitet **ausdrucken** und ganz in Ruhe lesen.

Nutzen Sie Artikel des Letters für eigene Publikationen. Bedingung: ein Hinweis & Link auf www.hermannscherer.com

Empfehlen Sie diesen Newsletter, indem Sie ihn einfach **weiterleiten**. Vielen Dank!

Stöbern Sie in unserem **Chancenblick-Archiv**.



GLÜCKSKINDER

DER SUPERSTAR, DER KEINE ALTERNATIVE HATTE

Im Vorfeld der Show war er eher still. Der unscheinbare junge Mann war alles andere als der typische Anwärter bei „Deutschland sucht den Superstar“. Doch wer ihn kannte, wusste ganz genau: Thomas Godoj ist weder eine graue Maus noch ein braver Junge, der da bleibt, wo man ihn hinstellt. Der angehende Musiker war lediglich hochkonzentriert. Seinen Energiehaushalt hatte er so gut im Griff, dass er im entscheidenden Moment die mit Abstand beste Leistung hinlegen konnte – und mit dem deutschlandweit übertragenen Sieg auch den Durchbruch als Musiker schaffte.

Godoj hatte gewonnen, weil er alles gegeben hatte, das Beste, was er drauf hatte. Aber warum war gerade er in der Lage, seine Spitzenleistung im entscheidenden Moment abzurufen?



Der Bonner Betriebswirt und Forscher Matthias Kräkel hat festgestellt: In Bewerbungsrunden für Spitzenpositionen in der Wirtschaft gewinnen oft die weniger qualifizierten Kandidaten. Nicht die ganz schwachen, aber auch nicht die qualifiziertesten. Nicht weil sie mittelmaß sind, sondern weil sie chancenfokussiert sind. Denn Hochqualifizierte können damit rechnen, einen guten Alternativ-Job zu finden, wenn ihre Bewerbung scheitert, und strengen sich nicht an. Bewerber mit lediglich guten (und nicht sehr guten) Voraussetzungen, sehen dagegen für sich geringere Chancen. Aber immerhin: Sie sehen eine Chance! Diese Einengung, diese

Unwahrscheinlichkeit, dieser Fokus macht die Chance umso attraktiver. Diese Kandidaten werden versuchen, ihr bestes zu geben, das Optimum herauszuholen – mit dem Ergebnis, dass sie die eigentlich besser positionierten Kandidaten durch ihren Ehrgeiz, ihre Energie, ihre Performance einfach ausstechen.



Wir müssen es machen wie Agathokles von Syrakus, der im Krieg gegen die Karthager seinen Mannen befahl, die eigenen Schiffe hinter sich zu verbrennen, um jeden Gedanken an einen Rückzug von vorne herein auszuschalten.

Nach der Show wurde der junge Berliner Thomas Godoj, der damals noch Hartz-IV-Empfänger war, in einem Interview gefragt, was ihm am meisten geholfen hat zu gewinnen. „Ich hatte keinen Plan B“, sagte er – und lachte.



PERSPEKTIVENWECHSEL

WARUM WIR UNS KEINE HOHEN ZIELE SETZEN

Eine Studie unter den fünfzig größten Unternehmen im Dow Jones brachte ein erstaunliches Ergebnis. Nur 37 Prozent der Befragten gaben an, genau zu verstehen, was ihr Unternehmen zu erreichen versucht und weshalb. Nur 20 Prozent waren von den Zielen ihres Teams und ihres Unternehmens begeistert. Nur 20 Prozent sagten, ihre Aufgaben seien klar auf die Ziele ihres Teams und ihres Unternehmens ausgerichtet. Nur 50 Prozent der Befragten waren am Ende der Woche mit der von ihnen geleisteten Arbeit zufrieden. Gerade einmal 15 Prozent hatten das Gefühl, dass ihr Unternehmen es ihnen rückhaltlos ermöglicht, Schlüsselziele umzusetzen. Und nur 17 Prozent fanden, dass ihr Unternehmen eine offene Kommunikation fördert, bei der auch abweichende Meinungen geachtet werden, weil sie zu neuen, besseren Ideen führen.

Selbst in den größten und besten Unternehmen der Welt wird also ein Potential von

bis zu 80 Prozent verschenkt. So viel Platz ist da oben in der Spitze! Während sich die meisten Unternehmen im Mittelmaß tummeln, werden an der Weltspitze täglich Millionen Dollar verschenkt, durch mangelnde Identifikation mit dem eigenen Unternehmen, durch Unzufriedenheit mit der eigenen Leistung, durch das gegen Null tendierende Gefühl der Selbstwirksamkeit der Mitarbeiter, durch eine unwirtliche Unternehmenskultur, in einem Wort: Durch schlechte Führung, schlechte Einstellung, schlechte Performance.



Würde man das Ergebnis der Studie auf eine Fußballmannschaft übertragen, hieße das: Bloß vier der elf Spieler auf dem Feld wüssten, welches Tor ihr eigenes ist. Nur zwei der elf wäre das überhaupt wichtig. Ebenfalls zwei würden ihre Position kennen und genau wissen, was sie zu tun haben, und bis auf zwei würden *alle* Spieler auf die eine oder andere Weise gegen ihre eigenen Mannschaftskameraden antreten.

Im Fußball gewinnt man so sicher nicht die Champions League. Aber anscheinend genügt es, um in der Wirtschaft ganz oben zu landen. Nur: Was bedeutet das für Unternehmen, die richtig gut sind? Was bedeutet das für Sie und ihr Unternehmen? Was sagt das aus über die Art von Zielen, die Sie sich setzen sollten?



Es ist wie beim Flirten: Es ist immer leichter die seltene, perfekte 10-Punkte-Traumfrau anzusprechen, als eine der vielen 6-Punkte-Frauen, um die die meisten Männer herumschwarzenzeln, weil sie sich mehr nicht zutrauen. Es ist oft leichter, das Unrealistische zu erreichen, als das Realistische.

99 Prozent der Menschen auf dieser Welt glauben nicht daran, dass sie in der Lage sind etwas Großes zu vollbringen und streben nur nach dem Mittelmaß. Folglich ist gerade bei den realistischen Zielen der Wettbewerb am schärfsten. Deshalb ist es paradoxerweise besonders zeit- und energieaufwändig, solche vermeintlich einfachen oder normalen Ziele zu erreichen.

Sie dürfen nicht den Fehler machen, die Konkurrenz zu über- und sich selbst zu unterschätzen. Scharzenzeln Sie nicht um das Realistische herum! Es sind die gewöhnlichen Menschen wie Sie und ich, die Außergewöhnliches erreichen. – Aber nicht mit gewöhnlichen Zielen.

AUF TOUR: HERMANN SCHERER UNTERWEGS ERLEBNISVORTRÄGE



Hier finden Sie die wenigen öffentlichen Erlebnisvorträge von Hermann Scherer in 2011. Präsentiert werden diese in humorvoller und unterhaltsamer Weise, dynamisch, voller Esprit und Motivation.

19.09.2011 Bremen

Ort: Park Hotel Bremen

Uhrzeit: 19:30 - 21:15 Uhr

Thema: **CQ-Chancenintelligenz** Was haben die anderen, was ich nicht habe?

Eintrittskarten für diesen Abendvortrag erhalten Sie [hier](#).

29.09.2011 Berlin

Ort: Eventpassage, Auditorium

Uhrzeit: 19:00 - 20:00 Uhr

Thema: **CQ-Chancenintelligenz** Was haben die anderen, was ich nicht habe?

Eintrittskarten für diesen Abendvortrag erhalten Sie [hier](#).

03.11.2011 Stuttgart

Ort: Haus der Wirtschaft

Uhrzeit: 19:15 - 21:45 Uhr

Thema: **CQ-Chancenintelligenz** Was haben die anderen, was ich nicht habe?

Eintrittskarten für diesen Abendvortrag erhalten Sie [hier](#).

07.11.2011 Ludwigshafen

Ort: CongressForum Frankenthal

Uhrzeit: 19:30 - 21:15 Uhr

Thema: **CQ-Chancenintelligenz** Was haben die anderen, was ich nicht habe?

Eintrittskarten für diesen Abendvortrag erhalten Sie [hier](#).

10.11.2011 Darmstadt

Ort: darmstadtium

Uhrzeit: 19:30 - 21:15 Uhr

Thema: **CQ-Chancenintelligenz** Was haben die anderen, was ich nicht habe?

Eintrittskarten für diesen Abendvortrag erhalten Sie [hier](#).

Veranstaltungstermine von Hermann Scherer finden Sie [hier](#).

Öffentliche Seminartermine von Hermann Scherer finden Sie [hier](#).

TAGESSEMINAR

Lassen Sie sich inspirieren und begeistern von einem Tages-Seminar mit Hermann Scherer zu dem Thema:

CQ – Chancenintelligenz

Warum manche lebenslang Chancen suchen – und andere sie täglich nutzen

Die Anzahl der Chancen, die jeder im Leben hat, sind prinzipiell unendlich. Manche Menschen aber haben es irgendwie besser raus als die anderen, ihre Chancen zu erkennen und zu nutzen: Sie durchschauen Situationen und erkennen jederzeit sofort, was sie als nächstes tun müssen, um die Gelegenheit zu nutzen, die andere noch gar nicht erkannt haben. Wie machen die das nur?

Während diese Glückskinder immer oben schwimmen, regiert bei den meisten Menschen der Zweckoptimismus: Es ist gut so wie es ist, weil es eben nicht besser gekommen ist. Viele sind mit ihren Lebensresultaten zwar nicht wirklich zufrieden, aber sie finden sich mit dem Glauben ab, dass es für sie keine besseren Chancen gegeben habe. Oder sie fragen sich mit einem Gefühl der Unterlegenheit insgeheim: Was haben die anderen, was ich nicht habe? Warum kriege ich nicht hin, was die anderen scheinbar mühelos schaffen?

Chancenintelligenz bedeutet, den Blick für Chancen zu haben, sie zu erkennen und zu nutzen – und: sich Chancen aktiv zu erarbeiten. Dabei ist nicht jede »günstige Gelegenheit« eine echte Chance – viele stellen sich im Nachhinein als »Sonderangebote des Lebens« heraus, die ihre gutgläubigen »Käufer« einfach nur vom Weg abbringen. Aber wie bloß unterscheidet man diese Scheinchancen von den echten Chancen?

In immer enger werdenden und immer dichter besetzten Märkten ist Chancenintelligenz aus mehrfacher Sicht wichtig: Ein hoher »CQ« befähigt privat und beruflich sich immer neue Ideen einfallen zu lassen, sich neue Vorgehensweisen anzueignen, sich neuen Problemen zu stellen und sie zu lösen, neue Kunden zu gewinnen und neue Märkte zu erobern.

Hermann Scherer zeigt, wie man chancenintelligent wird. Das Seminarerlebnis reflektiert, denkt quer sowie voraus, polarisiert, stellt in Frage, provoziert, öffnet Augen und beantwortet die Frage: »Warum suchen manche lebenslang Chancen, während andere sie täglich nutzen?« – Ein Plädoyer für ein Leben vor dem Tod.

Ein Tag mit wertvollen Impulsen zum Aufstehen, Anfangen und Handeln - eine ideale „Motivationsdosis“, um den Erfolg vom Zufall zu befreien.

13.10.2011 Bayreuth

Ort: Arvena Kongresshotel

Uhrzeit: 10:00 - 18:00 Uhr

Die Teilnahmegebühr beträgt jeweils

€ 590,- zzgl. MwSt./Person

€ 490,- zzgl. MwSt./Person ab 2 Teilnehmern aus einem Unternehmen

€ 450,- zzgl. MwSt./Person ab 5 Teilnehmern aus einem Unternehmen

Die Preise sind zzgl. MwSt.

Weitere Informationen zu dem Ein-Tages-Seminar und eine Anmeldeöglichkeit finden Sie [hier](#) oder senden Sie einfach eine Mail als Anmeldung an y.rebling@hermannscherer.de.



Mehr als 2.000 Seminartage, 2.000 Vorträge, 400.000 Teilnehmer, 30 Bücher in 12 Ländern, über 1.000 Presseveröffentlichungen, dutzende Hochschulvorlesungen, 3.000 Hotelübernachtungen, 4.000.000 Flugmeilen, viele Firmengründungen, Rednerpositionierungen und Beratungen als Redner und Business-Experte, das ist Hermann Scherer. Er lebt in Zürich, diniert in New York, lädt Bill Clinton zum Essen ein und plädiert in seinen Vorträgen gegen das Mittelmaß, feiert Probleme und plädiert für Regelbrüche. Mit seinen mitreißenden Auftritten füllt er Säle, begeistert Menschen und befeuert Unternehmen.

Sein ausführliches Profil sehen Sie [hier](#).

Hermann Scherer zählt zu den „Top 100 Excellent Speaker“ und wurde unter anderem mehrfach mit dem „Excellence Award“ ausgezeichnet.

Weitere Auszeichnungen sehen Sie [hier](#).

Die Themen „Unternehmenserfolg“, „persönlicher Erfolg“ und „Chancenintelligenz“ stehen im Zentrum der Vorträge. Seine Vorträge sind jenseits vom Mittelmaß, voller Esprit und Begeisterung.

Aktuelle Themen sehen Sie [hier](#).

Die Süddeutsche Zeitung schreibt: „Er zählt zu den Besten seines Faches. Seine Seminare sind gefragt - bei Marktführern und solchen, die es werden wollen...“

Weitere Pressestimmen finden Sie [hier](#).

Die Zusammenarbeit mit weit über 2.000 Marktführern (und solchen, die es werden wollen), nahezu allen DAX-Unternehmen, mittelständischen „Hidden Champions“ und namhaften internationalen Unternehmen aus ganz Mitteleuropa haben ihm den Ruf des konsequent praxisorientierten Businessexperten eingebracht, der Leistungen sichtbar macht.

Einen Auszug der Referenzen seiner Kunden sehen Sie [hier](#).

„Es war ein grandioser Vortrag!“ meinte Christa Nohe, VCN Veranstaltungsorganisation.

Weitere Stimmen lesen Sie [hier](#).

Vorträge von Hermann Scherer bieten wertvolle Impulse zum Aufstehen, Anfangen und Handeln. Sie sind eine ideale »Motivationsdosis«, um den Erfolg vom Zufall zu befreien. Für jeden Teilnehmer bieten die Vorträge wertvolle, umsetzbare Impulse, Inspiration, Information und Motivation. Wie immer präsentiert Hermann Scherer diese in humorvoller und unterhaltsamer Weise, dynamisch und voller Esprit. Speziell zugeschnitten auf Ihre Veranstaltung, Ihre Wünsche und Ihre Zielgruppe garantieren sie Begeisterung und Nachhaltigkeit.

Planen Sie mit Hermann Scherer das Highlight Ihrer nächsten Veranstaltung!

Dieser Chancenblick wurde an Sie versandt, weil Sie sich bei Hermann Scherer mit der E-Mail Adresse y.Rebling@hermannscherer.com eingetragen haben.

Wenn Sie den Chancenblick künftig nicht mehr erhalten wollen, klicken Sie bitte [hier](#).

Wenn Sie Ihre persönlichen Angaben oder Ihre E-Mail-Adresse ändern möchten, klicken Sie bitte [hier](#).

Sollten Sie bei dieser E-Mail Darstellungsprobleme haben, klicken Sie bitte [hier](#).

Pictures: www.hermannscherer.com, www.fotolia.de

Sie wünschen weitere Informationen?

Dann schreiben Sie uns - wir werden uns umgehend bei Ihnen melden.

**Adresse, Impressum
und Copyright:**

Hermann Scherer
Zeppelinstrasse 3
D -85399 Hallbergmoos
Tel: +49.(0)8161.78 738 0
Fax: +49.(0)8161.78 738 24
E-Mail: info@hermannscherer.com
www.hermannscherer.com

Disclaimer:

Es wird keinerlei Haftung für Übermittlungsfehler, Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben übernommen. Die Nennung von Produkten anderer Hersteller oder Anbieter dient ausschließlich zur Information und stellt keinen Warenzeichenmissbrauch dar. Hinsichtlich der Auswahl, Leistung oder Anwendung dieser Produkte oder Dienstleistungen wird keinerlei

Gewähr übernommen.

Redaktion:
Hermann Scherer, Yvonn Rebling

powered by  mailingwork