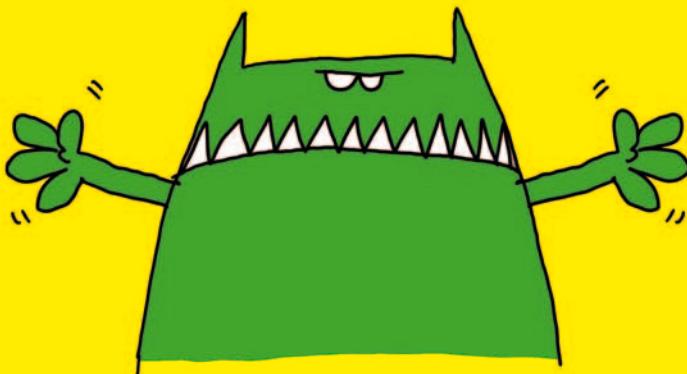


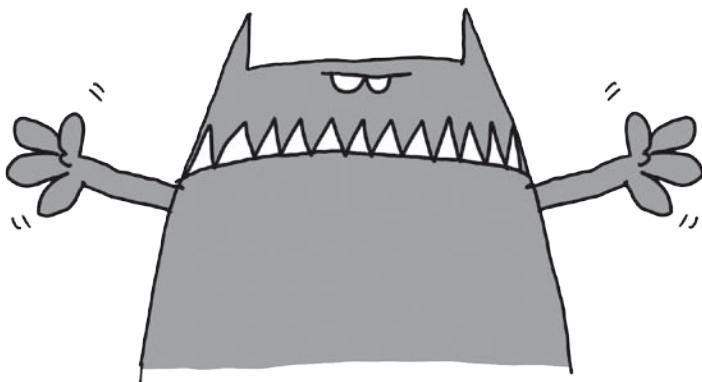
Hugh MacLeod



Keine Skrupel!

Schmieden Sie Böse Pläne
und haben Sie Spaß
auf dem Weg zur Nummer 1

Hugh MacLeod



Keine Skrupel!

Schmieden Sie Böse Pläne
und haben Sie Spaß
auf dem Weg zur Nummer 1

Die Originalausgabe erschien unter dem Titel
Evil plans: Having fun on the road to world domination /Hugh MacLeod
ISBN 978-1-59184-384-9

Copyright der Originalausgabe 2011:

© All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This edition published by arrangement with Portfolio, am member of Penguin Group (USA) Inc.

Copyright der deutschen Ausgabe 2012:

© Börsenmedien AG, Kulmbach

Übersetzung: Dr. Tilmann Kleinau

Gestaltung Umschlag: Johanna Wack, Börsenbuchverlag

Gestaltung, Satz und Herstellung: Martina Köhler, Börsenbuchverlag

Lektorat: Hildegard Brendel

Druck: GGP Media GmbH, Pößneck

ISBN 978-3-864700-06-4

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
www.books4success.de

Ich widme *Keine Skrupel!* meinem Vater **William MacLeod** (1938–2010), der an demselben Wochenende starb, an dem ich die Endfassung des Manuskripts dieses Buches an meinen Verlag geschickt habe. Menschen, die meinen Dad kannten, werden viel von ihm in diesem Buch wiedererkennen – vieles, was er mir sehr gut beigebracht hat. Ich vermisste ihn sehr.

Inhalt

- Einführung: „Jeder braucht einen Bösen Plan“ 7
- Willkommen, Hunger! 16
- Der Markt der Dinge, an die man glauben kann,
ist unendlich groß 19
- Schaffen Sie sich Ihre eigene weltweite Mikro-Marke 24
- Halten Sie es möglichst einfach 30
- Geben Sie alles 34
- Bieten Sie ein Weltklasse-Produkt an 38
- Machen Sie Tag für Tag Kunst 46
- Füllen Sie die Lücken in der Erzählung aus 50
- Denken Sie daran, wer Sie wirklich sind 56
- Betrachten Sie es als Abenteuer – ein Abenteuer, das es wert ist,
es mit anderen zu teilen 59
- Erfolg ist komplexer als Scheitern 63
- Schlafen Sie unbequem 66
- Machen Sie etwas „Soziales“ 70
- Machen Sie Schneebälle 74
- Vermeiden Sie Dinosaurier-Sprache 78
- Finden Sie den für Sie passenden „Moment“ 81
- Werden Sie Kleinbauer 87
- Das Tao des mangelnden Angebots 91
- Seien Sie kein Mittelplatz-Typ 94

- Billige, leicht zugängliche, weltweite Medien:
Die Revolution ist schon da, und sie bleibt 99
- „Die Zwanzig“: Bestimmen Sie das Gespräch,
indem Sie es verbessern 102
- Das „kreative Leben“ ist nicht mehr nur eine von vielen Möglichkeiten
– es ist die einzige Möglichkeit, die wir haben 106
- Was Unternehmer von Künstlern lernen können –
und umgekehrt 108
- Nein, alles können Sie nicht haben 111
- Wenn Ihr Chef nicht möchte, dass Sie Ihren Bösen Plan in der Firma
aussprechen, dann gehen Sie 114
- Bringen Sie andere Menschen dazu, Sie zu hassen 118
- Stehlen Sie sich Zeit – jeden Tag 123
- Der Druck, „kein Mist zu sein“ 125
- Eine gute Kundenbasis ist die beste Werbestrategie, die es gibt 128
- Kontinuität ist der Schlüssel zum Erfolg 132
- Bilden Sie expressives Kapital 134
- Gute Nachrichten: Sie sterben nicht 137
- „Das ist es“ 143
- „Nehmen Sie sich das Sahnehäubchen, lassen Sie den Rest übrig“ 147
- „Leben Sie im Markt, nicht in der Buchhaltung“ 150
- Machen Sie sich keine Sorgen, wenn Sie am Anfang noch nicht
über alles Bescheid wissen 153
- Tod durch schöne Dinge 162
- Alles beginnt mit dem Akt des Schenkens 165
- Seien Sie ein Erwecker 169
- Menschen lassen sich nicht messen 172
- Böse Pläne sind keine Produkte – sondern Geschenke 174



everybody pushing the
same goddamn Rock up
the hill - and they don't
even own the Rock.



Alle schieben denselben verdammten Felsbrocken
bergauf – und das, obwohl ihnen der Felsbrocken
nicht mal gehört.

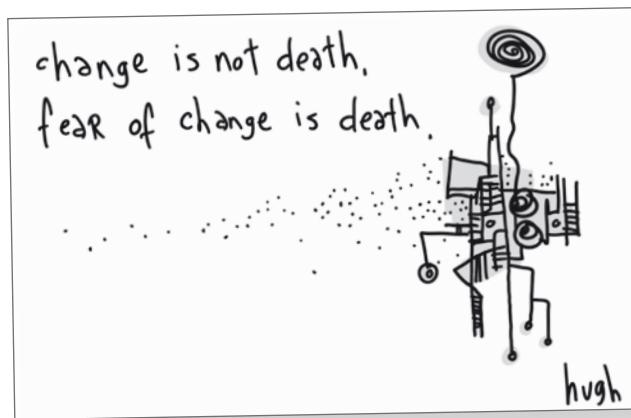
Einführung: „Jeder braucht einen Bösen Plan“

JEDER BRAUCHT EINEN BÖSEN PLAN. Jeder braucht diese verrückte, aus der Luft gegriffene Idee, die es uns erlaubt, jetzt und hier damit anzufangen, etwas zu tun, was wir lieben und was uns wirklich am Herzen liegt. Jeder braucht einen Bösen Plan, der uns aus dem Konkurrenzkampf nimmt, weg von schlechten Chefs und weg von langweiligen, zu nichts führenden Jobs, die wir hassen. Dafür ist das Leben zu kurz.

Jeder, der das jemals geschafft hat, der den engen Rahmen des Büros gesprengt und damit begonnen hat, etwas Neues, für ihn Wichtiges und Interessanteres zu tun, hat mit seinem eigenen Bösen Plan angefangen. Und wissen Sie was? Jedesmal war es so, dass seine gesamte Umgebung – Freunde, Angehörige und Kollegen – ihn für verrückt hielt.



Dank Internet war es noch nie so einfach wie heute, einen Bösen Plan zu fassen, damit ordentlich Geld zu verdienen und dabei etwas zu tun, was Sie mögen und was Sie erfüllt. Meine Absicht ist, dass Sie mir zustimmen werden, wenn Sie dieses Buch erst gelesen haben. Und, was noch wichtiger ist: Dass Sie dann genügend Drang in sich spüren werden, es selbst zu versuchen, falls Sie es nicht schon getan haben.



Nicht Veränderung bedeutet den Tod, sondern die Angst vor Veränderung.

„ARBEIT UND LIEBE ZUR ARBEIT IN EINS BRINGEN“

Sigmund Freud hat einmal gesagt, um im Leben wirklich glücklich zu werden, müsse ein Mensch zwei Dinge erlernen – die Fähigkeit zu arbeiten und die Fähigkeit zu lieben.

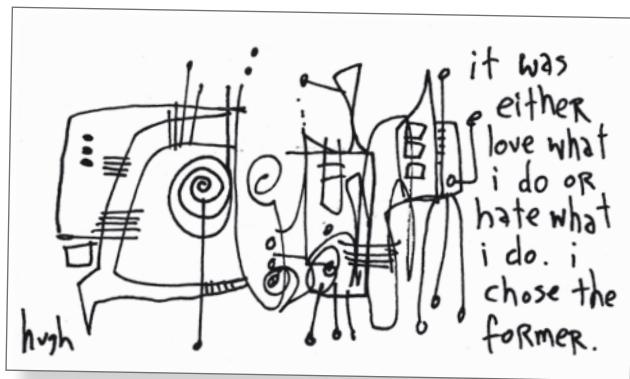
Beim Bösen Plan geht es im Grunde darum, beides zugleich zu erreichen.

Bevor ich dieses Buch geschrieben habe, habe ich ungefähr zehn Jahre lang in www.gapingvoid.com gebloggt. Ich habe auf diesem Weg Cartoons veröffentlicht, Wein verkauft, Anzüge verkauft, Schleichwerbung für Microsoft und Dell gemacht, Kunst verkauft, „meine persönliche Marke aufgebaut“, E-Books geschrieben und mich endlos über alles Mögliche geäußert, zum Beispiel über Marketing, neue Medien usw.

Jetzt, im Nachhinein betrachtet, wird mir erst klar, dass all das einem gemeinsamen Zweck diente – Arbeit und die Liebe zur Arbeit zusammenzubringen. Ich schrieb über das, was mir am interessantesten und wichtigsten war und versuchte, daraus irgendwie eine Karriere zu basteln.

Dann fiel mir auf, dass die Leute, die mich in diesen letzten paar Jahren am meisten inspiriert haben – Unternehmer, Schriftsteller und Künstler –, im Grunde alle von demselben Motiv besetzt waren: Das zu tun und von dem zu leben, was sie am meisten liebten. Sie alle haben ihren Weg gefunden, es zu verwirklichen – ausnahmslos alle.

Gehören Sie zu den Menschen, die ihre Arbeit und ihre Leidenschaft in eins bringen können? Wenn nicht, würden Sie es nicht auch gerne tun? Ich meine, was gibt es sonst schon, außer Familie und ein paar Freunden?



Es ging darum, ob ich mag, was ich tue oder ob ich es hasse. Ich habe mich für Ersteres entschieden.

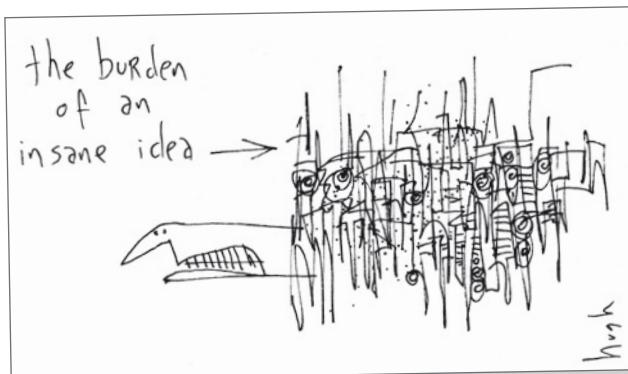
WELTHERRSCHAFT

Jeder lebt in seiner eigenen kleinen Welt. Unser Planet ist viel zu groß, als dass eine Person alles in sich aufnehmen könnte. Deshalb sucht sich jeder Mensch seinen eigenen kleinen Mikrokosmos. Ob wir nun über die Wall Street reden, über die Coffeeshops der Boheme-Viertel Chicagos, die Ranches von West-Texas oder die Werbeindustrie rund um San Francisco – wir finden eine Welt, die uns gefällt (manchmal werden wir auch von ihr gefunden) und schlagen da unser Zelt auf.

Diese Welten sind diejenigen, in denen wir den Ton angeben möchten. Wir alle wissen, wo sie sind und welche es sind ...

Sie streben natürlich nicht unbedingt an, die Welt, in der Sie leben, zu „beherrschen“. Sie können höchstens hoffen, irgendwann mit ihr in Harmonie zu leben. Sie mögen Ihre kleine Welt, und die mag sie.

Es funktioniert einfach. Es macht klick. Und wenn Ihr Böser Plan volle Kraft voraus wirkt, dann fühlt es sich so an.



Die Last einer verrückten Idee

WIE MEIN EIGENER BÖSER PLAN ENTSTAND

Die ersten paar Jahre dieses Jahrhunderts waren sehr schwierig für mich. Meine Werbe-Karriere dümpelte vor sich hin, parallel zum Ditcom-Crash, und plötzlich saß ich ohne Arbeit da, pleite und in der hintersten Provinz, und lebte mehr schlecht als recht vom Verfassen von Werbebroschüren. Dann kam der berühmte 11. September, stürzte alles in Angst und Chaos und machte es nur noch schlimmer. Kein Spaß, kann ich Ihnen sagen.

Bis hierhin hatte ich meine ganze Werbe-Laufbahn damit zugebracht, nach Engagements zu suchen. Egal ob befristete Vollzeit-Anstellungen oder freiberufliche Arbeit auf Honorarbasis, ich hatte über ein Jahrzehnt damit verbracht, nach der schwer fassbaren Insel



der Sicherheit in einem anschwellenden Ozean chaotischer Werbe-jobs Ausschau zu halten. Alle diese Beschäftigungen waren nicht von Dauer. Sie endeten immer irgendwann, aus welchen Gründen auch immer. Rezession, Entlassung, Personalabbau, Inkompétenz auf meiner Seite oder auf der meines Chefs – was auch immer. Meistens war das Timing auch noch ziemlich schlecht.

Jagen, jagen und nochmals jagen – ich war es leid. Nicht nur ein bisschen – ich hatte die Nase richtig voll. Da hatte ich mir nun mehr als zehn Jahre lang den Hintern wund geschuftet, und trotzdem waren diese Inseln der Sicherheit genauso trügerisch wie zuvor. Ich war aber nicht mehr so jung wie am Anfang. Das Hamsterrad drehte sich und fing an, mich kaputt zu machen.

Plötzlich hatte ich mitten in diesen düsteren Tagen einen Geistesblitz, der mein Leben völlig verändern sollte. Mein Freund, auch aus der Werbebranche und genauso ausgebrannt wie ich, stand neben mir an der Bar. Wir taten uns leid und jammerten über unser schwieriges Leben.

Da sagte ich: „Ich hab keinen Bock mehr, auf die blöden Engagements zu warten.“

„Sondern? Was willst Du denn machen?“, fragte er.

„Eigentlich brauche ich nur zehntausend Leute, die mir jedes Jahr Geld geben.“

„Und wo willst Du die hernehmen?“, fragte er.

„Aus dem Internet“, antwortete ich.

„Und was willst Du im Internet machen?“

„Ich glaube, ich fange einfach damit an, meine Cartoons online zu stellen ... in einem Blog.“

„Was ist ein Blog? ...“

Das also war mein Böser Plan – zehntausend Leute pro Jahr zu finden, die bereit waren, meine Zeichnungen via Internet zu erwerben. Schließlich hatte ich Erfolg damit. Ein richtiges Happy-End.

Was? Gut verdienen, tun, was man mag, ohne einer größeren Firma, Organisation oder heimlichen Clique von Leuten verantwortlich zu sein? Das ist nicht das, was die Leute von Dir erwarten, MacLeod, sie erwarten von Dir, dass Du Dich Morgen für Morgen nach einer miesen Fahrt einstempelst, wie alle anderen Leute. Du sollst Deinen Job ruhig hassen, wie alle anderen Leute. Sie erwarten, dass Du Dich stressen lässt und dem System erhalten bleibst, wie alle anderen Leute.

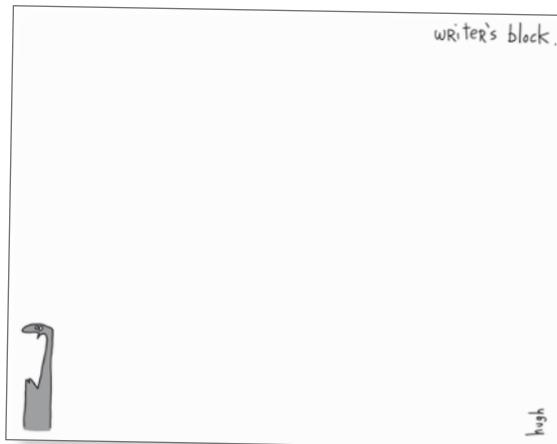
Es ist komisch, aber selbst heute, viele Jahre später, nehmen mir einige Leute immer noch übel, dass ich damals die Fliege gemacht habe. Kein Wunder, dass ich meinen Plan im Scherz „böse“ genannt habe. Wenn es nach bestimmten Leuten geht, habe ich etwas moralisch Verwerfliches getan, weil ich mich nicht den unausgesprochenen Regeln des unterdrückerischen Status Quo gebeugt habe und nicht mehr bereit war, mit der sprichwörtlichen „stillen Verzweiflung“ weiter zu machen.

Natürlich wird diese gesellschaftliche Ächtung auch auf Sie zu kommen, wenn Sie versuchen, Ihren eigenen Bösen Plan in die Tat umzusetzen. Nicht, dass die Leute etwas dagegen hätten, dass Sie Erfolg haben – sie wollen nur nicht, dass Sie auf eine Art und Weise Erfolg haben, wie sie selbst ihn auch gerne hätten, aber nicht haben können. Das liegt nun mal in der Natur des Menschen – es ist traurig, aber wahr.

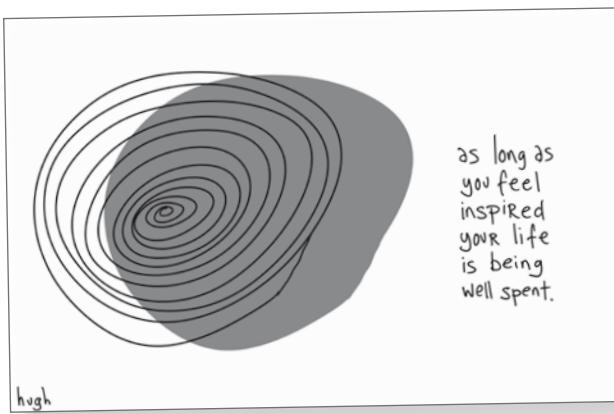
Pfeifen Sie darauf. Ihren eigenen Bösen Plan zu finden und in die Praxis umzusetzen, das gehört fraglos zu den großartigsten Dingen, die Sie in Ihrer kurzen Zeit, die Ihnen auf diesem Planeten zu leben vergönnt ist, tun können. Sie werden sehen, Sie treffen dabei bestimmt



auch, wie ich, ein paar unglaublich tolle Menschen mit ähnlicher Einstellung, die genau dasselbe vorhaben – gutes Geld verdienen mit dem, was sie mögen, etwas tun, das ihnen am Herzen liegt und der Mensch werden, der sie trotz aller widrigen Verhältnisse schon immer werden wollten. Finden Sie es heraus. Tun Sie es. Entdecken Sie den „Hunger“, der in uns allen lebt.



Der Block des Schriftstellers



as long as
you feel
inspired
your life
is being
well spent.

Solange Sie sich inspiriert fühlen, ist Ihr Leben lebenswert.



Willkommen, Hunger!

ER KOSTET SIE NUR DAS LEBEN

Hunger darauf, etwas Kreatives zu machen.

Hunger darauf, etwas Erstaunliches zu machen.

Hunger darauf, die Welt zu verändern.

Hunger darauf, etwas zu bewirken.

Hunger darauf, Spaß bei der Arbeit zu haben.

Hunger darauf, eines Tages zurückzuschauen und sich sagen zu können:

Toll, das hab ich gemacht!

Hunger darauf, möglichst viel aus der kurzen Zeit zu machen, die uns hier auf Erden vergönnt ist.

Hunger darauf, etwas Schönes zu träumen.

Hunger darauf, unser Leben mit erstaunlichen Menschen zu teilen.

Hunger darauf, dass Deine Synapsen Dauerfeuer geben.

Hunger darauf, Schönheit zu entdecken.

Hunger darauf, die Wahrheit sagen zu dürfen.

Hunger darauf, Teil von etwas zu sein, das größer ist als Du selbst.

Hunger darauf, gute Geschichten erzählen zu können.

Hunger darauf, Kurs zu halten, was auch immer kommt.

Hunger darauf, echte Leidenschaft zu spüren.

Hunger darauf, Liebe zu empfinden und auszudrücken.

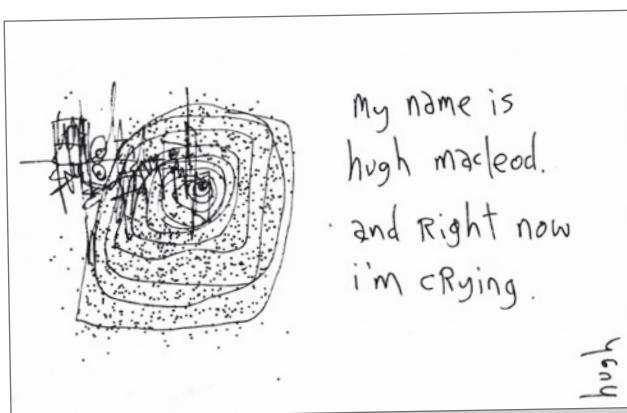
Hunger darauf, Freude zu empfinden und auszudrücken.

Hunger darauf, das Göttliche zu lenken.

Hunger darauf, intensiv zu spüren, dass man am Leben ist.

Der Hunger gibt Ihnen alles. Und er nimmt Ihnen alles. Er kostet Sie Ihr Leben, und Sie können nichts dagegen tun.

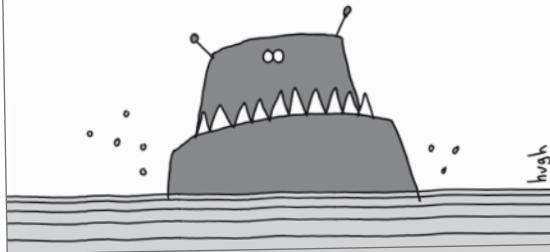
Das Wissen, dass es so ist, schenkt Ihnen schließlich die Freiheit.



Ich heiße Hugh MacLeod. Und ich weine gerade.



PARDON me while i drown in your
bullshit.



Vergeben Sie mir, während ich in Ihrem Bullshit versinke.

Der Markt der Dinge, an die man glauben kann, ist unendlich groß

„Wir sind hier, um Bedeutung zu finden. Wir sind hier, um anderen Menschen dabei zu helfen, dasselbe zu tun. Alles andere ist zweitrangig.“

GEGEN ENDE MEINER WERBE-KARRIERE, circa 2004, schrieb ich einen kleinen Blog-Beitrag, der schließlich „Das Hughtrain-Manifest“ getauft wurde. In dem Beitrag stand alles Wichtige, was ich bis dahin über Marketing wusste. Hier ist die neueste Version dieses Beitrags:



DAS HUGHTRAIN-MANIFEST:

„DER MARKT DER DINGE, AN DIE MAN GLAUBEN KANN, IST UNENDLICH GROSS“

Wir sind hier, um Bedeutung zu finden. Wir sind hier, um anderen Menschen dabei zu helfen, dasselbe zu tun. Alles andere ist zweit-rangig.

Wir Menschen möchten an unsere eigene Spezies glauben. Und wir möchten Menschen, Unternehmen und Produkte in unserem Leben haben, die es uns leichter machen, an einander zu glauben. So ist nun mal die menschliche Natur.

Nicht der Nutzen eines Produkts erregt uns, sondern der Glaube an die Menschheit und das Potenzial des Menschen.

Denken Sie weniger darüber nach, was Ihr Produkt kann; denken Sie mehr darüber nach, was der Mensch kann. Was sagt Ihr Produkt über die Menschheit aus?

Je größer die Aussage ausfällt, je größer die Idee ist, desto größer wird Ihre Marke werden.

Es genügt den Leuten nicht mehr, zu glauben, dass Ihr Produkt hält, was es auf dem Etikett verspricht. Sie wollen an Sie glauben und an das, was Sie tun. Wenn sie das nicht können, gehen sie woanders hin.

Es reicht nicht mehr, dass der Kunde Ihr Produkt gut findet. Er muss auch das Herstellungsverfahren akzeptieren.

Die Menschen werden anspruchsvoller – nicht in ihrer Eigenschaft als Kunden, sondern als spirituelle Wesen. Markenmanagement wird zur spirituellen Herausforderung.

Schließen Sie sich entweder dem Programm an, oder nehmen Sie sich einen Berater in Sachen Aussterbe-Management. Ohne Vision ist heute kein Geschäft mehr zu machen. Von jetzt an dreht sich Ihr Leben um Ihre Vision, Ihre Vorstellung vom Potenzial des Menschen.

Hauptaufgabe eines Werbemannes ist nicht, den Nutzen zu kommunizieren, sondern einer Überzeugung Ausdruck zu verleihen.

Der Nutzen eines Produkts ist zweitrangig. Er ist ein Ergebnis der Überzeugung, nicht umgekehrt.

Egal was Sie auch herstellen, irgend jemand wird sich bestimmt finden, der es besser, schneller und günstiger herstellen kann als Sie.

Die Moleküle gehören Ihnen nicht. Sie sind Sternenstaub. Sie gehören Gott. Was Ihnen gehört, ist Ihre Seele. Die kann Ihnen niemand nehmen. Ihre Seele ist es, die die Marke mit Informationen füllt.

Ihre Seele, die Absichten und Überzeugungen Ihrer Seele sind das, was die Leute in Wirklichkeit kaufen wollen.

Warum ist Ihr Böser Plan so großartig? Warum ist er so wichtig? Wenn Sie das nicht selbst wissen, weiß es auch niemand anderer – kein Werbemann, kein Einkäufer und ganz bestimmt auch kein Kunde.

Es geht nicht um Verdienste. Es geht um Glauben, Vertrauen, Überzeugung, Courage.

Es geht darum, warum Sie auf diesem Planeten sind. Um „eine kleine Kerbe ins Universum zu schlagen“.

Ich weiß nicht, warum Ihr Produkt gut ist, ja sehr gut, vielleicht sogar großartig. Ich möchte wissen, warum *Sie* so ein wunderbarer Mensch sind.

Wenn Sie es mir sagen können, kann ich die Botschaft weitergeben.
Dann wird es alle Welt wissen.“

Das ist der Punkt: Sie verkaufen nicht nur ein Produkt oder eine Dienstleistung, sondern das Ergebnis einer Überzeugung – Ihrer persönlichen Überzeugung. Das Verständnis Ihres persönlichen Systems von Überzeugungen ist eine wesentliche Voraussetzung für die Entwicklung Ihres Bösen Plans.



Mein Freund und Mentor, der große Marketing-Denker Seth Godin, hat einmal zu mir gesagt: „Du kannst nicht mehr Flaschen Wasser trinken, als Du jetzt schon trinkst. Du kannst auch nicht mehr Wein kaufen. Oder mehr Tee. Du kannst immer nur ein Paar Schuhe tragen, nicht mehrere zur gleichen Zeit. Und Du bekommst immer nur eine Massage ...“

Wo also ist Wachstum möglich? Was verkaufen Marketing-Leute? Was hebt sich ab?

Ich sage Ihnen, was es ist: Glaube. Ein Zugehörigkeitsgefühl. Bedeutung. Den kleinen, aber feinen Unterschied. Die Zugehörigkeit zur Sippe. Unser Bedürfnis nach solchen Dingen und Werten ist grenzenlos.“

Ein anderer Freund von mir, der Filmregisseur David Mackenzie, spöttelte einmal: „Ein Film ist nur so gut wie die Gründe, denen er sich verdankt.“

Was in Bezug auf Hollywood stimmt, stimmt auch für Produkte und Unternehmen. Wichtig ist nicht, was Sie machen, sondern woran Sie glauben. Darauf reagieren die Menschen. Daran zeigt sich, ob Ihre Gründung lebensfähig ist oder nicht.

Also: Fangen Sie damit an, dass Sie fest an etwas glauben. Es funktioniert – glauben Sie mir.