

# NextGen IT-Training AG

*Ein IT-Bildungszentrum schickt sich an, erwachsen zu werden*

## Teil 4: Die Konterrevolution

### Die bis jetzt bekannten Charakteren:

- **Johann Johanssons jun.**, Rufname **Junior**, Sohn reicher Eltern, wenig belastbar mit vielen Flausen im Kopf und CEO eines Bildungszentrum und vom Vater bis auf weiteres ad hoc nach Schottland verbannt.
- **NextGen IT-Training AG**, Kurzname **NextGen**, – einst eine Top-Adresse in der IT-Weiterbildung, heute ein Spielplatz für Selbstverwirklicher. Dank anhaltender Nachfrage profitabel, doch unter neuer Führung steht jetzt nur noch ein Ziel: die unumstrittene Nummer 1 der IT-Bildungszentren zu werden.
- **Johann Johanssons sen.**, Rufname **Senior** manchmal auch **Onkel Johnny**, gestrenger Vater vom Junior, Eigentümer und ARP der NextGen. Ex Staboffizier der Luftwaffe mit vielen Verbindungen in die Business-Welt.
- **Helmut Hauser**, Rufname **Helmut**, ehemaliger Majordomus des Senior und jetzt der rentenauffrischende Pedell der NextGen mit besten Beziehungen zum Senior.
- **Franz Blessing**, Rufname **Franz**, Freund vom Junior und jetzt der Marketingleiter (Chief Marketing Officer) der NextGen.
- **Theo Sturm**, Rufname **Theo**, Freund vom Junior und jetziger Verkaufsleiter (Chief Sales Officer) der NextGen.
- **Dr. Sören Johanssons**, Rufname **der Bruder**, der in der Schweiz lebende ältere Bruder des Seniors. Ein Literatur-Professor i.R.
- **Agamemnon Johanssons**, Rufname **Aga**, der Sohn des Bruders und Patenkind des Seniors. Ein angehender international tätiger Hotelmanager mit besten Referenzen und genialer Netzwerker. Lebt z.Z. in der Nähe von Lausanne und hat vor kurzem seinen MBA im Hotelmanagement an der **École hôtelière de Lausanne** gemacht. Er segelt gerne mit Studienfreunden auf dem Lac Léman (Genfer See) bevor er als Hoteldirektor eines Grand-Hotels in Singapur startet.
- **Yusuf Aydin**, Rufname **Yusuf**, Brother in Crime von Aga seit ihrer gemeinsamen Kochlehre im Berliner Hotel Adlon. Besitzer des 3 Sterne Nobel-Restaurants «Schneller Hirsch» in der Nähe des Baldeyseees.
- **Sissi Karen**, Rufname **Sissi**, Assistentin von Theo, dominant auftretende und selbsternannte Hausdame der NextGen.
- **Paula Dombrovskis**, Rufname **Paula**, Assistentin von Franz, smart und clever, weiss zu vermitteln, wenn die Stimmung mal wieder auf Sturm zeigt.
- **Elke Bauer**, Rufname **Elke**, Assistentin vom Junior, hat sich auf unbestimmte Zeit schon mal krank gemeldet.
- **Freya Bengs**, Rufname **Freya**, sie verantwortete das gesamte Housekeeping bei der NextGen.
- **Peter & Paul Reuter**, Rufnamen **Peter** und **Paul**, Besitzer der Oblivion Analytics GmbH, das IT-Management im Hause der NextGen.
- **Dr. Hans Schreiber**, Rufname **Dr. Schreiber**, so etwas wie der Consigliere des Seniors.

## „Genug ist genug“ – Der Aufruf zur Konterrevolution

Aga hatte alle Hände voll zu tun, sich mit den Finanzkennzahlen und weiteren relevanten Daten der NextGen auseinanderzusetzen. Freya erhielt ihren Arbeitsvertrag und übernahm ab Montag die Verantwortung für das Housekeeping und dessen Organisation. Ihr erster Auftrag bestand darin, eine umfassende Checkliste für alle relevanten Aufgaben zu erstellen und sich umgehend für ein entsprechendes Seminar zum Thema Housekeeping anzumelden. Falls gewünscht, sollte Paula sie dabei unterstützen.

Für Montagabend plante Aga ein NextGen-Team-Meeting, um über aktuelle Entwicklungen zu informieren. Sissi erhielt die Aufgabe, alle Beteiligten einzuladen, darunter auch Helmut, Freya, Peter und Paul. Ihr Gesichtsausdruck verriet, was sie davon hielt – in ihren Augen gehörten diese Personen in den Keller und hätten mit den Entscheidungen und Informationen der NextGen nichts zu tun.

Als am Montagabend der letzte externe Gast das Gebäude verlassen hatte, versammelte sich das Team in der Aula. Aga begann direkt:

**„Liebe Kolleginnen und Kollegen, danke, dass ihr alle erschienen seid. Diese Art von Jour Fixe wird es künftig häufiger geben – mindestens einmal im Monat. Ihr sollt wissen, wo wir stehen und welche nächsten Schritte geplant sind.“**

Theo hakte sofort nach: **„Und was ist mit den wöchentlichen Management-Meetings?“**

**„Die werden aufgehoben und stattdessen in das Jour Fixe integriert. Als kleines Team können wir es uns nicht leisten, doppelt über dieselben Themen zu sprechen.“**

Sissi, sichtlich irritiert, fragte spitz: **„Auch die Putzfrau und die IT-ler?“**

Aga blieb ruhig, doch seine Stimme nahm eine schärfere Note an: **„Das gesamte Team, so wie sie hier jetzt sitzen. Und ich bitte darum, dass wir alle mit Namen ansprechen. Freya ist unsere Hausdame – und ich bin froh, sie für NextGen gewonnen zu haben. Peter und Paul haben uns zuverlässig unterstützt. Ohne sie könnten wir das Licht ausmachen und ihr könntet euch direkt arbeitslos melden!“**

Man spürte förmlich, dass Aga gerade gereizt war. Die offen zur Schau gestellte Herablassung von Sissi war für ihn völlig inakzeptabel.

**„Wir sind eine Bildungseinrichtung und sollten selbst aktiv am Prozess teilnehmen. Das bedeutet, dass alle in herausgehobenen Positionen auch unterrichten sollten.“**

Was Aga nun sah, waren ungläubige Blicke – eine Mischung aus Fassungslosigkeit und Widerwillen.

Theo, der sich als Erster wieder gefasst hatte, stellte die naheliegende Frage: **„Was soll ich denn als CSO, als Vorstand für den Vertrieb, vermitteln?“**

**„Da fällt mir einiges ein: ein Seminar zum Thema ‘Wie wir Weiterbildung erfolgreich verkaufen – woran und wie lässt sich der Erfolg messen?’“** entgegnete Aga.

Theo lachte trocken. **„Am Ende auch noch für die Vertriebsmitarbeiter unserer Mitbewerber?“**  
**„Aber ja doch! Je mehr, desto besser.“**

Theo wurde sichtlich rot im Gesicht. **„Das ist doch Wahnsinn! Wir verraten doch nicht unseren Mitbewerbern, wie wir arbeiten!“**

Aga blieb ruhig. **„Es geht nicht darum, Geheimnisse preiszugeben, sondern um die Deutungshoheit im Sales-Prozess. Wenn wir den Anspruch erheben, der Beste der Besten zu sein, dann ist genau das ein probates Mittel. Auch Spitzenköche geben Seminare, um anderen zu zeigen, wie sie besser werden können.“**

Theo sprang wutentbrannt auf. **„Den Wahnsinn mache ich nicht mit!“** Er drehte sich um und verliess den Raum. Auch Sissi war pikiert und folgte ihrem Chef.

Es herrschte betretenes Schweigen. Wäre in diesem Moment eine Stecknadel gefallen, hätte man es laut und deutlich gehört.

Aga nahm es diesmal gelassen – er hatte mit Widerstand gerechnet, aber nicht damit, dass Theo und Sissi den Raum verlassen würden.

Unbeeindruckt fuhr er fort: **„Ich habe den Eindruck, dass das Thema PR bisher zu kurz gekommen ist. Ich hätte mir gewünscht, dass das Marketing eine Pressemeldung vorbereitet – zum Beispiel über den neuen CEO an Bord oder darüber, dass NextGen mit Freya eine Hausdame für das Bildungszentrum verpflichtet hat.“**

Erneut ungläubige Blicke im Raum.

**„Jede Nachricht, ob gut oder schlecht, ist eine Nachricht, die den Markt erreicht und uns sichtbarer macht.“**

Die Blicke von Franz und Paula sprachen Bände. Für Aga war klar: Hier fehlte es an grundlegender PR-Kompetenz und an Erfahrung mit einer Hochleistungs-Marketing-Organisation. Wer etwas nicht kennt, kann es nicht bewerten, nicht strategisch nutzen und höchstens aus seiner persönlichen begrenzten Perspektive kommentieren.

Es stand ausser Frage: Wenn er mit NextGen die Nummer 1 im Bildungsmarkt werden wollte, lag noch viel Arbeit vor ihm. Doch fehlendes Wissen lässt sich erweitern, neue Perspektiven können sich für alle Beteiligten öffnen. Die Herausforderung besteht darin, festgefahrene Strukturen und

Meinungen nicht die Oberhand gewinnen zu lassen – das wäre kontraproduktiv. Und wenn nichts hilft, dann blieb immer noch ein Personalwechsel als Ultima Ratio.

In einer nahegelegenen Dorfkneipe hatte Theo zu einer konspirativen Sitzung geladen. Gekommen waren jedoch nur Sissi und die plötzlich genesene Elke.

**„Wir müssen diesem Spuk ein Ende setzen. Dieser Typ mit seinen naiven Ansätzen zerstört, was wir mühsam aufgebaut haben. Ich gehe morgen zum Senior und werde ihm alles brühwarm auftischen. Er muss Aga zurück in die Berge schicken und mich sofort zum CEO ernennen – sonst bin ich weg!“**

Die beiden Frauen nickten zustimmend. Sie machten deutlich, dass sie hinter Theo standen und seine Drohung zu gehen unterstützten – wohl aber in der Hoffnung, dass es nicht so weit kommen würde, denn für sie war Theo ein guter, überzeugender und glaubwürdiger Kommunikator.

Für den nächsten Morgen hatte Aga ein Meeting mit Peter und Paul angesetzt. Sie starteten kurz vor halb acht. Aga hatte sich von Yusuf ein paar frische **Blaubeer-Muffins** einpacken lassen – er wusste aus seiner Zeit in den USA, dass man bei Business-Meetings besser nicht mit leeren Händen auftaucht.

**„Folks, ich will die NextGen zur Nummer eins machen. Dafür brauche ich belastbare Informationen, um eine langfristige Strategie zu entwickeln. Ich will wissen, welche Auszeichnungen, Leistungs- und Qualitätssiegel es für Bildungsorganisationen gibt. Ausserdem interessiert mich, wer aktuell die Nummer eins unter den privaten Bildungsanbietern ist, was sie haben, was uns fehlt. Wer sind unsere grössten Mitbewerber, warum sind sie vielleicht grösser als wir – und was unterscheidet die einzelnen IT-Bildungsanbieter voneinander? Wie sichtbar sind sie in der Presse und wer sind ihre grossen Zampanos?“**

Paul hakte nach: **„Meinst du die Nummer eins unter allen privaten Bildungsanbietern oder nur im IT-Bereich?“**

Aga lächelte. **„Wenn ich meinen Fahrstil verbessern will, könnte ich beim ADAC ein Fahrsicherheitstraining buchen. Oder ich könnte bei Schumi anfragen, ob er mich persönlich unterrichtet. Und jetzt stellt euch vor, beide Optionen würden mich das Gleiche kosten – ich würde ohne zu zögern Schumi wählen, auch wenn ich weiss, dass er Lichtjahre von meinem Level entfernt ist.“**

**Wir als NextGen orientieren uns nicht an der Konkurrenz, sondern immer an den nachweislich Besten der Besten. Alles andere wäre halbherzig und würde unsere Möglichkeiten begrenzen.“**

Was dann folgte, war ein angeregter Small Talk über Steve Jobs – und darüber, ob David Gilmour wirklich **Syd Barrett** ersetzen konnte. Oder ob nicht vielmehr **„Arnold Layne“**, **„A Saucerful of**

**Secrets“** und **„See Emily Play“** die wahren Songs der Ewigkeit seien, statt des allseits hochgejubelten **„The Dark Side of the Moon“**.

Immerhin war genau dieses Album das Emblem von **Oblivion Analytics GmbH** – und es blieb die Frage, wie sie überhaupt die Genehmigung bekommen hatten, es als Hintergrundlogo zu nutzen.

Theo hatte die ganze Nacht damit verbracht, sein Meeting mit dem Senior vorzubereiten. Noch am Abend zuvor hatte er ihn angerufen und um einen Termin gebeten – Thema: die Zukunft von **NextGen**. Er erhielt eine Einladung für den nächsten Tag um 16:00 Uhr zur Tea-time. Natürlich wollte er nicht allein antreten, also begleiteten ihn **Elke und Sissi**– als geistig-moralische Stütze.

Der Empfang beim Senior war überaus freundlich. **Dr. Schreiber** war ebenfalls anwesend. Man zeigte ihnen das Haus, den Pool, den Garten – und natürlich die Oldtimer-Sammlung. Alles lief in einer entspannten Atmosphäre ab und Theo spürte, wie sich sein Puls langsam wieder normalisierte.

Anschliessend setzte man sich in die Bibliothek und trank Tee. Nach einer Weile fragte der Senior schliesslich:

**„Leute, was führt euch zu mir? Wo kann ich helfen – oder besser gesagt: Wo können wir helfen?“** Dabei deutete er auf Dr. Schreiber.

Theo holte tief Luft – und liess dann all seinen Frust heraus. Zunächst höflich und vorsichtig, doch als der Senior und Dr. Schreiber verständnisvoll nickten und hin und wieder ein **„Unglaublich!“**, **„Wahnsinn!“** oder **„Mein Gott!“** von sich gaben, verlor er jegliche Zurückhaltung.

Er wettete über die **Parkplatzsituation**, die **neue Raumaufteilung**, den **mangelnden Respekt** ihm gegenüber – und dann der absolute Gipfel: **eine Putzfrau in einer Pressemeldung!**

Als er fertig war, herrschte für einen Moment Stille.

Dr. Schreiber sah ihn an: **„Und was ist jetzt Ihr Vorschlag?“**

Theo spürte, dass er Oberwasser hatte. Für ihn war die Sache klar – das war der Moment, in dem er als Sieger aus dieser Schlacht hervorgehen würde. **Er ging All-in.**

**„Ganz einfach: Sie geben mir die NextGen. Ich werde der neue CEO und mache weiter wie bisher. Schon zu Zeiten des Juniors war ich der eigentliche CEO und habe ihm in vielen Situationen den Kopf aus der Schlinge gezogen. Ich habe es mir verdient. Andernfalls kündige ich – und meine beiden Kolleginnen ebenfalls. Damit wäre das Ende von NextGen besiegelt. Und das will doch wohl niemand!“**

Überrascht von seiner eigenen Courage lehnte er sich zurück und wartete auf eine Antwort.

Der Senior wirkte erstaunt – ja, fast perplex. Dr. Schreiber nickte ihm zustimmend zu.

Nach einer Pause stand der Senior auf, holte tief Luft und sprach mit ruhiger, bedächtiger Stimme:

**„OK.“**

Stille.

**„Ich nehme hiermit Ihre und die Kündigung Ihrer beiden Begleiterinnen mit sofortiger Wirkung an.“**

Dr. Schreiber öffnete seine Mappe, zog drei Dokumente heraus und legte sie auf den Tisch. **Es waren Auflösungsvereinbarungen – mit einer äusserst grosszügigen Abfindung.**

**„Bitte lesen Sie und unterschreiben dann hier.“** Er deutete mit dem Finger auf die Unterschriftenzeile.

Theo erstarrte. **„Langsam, das war doch nicht so gemeint!“** rief er in den Raum.

Sie hatten mit vielem gerechnet – aber nicht mit diesem Ausgang. Elke und Sissi waren geschockt, dicke Tränen kullerten über ihre Gesichter.

Der Senior setzte nach:

**„Ich danke Ihnen – auch im Namen meines Sohnes und von Aga – für die Arbeit, die Sie für NextGen geleistet haben. Aber wie der selige Helmut Schmidt einmal sagte:**

**›Sei vorbereitet, aber verhandle nie mit Erpressern, Terroristen und Verbrechern.«“**

Er machte eine kurze Pause und fuhr dann fort:

**„Sie sind mit sofortiger Wirkung freigestellt und haben Hausverbot bei NextGen. Das Abfindungspaket wird Ihnen grosszügig über Ihre Trauer hinweghelfen. Viel Glück für die Zukunft.**

**Für Rückfragen oder sonstige Abklärungen steht Ihnen Dr. Schreiber jederzeit zur Verfügung.“**

Er wandte sich an Dr. Schreiber: **„Ich werde jetzt Aga informieren. Und ich werde Helmut bitten, Ihre Sachen aus den Büros in Kisten zu packen und sie Ihnen nach Hause zu liefern. Von mir aus können Sie auch noch kurz zur Firma fahren, um sie selbst einzupacken.“**

Dann sah er die drei an: **„Bitte noch Ihre Firmenschlüssel. Der Firmenwagen kann bis zum Ende der Kündigungsfrist genutzt werden, danach ist er im Autohaus abzugeben.“**

**Rums.** Damit hatten sie nicht gerechnet.

Als Aga am nächsten Morgen bei **NextGen** ankam, wollte er die Mitarbeiter über die Neuigkeiten informieren – doch die Nachricht war längst durchgesickert.

Theo und die beiden Damen waren am Vorabend noch im Zentrum gewesen, um ihre Sachen zu holen. Als ihnen **Helmut** über den Weg lief, konnte Theo seine Wut nicht mehr zurückhalten.

**„Die haben mich rausgeschmissen – trotz allem, was ich für sie getan habe! Besonders für den Junior! Ein undankbares Pack, das wird ein Nachspiel haben!“** brüllte er.

Helmut blieb völlig unbeeindruckt. **„Ich dachte, du hast dem Senior gedroht, dann voreilig gekündigt – und dabei die Ladies gleich mit reingerissen?“**

Theo starrte ihn für einen Moment an, sagte kein Wort, nahm seine Kiste und marschierte mit den beiden Frauen im Schlepptau davon.

Aga rief **Franz** und **Paula** an und fragte, ob sie Zeit für ein kurzes Meeting hätten. Beide waren noch immer ein wenig geschockt von den Ereignissen des Vortages.

**„Falls noch Fragen zu gestern offen sind – dann bitte jetzt.“** Mit diesen Worten eröffnete Aga das Gespräch.

Beide schüttelten den Kopf.

**„Die Struktur hätten wir mittelfristig ohnehin geändert. Marketing und Vertrieb gehören zusammen – der Vertrieb ist eine Untermenge des Sales. Ich habe mir die Systeme angesehen, die aktuell in beiden Bereichen genutzt werden. Aus meiner Sicht gibt es einige unnötige Doppelstrukturen und wichtige Daten konnte ich nicht finden. Das müssen wir anpassen.“**

Dann wechselte Aga abrupt das Thema. **„Was fällt euch als Erstes ein, wenn ihr an das beste und bekannteste Hotel in Berlin denkt?“**

**„Teuer und eine abgehobene Bettenburg für die Reichen und Schönen“**, sagte Franz.

**„Edel, weltberühmt und eine Wohlfühloase für hochrangige Gäste“**, ergänzte Paula.

**„Sonst noch etwas?“** fragte Aga. Es war offensichtlich, dass er die gewünschte Antwort noch nicht bekommen hatte. Schweigen. Ihre unsicheren Blicke wanderten über die Tischplatte.

**„Es ist in erster Linie eine Hochleistungs-Marketingorganisation mit der Möglichkeit, dort exzellent zu logieren – und als Kunde im Mittelpunkt zu stehen. Alles mit äussersten Perfektionsstandards, Sicherheit, Zuverlässigkeit und Diskretion, ohne dabei eine gewisse Distinguiertheit zu vernachlässigen – wer übertreibt macht sich lächerlich.“**

So hatten sie es noch nie betrachtet.

Franz runzelte die Stirn. **„Aber das ist doch alles wahnsinnig teuer.“**

Aga lächelte. **„Wenn Qualität und Leistungsniveau stimmen, ist der Preis immer zweitrangig.“**

Franz gab nicht auf. **„Aber unsere Teilnehmer suchen schon jetzt nach günstigeren Alternativen.“**

Aga lehnte sich zurück. **„Habt ihr euch schon einmal gefragt, warum das so ist? Kann es sein, dass das entsprechende Qualitätsniveau hier noch nicht erreicht wurde? Dass die Kunden den Gegenwert nicht erkennen? Dass hier am Tisch nur Vermutungen und Meinungen geäußert werden, ohne dass je eine fundierte Kundenbefragung durchgeführt wurde? Kann es sein, dass niemand so richtig weiss, wie Marketing und PR in einer Hochleistungs-Marketingorganisation funktionieren – mit welchen Tools und Methoden dort gearbeitet wird? Dass ihr euch immer in denselben Umfeldern bewegt habt und nie die vielen anderen Möglichkeiten kennengelernt habt? Dass ihr eure eigene Weiterbildung auf Wohlfühlseminare beschränkt habt?“**

Betretene Gesichter. Jeder wusste, dass eine vorschnelle Antwort unweigerlich zu weiteren Fragen von Aga führen würde.

Nach einer kurzen Pause fuhr Aga fort: **„Schaut her: Ich will NextGen zur Nummer eins in der IT-Weiterbildung machen. Dazu müssen wir uns selbst zu einer Hochleistungs-Marketingorganisation entwickeln. Franz, ich möchte, dass du Marketing und Vertrieb völlig neu ausrichtest. Paula, du könntest den PR-Bereich aufbauen. Natürlich braucht es dafür Zeit und jede Menge zusätzliches Wissen und Erfahrung.“**

Er machte eine kurze Pause und sah die beiden an.

**„Ich habe gestern Abend einige Telefonate geführt und hätte folgendes Angebot an euch: Ihr werdet für fünf Tage in ein Grand Hotel gehen – um dort zu beobachten, wie das Business funktioniert. Der jeweilige Concierge wird euer Host und Betreuer sein. Ich habe fünf Tage in Berlin organisiert – das Hotel könnt ihr euch denken – und fünf Tage in einem Grand Hotel in Zürich mit Blick auf die Stadt, den See und die Berge, wo bereits die Stones und viele Präsidenten genächtigt haben. Anschließend besucht ihr Seminare bei den Top-Bildungsanbietern in Deutschland und in der Schweiz.**

**Ich denke, wir schaffen das. Jetzt brauche ich nur noch eure Antwort – es ist ein einmaliges Angebot.“**

**„Ich bin dabei! Und danke!“** Beide antworteten gleichzeitig – ein leichter Hall war im Raum spürbar.

**„Bitte informiert eure Kolleginnen und Kollegen im Haus. Sie sollen sich mitfreuen können.“**

Auf dem Heimweg traf Aga im Treppenhaus die gutgelaunten **Peter und Paul**.

**„Hey Chef! Wenn du Lust hast und bereit bist, noch 'ne Runde Muffins zu spendieren, können wir dir morgen Mittag schon die ersten Antworten auf deine Fragen liefern!“** rief Peter ihm zu.



**„Geht klar! Ich bin morgen um zwölf in eurer Kemenate und informiert bitte auch Franz und Paula – es könnte für sie interessant und wichtig sein. Danke!“** sagte Aga und ging weiter.

Erst auf dem Weg zurück ins Hotel wurde ihm bewusst, dass die beiden gerade eigentlich über ihren freien Samstag und das anstehende Wochenende gesprochen hatten.

Am Abend sass er beim Essen mit **Yusuf**, der das Thema und die von Aga entfachte Dynamik höchst spannend fand.

**„Aga, darf ich morgen beim Meeting dabei sein? Und könnte ich vielleicht Olga Engels mitbringen – meine Marketing-Lady? Wir hatten heute schon ein Meeting und ich habe sie zum Abendessen eingeladen.“**

**„Sehr gerne! Wir sprechen über Themen, die Olga sicher interessieren werden.“**

Beim gemeinsamen Essen erzählte **Olga**, was sie beruflich d.h. marketingtechnisch für den **„Schnellen Hirschen“** machte und welche Erfahrungen sie in ihrer bisherigen Laufbahn gesammelt hatte. Aga nutzte die Gelegenheit, um die Leistungen, die Qualität und den einzigartigen **„Marotten“** von Peter und Paul in höchsten Tönen zu loben. **Er war stolz auf diese beiden Burschen.**

Am nächsten Mittag – es war Samstag – traf man sich im Keller der **Oblivion Analytics GmbH**.

Peter liess es sich nicht nehmen, die Gäste mit einer lautstarken Einspielung von **„Pictures at an Exhibition“** zu begrüssen. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde und Aga's Entschuldigung, für den freien Samstag eingeladen zu haben, öffnete Yusuf einen Karton voller frisch duftender Muffins.

Die Präsentation war sorgfältig vorbereitet und Peter begann mit dem ersten Slide:

**In der wissenschaftlichen Analyse offenbart sich die Essenz einer Fragestellung**

**oft im Wechselspiel von These und Antithese.**

**Erst durch die präzise Erfassung und das tiefgehende Verständnis**

**dieser dialektischen Muster wird der Weg zur Erkenntnis geebnet**

**und die Grundlage für belastbare Lösungen geschaffen.**

Jetzt betrat Paul die Bühne:

**„Aga, wir haben etwas gefunden, das es uns ermöglicht, deine Frage nach der Machbarkeit unseres Aufstiegs zur Nummer 1 in der IT-Weiterbildung mit einem klaren Ja zu beantworten.**

**Einen Fehler – oder nennen wir es Nachlässigkeit oder Unvermögen – den alle untersuchten IT-Bildungsanbieter begehen. Wer hier ansetzt, hat es deutlich leichter, die Spitze zu erreichen.“**

Man konnte die gespannte Neugier im Raum förmlich greifen.

Was nun folgte, versetzte die Zuhörenden in Staunen. **Paul** präsentierte mit spürbarem Enthusiasmus die eklatanten Denkfehler, die vielen IT-Bildungsanbietern unterlaufen – Fehler, die bei genauer Betrachtung eigentlich offensichtlich waren.

Er analysierte die Hintergründe dieser Fehleinschätzungen mit der Präzision eines **CSI-Ermittlers**: methodisch, fundiert und aufschlussreich. Dabei legte er nicht nur die Schwachstellen offen, sondern beleuchtete auch die möglichen Ursachen. Die Erklärungen waren schlüssig und einleuchtend.

*„Es gibt für all das eine logische Erklärung“, betonte Paul. „Man darf den Verantwortlichen keinen Vorwurf machen. Sie konnten es schlichtweg nicht besser – nicht, weil sie inkompetent wären, sondern weil ihnen wahrscheinlich das entscheidende Wissen und die Erfahrung fehlen.“*

Dann folgte der entscheidende Abschnitt der Präsentation:

**Wie lässt sich dieser Fehler gezielt nutzen, um an die Spitze zu gelangen?**

Paul zeigte auf, dass es erstaunlich einfach wäre, genau aus dieser Schwachstelle heraus die **Nummer eins im IT-Bildungsmarkt** zu werden. Die Strategie war klar, nachvollziehbar – und wirkte geradezu verblüffend.

**OK, liebe Leserinnen und Leser,**

die Details zu dieser Erkenntnis erfahren Sie zuerst am 20. März in Stuttgart – exklusiv auf unserem diesjährigen Management-Seminar:

## **Winning Performance 2025: Spitzenleistungen in IT-Education**

Das PerformNet Management-Seminar für entscheidungsoffene  
Fach- und Führungskräfte

Mehr Infos auf der Startseite: <https://performnet.ch>

Seien Sie dabei – und sichern Sie sich Ihren Wissensvorsprung!

----- ULH -----