

Wenn du das Gleiche machst wie alle anderen

**Das Pareto-Prinzip – ich dachte lange,
ich hätte es verstanden**

Vilfredo Pareto war ein italienischer Ingenieur, Ökonom und Soziologe im 19. Jahrhundert. Er entwickelte das sogenannte Pareto-Prinzip, das einige Leute bereits zu kennen glauben. Genau genommen ist das allerdings kein Prinzip, sondern eine mathematische Formel.

Pareto fand heraus, dass sich alles 80/20 teilt:

- » 20 % der Weltbevölkerung halten 80 % des Vermögens.
- » Umgekehrt halten 80 % der Bevölkerung nur 20 % des Vermögens.
- » 20 % der Kunden machen 80 % des Ertrags für ein Geschäft,
- » wogegen 80 % der Kunden nur 20 % des Ertrags machen.
- » Umgekehrt machen auch 20 % der Menschen 80 % des Ärgers etc.

Aber Pareto gilt nicht nur für Wirtschaft, Menschen und Verkäufer, sondern auch für Pflanzen, Bäume und sogar Planeten.

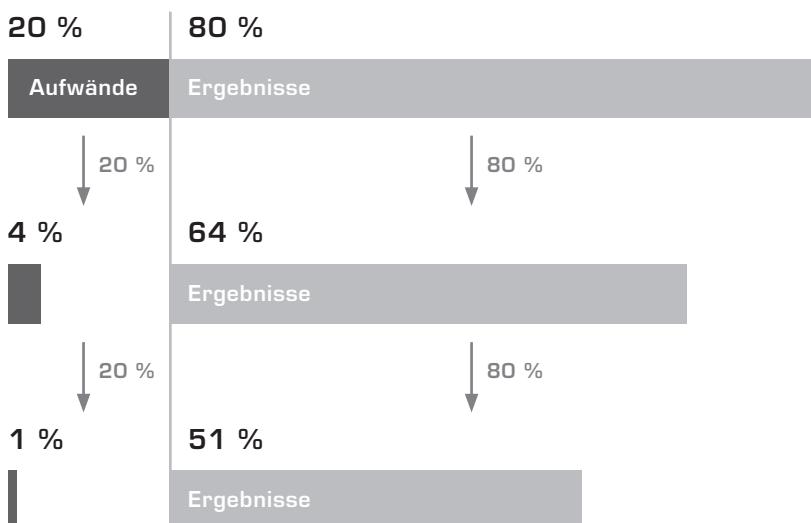
Der Baum vor meiner Tür produziert mit 20 % seiner gesamten Blätter 80 % seiner Nährstoffe. 20 % der Flüsse transportieren 80 % des Wassers etc.

So weit, so gut, das wirst du vielleicht schon kennen. Allerdings ist den meisten Leuten nicht bewusst, dass Pareto kein nettes Prinzip, sondern tatsächlich eine mathematische Formel ist. Denn auch 80/20 teilt sich wieder 80/20, mit folgender Konsequenz:

- » Mit 20 % deiner Aktionen machst du 80 % deines Ergebnisses,
- » mit 4 % deiner Aktionen machst du 64 % deines Ergebnisses und
- » mit knapp 1 % deiner Aktionen machst du gut 51 % deines Ergebnisses.

Gleiches gilt natürlich wieder für Kunden, Geld, Flüsse, Bäume etc.

Das Pareto-Prinzip



Wenn du das Gleiche machst wie alle anderen

Irgendwann musst du für dich die Entscheidung treffen, auf welcher Seite du stehen möchtest. Möchtest du die 20 % oder die 80 % sein?

Hierzu später mehr.

Lass dich nicht verarschen

Entschuldige bitte die Wortwahl, jedoch sagt kein anderer Satz es besser aus. Was meine ich damit? Ich meine, dass ich im Laufe meiner Unternehmerkarriere eins gelernt habe: Selten ist etwas so, wie es scheint. Nichts passiert zufällig, und glaube auf keinen Fall Dinge blind mit der Begründung „Ist halt so“!

De Beers

In unserer Gesellschaft ist es komplett üblich, dass ein Mann beim Heiratsantrag seiner zukünftigen Frau einen Diamantring schenkt. Forscht man in der Geschichte ein wenig nach, findet man heraus, dass das vor den 60er-Jahren überhaupt nicht der Fall war. In den 60er-Jahren stellte sich der Quasi-Monopolist für Diamanten De Beers mit seinem Marketingteam die Frage: „Wie können wir mehr Diamanten verkaufen?“

Das Marketingteam hatte folgende Idee: Wie wäre es, wenn wir eine massive Kampagne fahren, die folgenden Inhalt hat: „Wenn du als Mann wirklich etwas auf dich hältst und deine Frau tatsächlich liebst, dann gehört es sich, ihr beim Heiratsantrag einen Diamantring zu schenken.“ Gesagt, getan. Die Kampagne war gut gemacht, und somit stiegen die Verkaufszahlen stark an.

Doch das reichte De Beers nicht. Deswegen änderte man nachfolgend die Kampagne ein wenig ab: „Ein Mann, der wirklich etwas auf sich hält, investiert mindestens einen Monatslohn in den Diamantring für seine Angebetete.“

Als De Beers bemerkte, dass auch diese Kampagne funktionierte, wurde sie wieder geändert: „Ein Mann, der etwas auf sich hält und seine Angebetete wirklich liebt, sollte auf jeden Fall zwei bis drei Monatsgehälter in den Diamantring investieren.“ Klingt das romantisch? Als ich das herausfand, konnte ich es kaum glauben.

Körperbehaarung

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts stellte die Rasierklingenindustrie fest, dass ihre Zahlen stagnierten. Der Grund dafür war einfach der gesättigte Markt. Was tun? Schlaue Marketingleute hatten dann die Idee, dass man es einfach nur schaffen müsste, Körper- und Genitalbehaarung in der öffentlichen Wahrnehmung mit „eklig“ zu verbinden. Schon würden dreimal so viele Rasierklingen verkauft werden wie bisher. Gesagt, getan. Der Rest ist Geschichte.

Versteh mich bitte nicht falsch, auch ich finde exzessive Körperbehaarung nicht unbedingt schön. Ich finde es aber genauso merkwürdig, dass man durch irgendwelche äußerer Zwänge dazu gebracht wird, „blitzblank“ zu sein, damit man nicht schräg angeschaut wird.

Hierzu benutzen die Marketingstrategen gewisse Mechanismen aus der Gruppenpsychologie. Es werden über gewisse Mittel Trends installiert, bis hin zum sozialen Zwang, einfach nur um Geld zu verdienen.

Die Geburt des Weihnachtsmannes

Inzwischen hat es sich schon langsam herumgesprochen, dass der Weihnachtsmann keine biblische Figur ist und auch überhaupt nichts mit unserer Kultur oder sonst was zu tun hat. Tatsächlich ist der Weihnachtsmann von Coca-Cola erfunden worden, mit dem Zweck, die Markenfarbe positiv zu assoziieren (in Verbindung zu bringen).

Ist das nicht interessant, wie einem nach einer gewissen Zeit Dinge als „natürlich“ erscheinen, obwohl sie künstlich installiert wurden?

Wenn du das Gleiche machst wie alle anderen

Lemminge

Vielleicht hast du schon einmal den Spruch „wie die Lemminge“ gehört. Das bedeutet so viel wie „hirnlos ins Verderben stürzen“. Lemminge sind so eine Art Meerschweinchen, denen man nachsagt, dass sie Selbstmord begehen und sich ins Meer stürzen würden, wenn sie sich zu stark vermehren. Viele Leute glauben das.

Das ist jedoch keine zoologische Erkenntnis, sondern entstand in einem Walt-Disney-Film. In diesem wurde das Ganze so dargestellt, als wäre es Fakt. Tatsächlich wurden die Lemminge sogar mit ziemlicher Anstrengung über die Klippe geschubst und zum Abstürzen gebracht. Und das, gekoppelt mit guter Kameraführung, bringt die Leute zu dem Glauben, Lemminge würden tatsächlich Selbstmord begehen. Nein, leider wurde wieder aus finanziellen Gründen ein Trugbild geschaffen.

Die Medien/Finanzmedien

An oben genannten Beispielen habe ich versucht darzustellen, wie leicht es passieren kann, dass man falsche Informationen untergejubelt bekommt. Man hört sie einfach sehr oft und nimmt sie deswegen als gegeben (oder sogar als wahr) hin. Einer meiner Mentoren sagte einmal: „Deine Entscheidungen sind nur so gut wie die Informationen, aufgrund deren du sie triffst.“

Ich musste mich oft bei Fehlschlägen daran erinnern, wie recht er hatte. Was will ich damit sagen? Die Antwort ist einfach! Woher bezieht man üblicherweise seine Informationen? Von Medien, Blogs, Hörensagen etc. Und glaube mir eines: Informationen werden nicht wahrer dadurch, dass sie öfters wiederholt werden.

Gerade Zeitschriften und andere Medien müssen auch ihre Rechnung bezahlen und können nicht wirklich schreiben, was sie denken. Das könnten sie nur, wenn sie wirklich finanziell unabhängig wären, von Politik, Wirtschaft, Finanzwesen und den Marschrouten ihrer Eigentümer.

BSE, Vogelgrippe und andere Feindbilder

„Divide et impera“ (lateinisch für „Zerschlage und herrsche“ oder „Teile und herrsche“) ist eine beliebte Technik, mit der man Leute beschäftigt hält. Die Schwarzen gegen die Weißen, die Republikaner gegen die Demokraten, die Muslime gegen die Christen. Schon die Römer herrschten mit diesem Leitsatz. Sie hetzten Völker gegeneinander auf, was diese natürlich schwächte. So waren sie keine Bedrohung für die Interessen Roms.

Ist dir schon einmal aufgefallen, dass ständig Angstszenarien aufgebaut werden und dann wieder völlig vergessen sind? Zuerst das schreckliche BSE bei Rindern. Dann die Vogelgrippe. Und heutzutage? Plötzlich alles weg?

Vor Jahren waren die Zeugen Jehovas sehr gefährlich, dann die Scientologen und jetzt die Muslime ... Könnte es sein, dass solche „Hypes“ auch nichts anderes als geschickt gesteuerte Marketingkampagnen sind, um zum Beispiel Medikamente zu verkaufen (Medikament Tamiflu gegen Vogelgrippe) oder Rindfleischpreise an den Börsen zu beeinflussen?

Innovationen und weltverändernde Ideen werden dagegen oft angegriffen, da das Establishment oder wichtigtuerische „Autoritäten“ um ihre Positionen fürchten. Wenn man im Mittelalter nicht glauben wollte, dass die Erde eine Scheibe sei, sondern sich gar traute zu behaupten, sie sei eine Kugel, dann wurde man als Ketzer auf dem Scheiterhaufen verbrannt.

Heute ist das nicht unbedingt anders, die Methoden haben sich nur geändert: Wenn du heute aus der Reihe tanzt, dann versuchen diese Typen deine Reputation zu „kreuzigen“ oder deine Geschäftsgrundlagen zu sabotieren. Beliebt ist auch immer, den Dissidenten als Witzfigur oder Betrüger darzustellen. Es ist schon oft eine „verkehrte Welt“, in der man die Guten angreift und die Bösen (sofern sie genug Geld haben) beschützt.

Also:

- » Glaube nichts, was dir nicht bewiesen wurde!
 - » Wenn du Dinge öfters hörst, dann heißt das nicht, dass sie wahr sind. Gerade Geheimdienste arbeiten mit der Technik, dieselbe Lüge an verschiedenen Orten zu verbreiten. Man will den Eindruck erwecken, dass die Information wahr wäre, weil verschiedene Quellen das Gleiche sagen.
 - » Hinterfrage auch das, bei dem du gar nicht auf die Idee kämst, es zu hinterfragen!
 - » Lass dich nicht aufhetzen und bleib cool, wenn das nächste Mal eine neue „Sau durchs Dorf getrieben“ wird.
 - » Reduziere passiven Nachrichtenkonsum (Fernsehen und Soziale Medien) und beschäftige dich mehr mit nutzbringendem Wissen.
 - » Be a rulebreaker! Wenn du heutzutage nicht auf irgendeiner schwarzen Liste stehst oder manche Leute sich nicht von dir auf die Füße getreten fühlen, solltest du dir die Frage stellen, ob du wirklich aktiv genug bist, um es zu etwas zu bringen.
-

Teste dein Verstehen:

- + Wie lautet die Pareto-Grundregel?
- + Wie errechnen sich die 4 % und das 1 %?
- + Warum wäre es schlau, seinen Fokus auf die 20/4/1 % zu richten?
- + Was passiert, wenn du diese Regel nicht anwendest?
- + Warum sollten bei dir „alle Alarmglocken läuten“, wenn alle in eine Richtung rennen oder „Kreuzigt ihn!“ rufen?
- + Welche Entscheidungen solltest du treffen, damit du in Zukunft möglichst wenig manipulierbar bist?
- + Im Workbook Nr. I der „90-Tage-Challenge“ auf Seite 33 findest du 20 Coachingfragen und Übungen, die dir dabei helfen werden, dass dir Pareto wirklich in Fleisch und Blut übergeht, du jede Menge Zeit sparst, du wirklich unbeeinflusst Entscheidungen treffen und Manipulation durchschauen wirst.

Hol Dir das physische Buch

250.000+
verkaufte Exemplare



43 bewährte Erfolgsgesetze für Deinen
privaten, beruflichen und finanziellen Erfolg.

Was sich hinter diesem reißerischen Titel verbirgt?

Die 43 Erfolgsgesetze und 668 Erkenntnisse aus diesem praxiserprobten Erfolgswegweiser helfen Dir dabei, erfolgreicher in allen Lebensbereichen zu sein:

- **Persönlicher Erfolg:** Wie Du Deine wahre Leidenschaft findest, Dir die richtigen Ziele setzt, mehr freie Zeit gewinnst und Deine volle Energie und Freude am Leben zurückgewinnst ...
- **Beruflicher Erfolg:** Wie Du mit übergeordneten Prinzipien und Werkzeugen einen laserscharfen Fokus entwickelst und in kürzester Zeit viel mehr schaffst und Deine Ziele einfacher, schneller und stressfreier erreichst ...
- **Finanzialer Erfolg:** Wie Du mit den effektivsten Strategien der Millionäre blitzschnell Eigenkapital aufbaust, Deinen Cashflow verdoppelst, Deine Bonität steigerst und in 14 Schritten Deine finanzielle Freiheit ohne Rückschläge erreichst ...

Nutze dieses Insiderwissen für Deinen Erfolg, indem
Du Dir jetzt Dein kostenloses Exemplar bestellst!

(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

