

Je Woche

19. Jahrgang  
ISSN 1862 - 1996



# Kulturexpress

Unabhängiges Magazin



**Flüchtlingsunterkünfte:** Leichtbauhallen auf Betonpfählen bieten Schutz vor Überschwemmung

Ausgabe 48

vom 26. November – 02. Dezember 2023

## Inhalt

- Unterkunft für 248 Menschen auf der Bachweide in Wetzlar
- Diese 6 Fehler kosten Unternehmen Millionen
- Interview: Die häufigsten Fehler bei der Unternehmensgründung
- Jungunternehmer Max Weiß über die Gefahren zwischen Arbeit und Erschöpfung

Zeitschrift für Kunst, Kultur, Philosophie, Wissenschaft, Wirtschaft und Industrie  
Kulturexpress verpflichtet sich unabhängig über wirtschaftliche, politische und kulturelle Ereignisse zu berichten. Kulturexpress ist deshalb ein unabhängiges Magazin, das sich mit Themen zwischen den Welten aus Wirtschaft und Kultur aber auch aus anderen Bereichen auseinandersetzt. Das Magazin bemüht sich darin um eine aktive und aktuelle Berichterstattung, lehnt jedoch gleichzeitig jeden Anspruch auf Vollständigkeit ab.

### Impressum

Herausgeber Rolf E. Maass  
Postfach 90 06 08  
60446 Frankfurt am Main  
mobil +49 (0)179 8767690

[www.kulturexpress.de](http://www.kulturexpress.de)  
[www.kulturexpress.info](http://www.kulturexpress.info)  
[www.svenska.kulturexpress.info](http://www.svenska.kulturexpress.info)  
[www.engl.kulturexpress.info](http://www.engl.kulturexpress.info)

Finanzamt IV Frankfurt a/M  
USt-idNr.: DE249774430  
[redaktion@kulturexpress.de](mailto:redaktion@kulturexpress.de)

Kulturexpress in gedruckter Form  
erscheint wöchentlich

## Unterkunft für 248 Menschen auf der Bachweide in Wetzlar

Zwei neue Notunterkünfte hat der Lahn-Dill-Kreis in nur knapp zwei Monaten errichtet: in Rechtenbach und in Wetzlar an der Bachweide. Während die Leichtbauhallen in Rechtenbach bereits seit dem 28. September 2023 belegt wurden, werden in Wetzlar ab dem 5. Oktober 2023 geflüchtete Menschen untergebracht. In der Erstbelegung kommen dort 70 Personen an.

Bis zu 248 Menschen bekommen an der Bachweide ein Dach über dem Kopf. Die Einrichtung ist zunächst für ein halbes Jahr in Betrieb, mit der Option auf Verlängerung, wenn die Stadt Wetzlar zustimmt.

Die Stadt Wetzlar hatte bereits mit dem Festplatz Finsterloh eine große Notunterkunft zur Verfügung gestellt. Mit dem neuen Standort können die vielen Menschen, die aktuell in Deutschland Schutz suchen und auch bei uns ankommen, weiterhin seitens des Lahn-Dill-Kreises untergebracht werden. „Wir sind der Stadt sehr dankbar für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit“, sagt Kreis-Sozialdezernent Stephan Aurand. Auch dank der zweiten Notunterkunft in Rechtenbach – beide zusammen bieten bis zu 440 Geflüchteten ein vorübergehendes Zuhause – kann der Kreis Delegationen an die Städte und Gemeinden bis Anfang November verhindern.

In insgesamt 120 Gemeinschaftsunterkünften des Lahn-Dill-Kreises sind derzeit Menschen untergebracht. Sie werden von den Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeitern des Kreises betreut.



Die AWO Lahn-Dill ist Betreiberin der Notunterkunft in Wetzlar und heißt die ankommenden Menschen herzlich willkommen mit einem Plakat. Bis zu 248 Schutzsuchenden können vorübergehend in zwei Leichtbauhallen wie dieser untergebracht werden  
Foto: Ulrike Kammler/ Lahn-Dill-Kreis

## Betreiberin der Notunterkunft an der Bachweide ist die AWO

In Wetzlar an der Bachweide wird die Arbeiterwohlfahrt Lahn-Dill (AWO) für die Geflüchteten vor Ort sein und sie betreuen. Sie ist erstmals Betreiberin einer Gemeinschaftsunterkunft im Lahn-Dill-Kreis. Vor Ort sein wird auch eine Security, rund um die Uhr, an jedem Tag in der Woche. Seitens des Kreises sind die Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter zu festen Zeiten für die Menschen da. Das Team ehemaliger Polizisten wird wieder als Sicherheitsberatung und zum Deeskalieren in der Gemeinschaftsunterkunft eingesetzt.

Zwei Leichtbauhallen mit 62 Zimmern, verteilt auf vier Flure, dienen als Unterkunft. Jedes Zimmer hat eine Tür. Abschließbare Spinde für die persönlichen Sachen sind in jedem Raum vorhanden. Die Räume sind mit zwei Doppelstockbetten und einem Tisch mit vier Stühlen eingerichtet. Um das Smartphone zu laden, gibt es USB-Steckdosen. In einer weiteren Leichtbauhalle sind ein Aufenthaltsraum, unter anderem mit Kinderspielzeug und Sitzgelegenheiten, ein Essenssaal mit Bierzeltgarnituren und ein großer Raum zum Kochen eingerichtet.



Mit Doppelstockbetten, Tisch und Stühlen sowie Spinden sind die Zimmer in der Notunterkunft an der Bachweide in Wetzlar ausgestattet. Insgesamt können so bis zu 248 Menschen untergebracht werden. Foto: Ulrike Kammler/ Lahn-Dill-Kreis

Blick in die Gemeinschaftsküche in der Notunterkunft Bachweide in Wetzlar. An einem der 32 Herde können die Menschen ihr Essen selbst zubereiten, 32 Spülen stehen für den Abwasch bereit. In den 22 Kühlschränken hat jeder Bewohner ein eigenes abschließbares Fach. Foto: Ulrike Kammler/ Lahn-Dill-Kreis

Die Notunterkünfte in Wetzlar und Rechtenbach sind als Selbstversorger-Unterkünfte eingerichtet. Die Menschen können selbst einkaufen, kochen und spülen. Jeder und Jedem dort Untergebrachten steht ein abschließbares Fach in einem der insgesamt 22 Kühlschränke zur Verfügung. An 32 Herden können sie kochen und es gibt 32 Spülen.

Sechs Toiletten- und sieben Duschcontainer, jeweils getrennt nach männlich und weiblich, sind eingerichtet. Außerdem gibt es Lagerräume und Büros für die Mitarbeitenden der AWO sowie des Lahn-Dill-Kreises und der Security, die in fünf Containern untergebracht sind. Auf dem gesamten Platz gibt es WLAN.

Da die Notunterkunft im Überschwemmungsgebiet zwischen Lahn und Dill errichtet wurde, musste das gesamte Gelände zunächst auf ein einheitliches Niveau aufgeschüttet werden, auf 148,25 Meter über Normalnull. Die Leichtbauhallen stehen zusätzlich auf insgesamt 650 Betonpfähle, die 80 Zentimeter hoch sind.

Die Planungen für die Notunterkunft an der Bachweide hatten im Juni begonnen, innerhalb von zwei Monaten wurde das Areal hergerichtet. Bis jetzt hat die Anmietung der Leichtbauhallen und des Inventars, der Aufbau und alles weitere rund zwei Millionen Euro gekostet.  
ie.



In der großen Gemeinschaftsküche hat jeder ein eigenes, abschließbares Fach in einem der 22 Kühlschränke. In der Notunterkunft versorgen sich die Menschen selbst  
Foto: Ulrike Kammler/ Lahn-Dill-Kreis

Meldung: Lahn-Dill-Kreises – Der Kreisausschuss, Wetzlar

vom 02. Dezember 2023

## Jungunternehmer Max Weiß über die Gefahren zwischen Arbeit und Erschöpfung

Wie der 23-jährige Geschäftsführer der WEISS Consulting & Marketing GmbH ein Burnout ohne Medikamente besiegt hat. Prävention gehört heute zu seinem Alltag – und seinen Unternehmer-Coachings.

„Eines Tages hat es Peng gemacht“ – so beschreibt Max Weiß das Gefühl, als er vor gut einem Jahr zusammenbrach und in die totale Erschöpfung glitt. Er hatte ein Burnout. Mit 22 Jahren. Max Weiß ist Gründer und Geschäftsführer der Unternehmensberatung WEISS Consulting & Marketing GmbH mit Sitz im bayerischen Bad Tölz. Die Firma berät und schult Unternehmer und Start-ups im deutschsprachigen Raum in puncto Social-Media-Marketing. Darüber hinaus hat Weiß weitere Unternehmen gegründet und aufgebaut. Fünf Jahre Vollgas in der Selbstständigkeit haben ihn schnell zum Millionär gemacht. Aber auch ihren Tribut gefordert. Max Weiß ist einer von vielen. Seit Jahren steigen die Zahlen der Burnout-Diagnosen in Deutschland rasant. Selbstständige und Unternehmer sind eine besonders gefährdete Risikogruppe. Max Weiß: „Selbstständige geben Vollgas und vergessen, auch auf die Bremse zu treten.“ Knapp ein Jahr nach seinem Zusammenbruch hat er das Tief ohne Medikamente überwunden. Heute ist er sensibilisiert und kennt die Alarmzeichen der totalen Erschöpfung. Das Thema selbst ist inzwischen Baustein seiner Coachings, weil er andere davor bewahren will, Ähnliches durchmachen zu müssen.



Portrait Max Weiß

Es ist eine Gratwanderung: Gerade in der Aufbauphase müssen Unternehmer alles geben, der Arbeit Priorität einräumen und auch bis spät nachts und an den Wochenenden im Büro sitzen. Gleichzeitig wissen die meisten Gründer, dass sie sich nicht überfordern sollten, um nicht in ein Burnout zu rutschen. Was die wenigsten wissen: Wo ist die gesunde Grenze? „Da hat jeder sein individuelles Limit, aber sicher ist, dass man Regenerationsphasen braucht. Auch ein Sportler trainiert nicht an sieben Tagen pro Woche“, sagt Max Weiß. Das Thema Burnout wird immer relevanter, beobachtet er. Denn die Arbeitswelt wird zunehmend anspruchsvoller: Selbstständige müssen sich auf einem hart umkämpften Markt behaupten, Angestellte erleben immer häufiger, dass weniger Mitarbeiter mehr Arbeit erledigen. Beide Gruppen schieben oft einen Berg an Unerledigtem vor sich her. Das zehrt.

**Max Weiß: „In solchen Phasen ist man taub.“**

Doch nicht jeder, der viel arbeitet, entwickelt sofort ein Burnout-Syndrom. „Wer mal eine Zeit lang intensiv arbeitet, erlebt vielleicht Stress, aber noch kein Burnout“, sagt Max Weiß. Von solchen Arbeitsphasen kann man sich wieder erholen. „Ein Burnout baut sich über längere Zeit auf“, weiß er aus eigener Erfahrung. Bereits als Jugendlicher begann er, mit Social-Media-Marketing für Unternehmen sein erstes Geld zu verdienen. Mit 18 Jahren gründete er seine eigene Social-Media-Agentur. Wenig später folgte die Unternehmensberatung WEISS Consulting & Marketing GmbH, die Firmen berät, wie sie ihre Produkte und Dienstleistungen im Internet vermarkten können. Daneben hat er ein Coaching-Konzept entwickelt, mit dem er Gründer im

deutschsprachigen Raum dabei unterstützt, selbst erfolgreiche Social-Media-Agenturen aufzubauen. Parallel dazu betreibt er unter anderem das Reinigungsunternehmen Office & Home Management GmbH mit seiner Lebensgefährtin Charlotte Koller sowie den erfolgreichen Podcast „Next Level Business“.

Max Weiß hat lange Zeit Vollgas gegeben. „Ich habe vier Jahre lang sieben Tage pro Woche gearbeitet, oft auch bis spät in die Nacht. Gegessen habe ich nebenher am Schreibtisch. Für Ausgehen mit Freunden oder gar Sport blieb da keine Zeit. Das ging irgendwann auf den Körper und die Psyche.“ Bereits mit Anfang 20 nahm der frühere Triathlet und Fußballer extrem an Gewicht zu. Dazu kamen massive Schlafprobleme. Bekannte sagten ihm, er sei plötzlich gealtert. „Dann erlebte ich auf einem Business Event eine Panikattacke. Mein Körper war voller Adrenalin.“ Von da an fühlte er sich nur noch müde und erschöpft. Selbst ein T-Shirt anzuziehen, war anstrengend. Heute kennt er die Alarmzeichen eines Burnouts: „Wenn die Arbeit das komplette Leben bestimmt, man sich sozial zurückzieht und keine Freunde mehr sieht, sich ständig gestresst fühlt, auch wenn es dazu gar keinen Anlass gibt, man dauerhaft müde ist und Schlafprobleme hat, ist das Alarmstufe Rot“, sagt Max Weiß. Hätte er auf sein Umfeld gehört, das ihm immer wieder zurief, zu viel zu arbeiten, hätte er die Notbremse ziehen können. „Aber in solchen Phasen ist man taub.“

### „Aus kleinen Techniken kann man viel rausholen.“

Max Weiß holte sich ärztliche und therapeutische Hilfe und krepelte sein Leben komplett um. Sport, gesunde Ernährung und Entspannungstechniken sind heute fester Bestandteil seines Alltags. „Früher habe ich geschmunzelt, wenn jemand erzählt hat, er mache Yoga oder Atemübungen. Heute schätze ich die Techniken und wende sie selbst an.“ Der mentalen Gesundheit komme nach den Worten von Max Weiß im Genesungsprozess eine zentrale Bedeutung zu. Mit psychologischer Unterstützung habe er seine Glaubenssätze verändert: „Früher habe ich mich ständig getrieben gefühlt, Dinge erledigen zu müssen, To-do-Listen abzuhaken, zwölf Stunden am Tag zu arbeiten und bloß nichts liegen zu lassen. Heute gehe ich alles gelassener an.“

Mittlerweile arbeitet Weiß im Wechsel mal vier, mal fünf Tage pro Woche. Morgens beginnt er den Tag mit Fitness, Joggen, Yoga oder Shiatsu. Eine Mittagspause ist obligatorisch, zwischendurch macht er zusätzlich „Mikropausen“, wie er sie nennt: Zeit für eine Atemübung oder einen kurzen Gang an die frische Luft. „Aus kleinen Techniken kann man viel rausholen.“ Spätestens um 19 Uhr verlässt er das Büro, die Abende und die Wochenenden sind arbeitsfreie Zeit. Erholung tankt er in der Natur, beim Radfahren, Wandern oder bei den Pferden seiner Lebensgefährtin. „Gerade in einem kreativen Job ist es wichtig, Regenerationsphasen zu haben.“ Seit er sich freie Zeit gönnt und Raum zum Reflektieren gibt, sprudeln die guten Marketing-Ideen im Job. Allerdings ist der Heilungsprozess nicht linear. „Es gibt Rückschritte. Geduld zu haben, ist deshalb das Schwierigste. Aber wenn man seinen Körper lange vernachlässigt hat, braucht es Zeit, bis er sich wieder regeneriert.“

Besonders stolz ist er darauf, dass er aus dem Burnout ganz ohne Medikamente herausgekommen ist. „Ich hätte es mir einfacher machen können. Aber ich habe einen Weg ohne Medikamente gewählt. Er hat für mich funktioniert – und ist sicher auch nachhaltiger. Das ist eine wichtige Botschaft in meinen Coachings. Die Teilnehmer sollen wissen, dass sie sehr viel durch die eigene Willenskraft erreichen können.“

### Gesunde Lebensgestaltung ist heute Teil von Beratung und Coaching

Ein Burnout kann jeden treffen, jedoch sind Selbstständige besonders anfällig, meint Max Weiß. „Sie schultern die komplette Verantwortung ihres Unternehmens, von der Auftragsakquise über Steuer- und Haftungsfragen bis hin zur Altersvorsorge. Gerade beim Aufbau einer Firma kann das überfordern. Die gute Nachricht: Man hat es

selbst in der Hand, ob man ein Burnout entwickelt. Es gibt wirksame Präventionsstrategien." Deshalb ist die gesunde Lebensführung heute ein Baustein in der Beratung junger Gründer beim Aufbau einer eigenen Social-Media-Agentur. „Ich gebe meine Erfahrungen weiter. Wenn man einmal ein Burnout hatte, ist man sensibilisiert.“ Wer als Selbstständiger gut verdient, sollte einen Teil des Geldes in die eigene Gesundheit investieren, rät Max Weiß. Und noch einen praktischen Tipp gibt er seinen Schülern weiter: „Wenn man sich an einem Tag faul fühlt, sollte man auch faul sein.“

Foto und Meldung © WEISS Consulting & Marketing GmbH

vom 02. Dezember 2023



## Diese 6 Fehler kosten Unternehmen Millionen

Gründer der Weiss Consulting & Marketing GmbH erklärt, was Umsatztiefs und Fachkräftemangel mit unprofessionellem Social-Media-Marketing zu tun haben. Außerdem: Warum jetzt der perfekte Zeitpunkt für eine Investition in Social-Media-Marketing ist.

Sie posten Fotos vom leckeren Mittagessen in der Kantine und vom süßen, schlafenden oder herumtollenden Agenturhund. Und trotzdem gewinnen Sie keine Follower? Dann sind Sie nicht allein. Zwar haben viele Unternehmen Social Media längst als Werbepattform für sich entdeckt. Doch Präsenz allein reicht nicht. „Posts entfalten nur dann ihre Wirkung, wenn sie professionell gemacht sind. Ist dies der Fall, ist Social-Media-Marketing ein riesiger Erfolgshebel, um im Internet sichtbar und erfolgreich zu sein“, sagt Max Weiß, Social-Media-Experte und Geschäftsführer der Online-Unternehmensberatung WEISS Consulting & Marketing GmbH mit Sitz im bayerischen Bad Tölz. Der Jungunternehmer zeigt sechs typische Fehler auf, die Unternehmen beim Social-Media-Marketing immer wieder machen.



Portrait Max Weiß

Als Unternehmen im Internet präsent zu sein, ist heute ein entscheidender Erfolgsfaktor. Das hat Max Weiß früh erkannt. Schon als Jugendlicher besserte er sein Taschengeld mit Social-Media-Marketing auf. Noch während des Abiturs gründete er seine eigene Agentur und macht seitdem Millionenumsätze mit Social-Media-Marketing. Mit seiner später gegründeten Online-Unternehmensberatung WEISS Consulting & Marketing GmbH gibt er sein Wissen an Unternehmen und Existenzgründer weiter. „WEISS Consulting kommt zu hundert Prozent aus der Praxis“, erklärt der Jungunternehmer sein Erfolgsgeheimnis. Er weiß, welches Potenzial in passgenauen Inhalten auf Instagram, Facebook oder LinkedIn steckt. Und er kennt die Fehler, die Unternehmen beim Social-Media-Marketing machen. Im Folgenden zeigt er die sechs größten Fehler auf.

### Fehler 1: Social-Media-Marketing unterschätzen

Max Weiß ist immer wieder erstaunt, wie wenige Unternehmen in Deutschland professionell auf Social-Media-Plattformen vertreten sind. „Sie unterschätzen das Potenzial. Das ist der Fehler Nummer eins“, sagt Weiß. Dabei sei Onlinemarketing auf Social-Media-Plattformen heute das zentrale Instrument, um Aufmerksamkeit zu erzeugen, Follower zu generieren, Produkte zu platzieren und Mitarbeiter zu gewinnen. Die Wirkung verdeutlicht Weiß gerne am Beispiel einer Zeitungsannonce: „Eine Zeitungsanzeige kostet viel Geld – und erreicht vielleicht ein paar tausend Leserinnen und Leser. Ein Social-Media-Account schafft das – selbst ohne Follower – mit einem einzigen Video, das viral geht, in wenigen Stunden. Und dafür muss man nicht einmal Geld ausgeben.“ Ein weiterer Vorteil von Social-Media-Marketing: Das Budget kann gezielt eingesetzt werden. Während man bei einer Zeitungsanzeige nicht genau steuern kann, wer sie wahrnimmt, erreicht man auf Social-Media-Plattformen seine Zielgruppe punktgenau.

Die Relevanz von Social-Media-Marketing zu erkennen und zu verstehen, sei oft eine Generationenfrage, sagt Max Weiß. Alteingesessenen Unternehmen, die jahrzehntelang erfolgreich am Markt waren, nun aber Umsatzeinbrüche erleiden und keine Fachkräfte finden, sei oft nur schwer zu vermitteln, dass gezieltes Social-



Media-Marketing die Trendwende bringen kann. Auch für Unternehmen, die Schwierigkeiten haben, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, kann Social-Media-Marketing ein Game Changer sein, sagt Max Weiß. Bestes Beispiel sei die Pflegebranche, die händeringend Fachkräfte sucht. „Dafür eignen sich kurze Videos mit Mitarbeitern, die die positiven Aspekte des Jobs hervorheben. Eine Tätigkeit bekommt ein Gesicht und transportiert Emotionen.“

## Fehler 2: Social-Media-Marketing nur, um dabei zu sein

Es gibt Unternehmen, die Social-Media-Kanäle bereits nutzen, um vermeintlich im Internet präsent zu sein. „Viele machen das, um dabei zu sein, aber sie machen es nicht sinnvoll“, stellt Max Weiß immer wieder fest. Ein Social-Media-Account muss gut geführt und gepflegt werden. „Ein schlechter erster Eindruck schadet mehr, als gar kein Profil zu haben.“ Eine Arztpraxis mit 10.000 Followern wirke automatisch attraktiver als eine ohne Follower. Dafür müsse der Arzt nicht einmal einen guten Ruf haben.

Wichtig sei, die einzelnen Plattformen und ihre Stärken gezielt zu nutzen: „Auf Instagram kann man mit Insta-Stories gut Sympathien aufbauen. LinkedIn wiederum ist bei Google gut positioniert. Hier kann man mit Posts und Artikeln zu Branchenthemen auf sich aufmerksam machen“, sagt Max Weiß.

## Fehler 3: Posten ohne Strategie

Wer das Potenzial von Social-Media-Marketing voll ausschöpfen will, muss eine Strategie dazu entwickeln, was das Unternehmen über die Plattform eigentlich erreichen möchte. „Will man als Unternehmen in erster Linie Vertrauen aufbauen und Werte vermitteln, müssen die Posts auch dazu passen“, sagt Max Weiß. Viele Unternehmen würden Inhalte posten, die gar nicht zu ihrem Unternehmensprofil passen und sich dann wundern, dass ihre Accounts nicht wachsen und sie keine Follower gewinnen. „Ich höre dann oft: ‚Social-Media-Marketing bringt nichts‘“, hat Max Weiß festgestellt. Dabei werde es nur nicht richtig umgesetzt. Ziel müsse es sein, das Image einer Firma zu präsentieren. „Dafür muss man Zeit investieren und kontinuierlich passende Inhalte posten und Kampagnen aufsetzen.“

## Fehler 4: Social-Media-Marketing erledigen Laien und keine Profis

Fehler drei ist laut Max Weiß oft die Folge von Fehler vier: Die meisten Unternehmen würden jede große Werbekampagne von professionellen Agenturen aufsetzen lassen – beim Social-Media-Marketing glauben viele, das selbst zu können. Ein medienaffiner Mitarbeiter wird abgestellt, um die Social-Media-Plattform zu füttern. Doch wie bei anderen Marketinginstrumenten auch, zahlt sich Professionalität aus. „Beim Social-Media-Marketing muss die Unternehmensmarke online gestaltet werden“, erklärt Max Weiß. Es geht also um Fragen wie: Was sind unsere Werte? Wie sieht unser Traumkunde aus? Wie alt ist er? Wie lebt er, was konsumiert er, wie spricht er? Auch die grafische Gestaltung einer Anzeige und die Farbwahl sind entscheidend. „Inhalte und Gestaltung von Posts und Anzeigen müssen die Zielgruppe ansprechen sonst scrollt der potenzielle Kunde einfach weiter“, warnt Max Weiß. „Eine professionelle Agentur hat den Marktüberblick und sieht, was bei anderen Unternehmen schon gut funktioniert hat.“

## Fehler 5: Unternehmen wollen nicht viel investieren

Soziale Medien sind kostenlos, jeder kann sie nutzen. Deshalb sehen Unternehmen oft nicht ein, warum sie Geld in Marketing auf diesen Plattformen investieren sollen. „Das ist ein fataler Fehler, denn sie erkennen nicht, wie viel das bringt“, betont der Online-Unternehmensberater. „Ein Social-Media-Account ist wie ein Schaufenster. Entweder entdecken Passanten darin etwas Spannendes und bleiben stehen, oder sie gehen weiter.“ Der

Zeitpunkt, in Social-Media-Marketing zu investieren, sei jetzt ideal. Denn noch könne man einen Vorsprung nutzen, da längst nicht die Mehrheit der deutschen Unternehmen in den sozialen Medien präsent sei. Max Weiß: „In Deutschland gibt es rund 3,5 Millionen Unternehmen. 50 Prozent davon sind noch gar nicht in den Sozialen Medien vertreten. Das kann man nutzen, um sich in seiner Branche gut zu positionieren.“

## Fehler 6: Erst muss mal die neue Homepage an den Start gehen

Die Homepage steht bei den meisten Unternehmen an erster Stelle, wenn es um die Präsenz im Internet geht. Doch eine noch so gut gemachte Website nützt nichts, wenn sie im Internet nicht gefunden wird. „Das ist wie ein Laden ohne Tür“, vergleicht Max Weiß. Um die Zielgruppe auf die Homepage zu locken, sei Social-Media-Marketing geradezu genial. Hier könne man Reichweite aufbauen und Follower gewinnen, die man erst im zweiten Schritt auf die Homepage lenke. „Zuerst muss man die Maschinerie in Gang setzen, die die Kunden generiert.“

## Das Fazit

Max Weiß fasst abschließend zusammen: „Einen professionellen Social-Media-Auftritt sollte man als Unternehmen nicht auf die lange Bank schieben.“ Abwarten hält er für gefährlich. Konkurrenten auf dem Markt würden früher oder später das Potenzial von Social-Media-Marketing erkennen und auf die Überholspur wechseln, „dann ist man irgendwann abgehängt“.

## Bei „Smart Working“ zählt das Ergebnis

Wer eine gute Social-Media-Agentur beauftragt, sollte nach intensiven Beratungs- und Strategiegelgesprächen nichts mehr tun müssen. „Social-Media-Marketing ist dann ein Selbstläufer.“ Eine gute Agentur erarbeitet gemeinsam mit dem Kunden eine Strategie für ein Online-Branding und geht dann kontinuierlich mit passgenauen Inhalten online.

Dafür engagiert Max Weiß in seiner eigenen Agentur regelmäßig Fotografen und Videoexperten, die ins Unternehmen kommen und zu bestimmten Themen wie Mitarbeitergewinnung, Image oder Produktpräsentation Fotoreihen und Videosequenzen erstellen, die dann zu Posts verarbeitet werden. Möglich macht das „Smart Working“: Das Arbeitskonzept setzt auf den Einsatz moderner Technik, gepaart mit hoher Produktivität und Effizienz. „Was zählt, ist das Ergebnis“, sagt Max Weiß. Nämlich der Erfolg von guten Posts und Werbekampagnen. Und der lässt sich leicht messen: an der Zahl der Follower.

Foto und Meldung © WEISS Consulting & Marketing GmbH

vom 02. Dezember 2023

## Die häufigsten Fehler bei der Unternehmensgründung

Max Weiß lebt den Traum, den viele junge Menschen träumen: Ein Unternehmen gründen, schnell erfolgreich sein und viel Geld verdienen. Schon mit 18 Jahren gründete er seine erste Firma, mit heute 23 Jahren gehören ihm gleich mehrere. Seine Expertise: Online-Marketing. Die erste Firma im Portfolio, eine Social-Media-Agentur, unterstützt Unternehmen mit Online-Marketing beim Vertrieb ihrer Produkte und Dienstleistungen. Seit Gründung der heutigen Online-Unternehmensberatung WEISS Consulting & Marketing GmbH 2018 in Bad Tölz ist er zudem in die Beraterrolle geschlüpft und gibt seine Praxiserfahrung weiter. Er berät mit seinem Team Start-ups und etablierte Firmen darin, wie sie eigene Online-Marketing-Unternehmen gründen und damit erfolgreich werden können. Seine neueste Geschäftsidee ist eine Reinigungsfirma namens „Office & Home Management GmbH“, die er gemeinsam mit seiner Lebensgefährtin Charlotte Koller führt. Die 2020 gegründete Firma ist über ein Lizenzkonzept bereits an 16 Standorten in Deutschland vertreten. Im Interview erzählt Max Weiß, warum viele Gründer scheitern und was es braucht, um ein erfolgreicher Unternehmer zu sein.

### Herr Weiß, ein eigenes Unternehmen gründen und schnell viel Geld verdienen ist der Traum vieler junger Leute. Ist das eine Illusion?

Das sieht immer so einfach aus, gerade bei Influencern, die Fotos vom coolen Urlaub posten oder vom schicken Auto. Was man selten erkennt, ist die harte Arbeit, die dahintersteckt. Ohne die geht es nicht, bei keinem einzigen erfolgreichen Unternehmen. Das passive, schnelle Geld, mit einem Fingerschnipsen verdient, das ist eine Illusion.



Portrait Max Weiß

### Wie hart ist die Arbeit, die in einer Unternehmensgründung steckt?

Als ich mit 18 Jahren direkt nach der Schule in die Selbstständigkeit gestartet bin, habe ich mit meinem damaligen Geschäftspartner sieben Tage die Woche gearbeitet. Wir haben um acht Uhr morgens angefangen und sind manchmal erst um zwei Uhr nachts nach Hause gegangen. Das habe ich die ersten drei, vier Jahre so durchgezogen.

### Ein Unternehmen ist schnell gegründet und oft genauso schnell scheitert es. Was ist der größte Fehler, den Unternehmensgründer machen?

Tatsächlich scheitern die meisten Unternehmensgründungen. Es gibt verschiedene Zahlen, aber etwa 80 von 100 Unternehmen sollen es in den ersten drei bis fünf Jahren sein. Meiner Erfahrung nach scheitern die meisten, weil sie mit einem Plan B in die Unternehmensgründung gehen. Das Problem am Plan B ist, dass das ja erst einmal sehr vernünftig klingt, nicht alles auf eine Karte zu setzen und eine Alternative im Kopf zu haben. Es bedeutet aber auch, dass man selbst nicht zu einhundert Prozent daran glaubt, dass man es schafft. Man hat Zweifel. Aber man muss komplett überzeugt sein und mit voller Leidenschaft in die Gründung gehen. Erfolgreiche Unternehmer machen genau das.

### Welche anderen Faktoren verurteilen ein Unternehmen zum Scheitern?

In den vergangenen Jahren hat sich eine Sache eklatant verändert. Früher war die Qualität der Dienstleistung, die man angeboten hat, oder des Produkts, das man verkaufen wollte, entscheidend für den Erfolg. Jetzt kommt es von Anfang an vor allem darauf an, sichtbar zu sein, auf dem Markt von potenziellen Kunden wahrgenommen zu werden. Wer das als Unternehmer nicht beachtet, wird eine gute Idee, ein gutes Produkt nicht verkaufen. Am Ende gewinnt der, der sichtbar ist und nicht der, der das beste Produkt hat. Das ist heute leider so.

### **Wie gelingt es, auf dem Markt sichtbar zu sein?**

Erfolgreiches Online-Marketing, zu dem auch die Präsenz auf Social-Media-Kanälen gehört, ist heute der entscheidende Faktor. Der Vorteil am Online-Marketing ist, dass man es sehr gut steuern kann. Früher hat man eine Zeitungsannonce geschaltet und über die Wahl des Mediums hatte man ein wenig Einfluss auf die Zielgruppe, die die Anzeige sehen könnte, aber mehr auch nicht. Beim Online-Marketing hat man volle Kontrolle – über das Budget, über die Zielgruppe, die Reichweite. Man sieht unmittelbar, zum Beispiel über die Anzahl der Follower, ob man Leute erfolgreich anspricht. Das ist inzwischen schon bei vielen angekommen in Deutschland. Junge Gründer legen Wert auf Online-Marketing, aber auch etablierte Unternehmen erkennen die Wichtigkeit, Präsenz zu zeigen. Die Schwierigkeit ist die Umsetzung. Viele kennen sich nicht gut mit dem Thema aus.

### **Sich reinknien, präsent sein – reicht das, um erfolgreicher Unternehmer zu sein?**

Es kommt noch etwas dazu: Erfolgreiche Unternehmer konzentrieren sich auf Kernaspekte. Ich nenne mal ein Beispiel: Jede Dienstleistung, jedes Produkt muss verkauft werden. Verkaufen lernen ist also eine wichtige Kompetenz, um die man sich kümmern muss, es ist ein Schlüssel zum Erfolg. Aber was machen viele? Sie konzentrieren sich auf die Gestaltung der Website, drucken Visitenkarten und gestalten Bleistifte, aber sie fokussieren sich nicht auf das Wesentliche. Wenn man die Basics perfektioniert, hat man schon den größten Teil des Kuchens.

### **Wie wichtig ist es, Fehler zu machen?**

Man neigt bei Erfolg dazu, zu viel zu machen. Ich habe immer noch mehr Projekte angefangen, noch ein Unternehmen gegründet. Aber mehr als drei Baustellen sind meistens zu viel. Sonst bleibt nicht genug Zeit für die Kernaspekte, die ich gerade angesprochen habe. Aber es ist völlig in Ordnung, Fehler zu machen, auch mal Rückschläge zu kassieren, Geld zu verbrennen und zu zweifeln. Wir brauchen in Deutschland dringend eine bessere Fehlerkultur. Man wird schnell als gescheitert abgestempelt. Man muss aber gewisse Fehler machen, sonst lernt man nichts.

### **Welche Persönlichkeit muss man als erfolgreicher Unternehmer mitbringen?**

Wer in Deutschland Unternehmer werden will, muss immer mit einem gewissen Druck und Gegenwind rechnen. In dem Moment, in dem man sich selbstständig macht und eigene Ideen entwickelt, passt man nicht mehr ins Raster und es wird einem abgeraten. Immer wird vor Steuern und den Kosten der Krankenversicherung gewarnt. Aber keiner sagt, 'Hey, cool, was Du da machst'. Das muss man aushalten können. Wenn einem egal ist, was andere denken und sagen, dann steht einem nichts im Wege.

### **Sie haben Ihre Karriere schon als Jugendlicher begonnen. Wie sind Sie zum Erfolg gekommen?**

Als Instagram herauskam, war ich zwölf Jahre alt und seitdem war ich jeden Tag auf der Plattform unterwegs. Damals habe ich viel Sport gemacht – Fußball und Triathlon – und angefangen, Fitness-Content zu posten, etwa

über meine Ernährung oder Trainingseinheiten. Die Leute haben sich dafür interessiert, ich habe Reichweite aufgebaut und Follower gewonnen. Irgendwann habe ich mich gefragt, wie ich damit Geld verdienen könnte. Das hat gedauert, bis ich 16 Jahre alt war. Anfangs habe ich über Affiliate-Links kleine Provisionen verdient, wenn ich zum Kauf eines Produkts geraten habe. Meine ersten sechs Euro haben mich extrem gefreut und mir gezeigt: Es funktioniert.

### **Das hat Sie angespornt, weiterzumachen?**

Genau. Ich habe angefangen, Websites zu bauen und versucht, sie gut bei Google zu positionieren. So habe ich begonnen, Hühnerställe zu verkaufen. Ich habe das Produkt auf Amazon verlinkt und damit Provisionen verdient. Da kamen ein paar Hundert Euro herum. Allerdings habe ich schnell gemerkt, dass es viel wichtiger ist, sichtbar zu sein und Reichweite auf der Website zu generieren. So bin ich ins Online-Marketing eingestiegen. Meine ersten Kunden waren vor allem Fitnessstudios. Dort habe ich über Online-Marketing einem Studio innerhalb kürzester Zeit 50 neue Mitglieder über eine Kampagne vermittelt und 5.000 Euro Provision verdient. Das war der Wendepunkt. Mit Online-Marketing hat man einen viel größeren Hebel. Als ich 18 Jahre alt geworden bin und mein Abitur hatte, habe ich mein Gewerbe angemeldet und direkt nach zwei Monaten eine GmbH gegründet. Das war die Social-Media-Agentur.

### **Als Unternehmens-Coach beraten Sie Unternehmen und Selbstständige zum Thema Online-Marketing. Was können Sie hier mit gerade mal 23 Jahren einbringen?**

Meine ersten Kunden haben immer nach meiner Ausbildung und Erfahrung gefragt. Mein großer Vorteil ist, dass ich aus der Praxis komme. Wer den Job nur theoretisch gelernt hat, wird nicht die Ergebnisse liefern, die ich liefern kann. Mit den blanken Zahlen konnte ich hingegen immer überzeugen. Seitdem fragt keiner mehr nach einem Studium. Inzwischen habe ich das Unternehmertum in allen Facetten erlebt und weiß zum Beispiel, wie wichtig es für erfolgreiche Menschen ist, mit Stress umzugehen. Ich habe das selbst erfahren, als sich nach ein paar Jahren harter Arbeit mein Körper gemeldet hat, den ich sehr vernachlässigt hatte. Das hat mir einen ganzheitlichen Blick auf das Thema Unternehmertum gegeben. Diese Aspekte sind Teil meiner Beratung geworden. Es geht nicht nur um die Zahlen, sondern auch darum, wie man ein erfolgreicher Geschäftsführer ist, mit seinen eigenen Ressourcen umgeht, ein Team führt und es schafft, Mitarbeiter zu motivieren.

Foto und Meldung © WEISS Consulting & Marketing GmbH

vom 02. Dezember 2023

