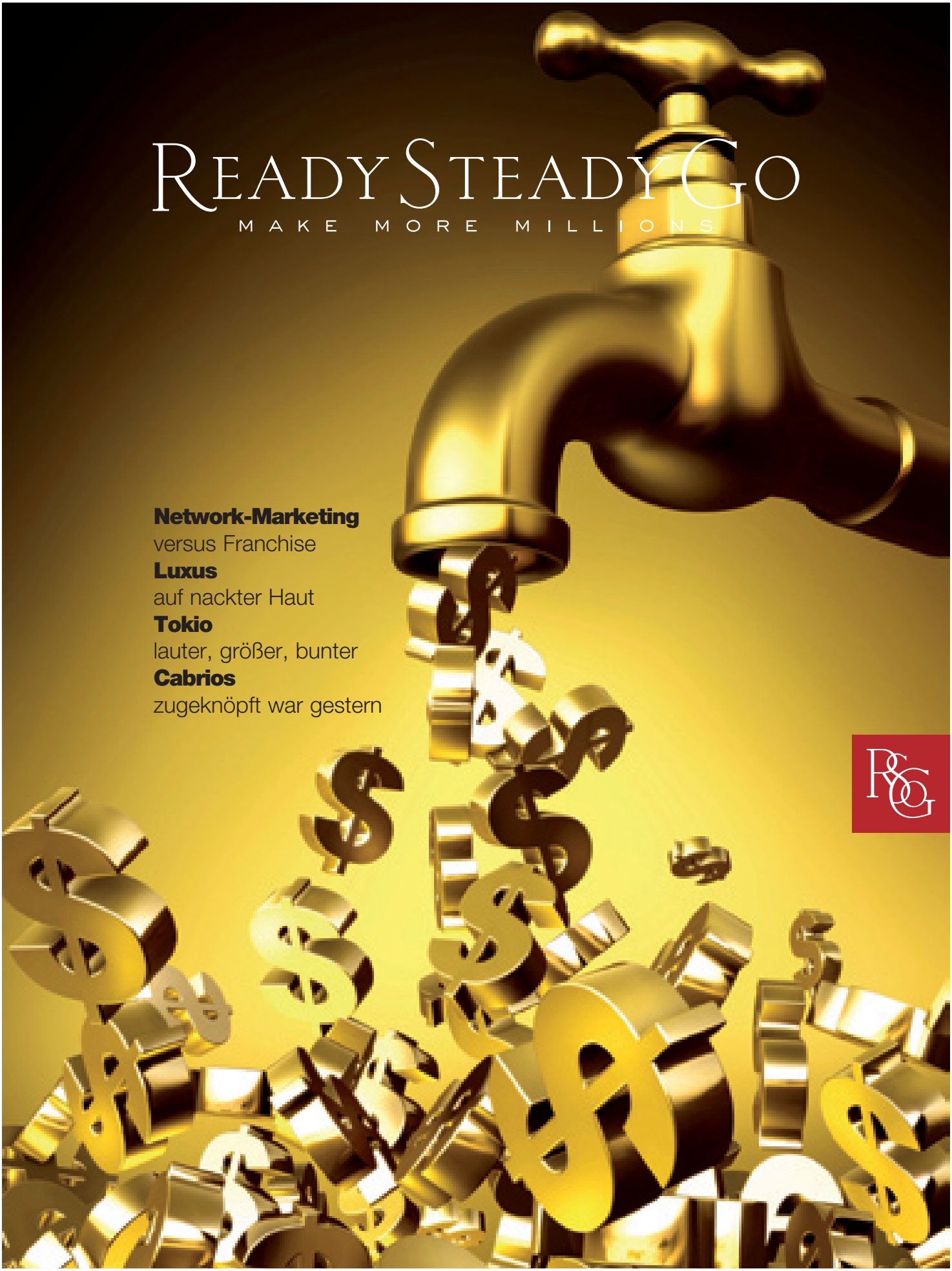
Ausgabe 03/2007 • Deutschland 8 EUR • Österreich 8 EUR • Schweiz 12 SFR • Italien 8 EUR • Rumänien 28 RON • Moldavien 135 MDL • Ukraine 50 UAH • Russland 270 RUB • England 5 GBP

Ready Steady Go

MAKE MORE MILLIONS

Network-Marketing
versus Franchise
Luxus
auf nackter Haut
Tokio
lauter, größer, bunter
Cabrios
zugeknöpft war gestern



ReadySteadyGo

MAKE MORE MILLIONS

erfolg

04 Network-Marketing versus Franchise
Der Vergleich macht reich

06 Aktien
Geduld an der Börse zahlt sich aus

08 Fonds
Mit dem Autopilot an der Börse investieren

10 Smart und überzeugend sprechen
Die Expertin: Dr. Anna Martini M.A.

11 Der Weg zum guten Gedächtnis
Markus Hofmann gibt Tipps

12 Zeitmanagement
Auf der Suche nach der vergeudeten Zeit

14 Erfolg mit Starcken Stücken
Die Erfolgsgeschichte des Designers

26

16

20

22

luxus

16 Für Herren: Zeit für den Sommer
Die neuen „Zeitgenossen“ immer pünktlich

20 Für Frauen: Auf die nackte Haut
Der Sommertrend bei Uhren und Schmuck

welt

22 Lauter, größer, bunter: Tokio
Eine Stadt mit unglaublich viel Klasse

auto

26 Zugeknöpft war gestern: Cabrios
Die offene Gesellschaft & ihre Freunde

Impressum: ReadySteadyGo • www.readysteadygo.ch • info@readysteadygo.ch
Medieninhaber, Herausgeber, Verleger: Pro Media Publishing GmbH, Baarerstraße 135, 6301 Zug, Schweiz. Fotos: Hersteller, Fotolia, L. Gagne, Bodack, Peter Weegner, Norbert Deutz, O. Prikhodko, J. Christ, M. Lehner, I Stock,

Network-Marketing versus Franchise

Nur der Vergleich macht reich

Network-Marketing wird sehr häufig mit Franchise verglichen. Wer diesen Vergleich anstellt, vergleicht Äpfel mit Birnen. Wenn es überhaupt einen gemeinsamen Nenner gibt, dann den, dass beide Systeme ein erfolgreiches und bewährtes Unternehmenskonzept weitergeben. Doch dann hören die Gemeinsamkeiten schon auf. Das Geschäftsprinzip im Franchise-System ist schnell erklärt. Sie machen sich selbstständig und dürfen den Namen des Franchisegebers benutzen, wie z. B. den Namen einer großen Fast-Food-Kette. In der Regel erwerben Sie die Lizenz nicht auf Lebenszeit, sondern nur für eine vorher vereinbarte Laufzeit. Dafür zahlen Sie eine einmalige Einstiegsgebühr, die im Einzelfall durchaus im sechsstelligen Bereich liegen kann. Darüber hinaus zahlen Sie monatlich, je nach Unternehmen, eine Provision zwischen 2 und 15 Prozent vom Umsatz! Dafür bekommen Sie neben dem Recht, den Namen des Franchisegebers führen zu dürfen, eine Menge Know-how geliefert, um das Geschäft erfolgreich aufzubauen.

Franchise: Unsichere Zukunft.

Dafür, dass Sie sich in dem System selbstständig machen „dürfen“, müssen Sie zunächst tief in die Tasche greifen. Wenn Sie danach durch Ihre Schaffenskraft Umsatz generieren, dürfen Sie davon bis zu 15 Prozent an den Franchisegeber abführen. Bei 100.000 Euro Umsatz sind das bereits 15.000 Euro „for nothing“.

Darüber hinaus steht nach einigen Jahren Ihre Firma auf dem Prüfstand, weil der Franchisegeber am Ende der vertraglichen Laufzeit entscheiden darf, ob er weiter mit Ihnen arbeiten möchte. Das grenzt eher an moderne Sklaverei und weniger an freies Unternehmertum.

Diese Strukturen verdeutlichen, dass zwischen dem Franchise-System und dem Network-Marketing Welten liegen. Denn im Network-Marketing müssen Sie in der Regel nur eine sehr geringe Einschreibgebühr bezahlen. Die Zusammenarbeit ist nie zeitlich begrenzt. Ihre Mitgliedschaft gilt auf Lebenszeit! Keine Franchisegebühr, keine anteilige Umsatzprovision, keine Geschäftskosten für einen Laden, etc.

„Der wahrhaft Edle predigt nicht, was er tut, bevor er nicht getan hat, was er predigt.“
Konfuzius

Dieses Vertriebssystem ist Selbstständigkeit in Reinkultur. Es gibt kein System auf der Welt, das einem Menschen mehr finanzielle Freiheit garantiert. Deshalb setzen immer mehr Unternehmen auf Network-Marketing.

Network-Marketing: Finanzielle Freiheit. Network-Marketing ist ein System, dessen Stärke im Zusammenhalt und in gegenseitiger Unterstützung liegt. Letztlich sitzen alle in einem Boot. Die Frage ist nur, ob wir allein sitzen wollen oder lieber im Team. Was glauben Sie, welches Ruderboot erreicht sein Ziel schneller? Das Boot mit nur einem Ruderer oder das mit mehreren Ruderern, die gleichzeitig in eine Richtung fahren? Network-Marketing, oft auch Multilevelmarketing oder Strukturvertrieb genannt, arbeitet nach dem gleichen Prinzip.

Einer gibt die Richtung vor und die anderen rudern gemeinsam zum Ziel. Wenn alle gleichzeitig rudern, erreicht das Boot schneller sein Ziel. Rudert nur die Hälfte der im Boot sitzenden Menschen, bleibt das Boot nicht stehen, es fährt nur langsamer. Wer dagegen allein im Boot sitzt, muss immer rudern und darf nie aufhören, denn dann treibt er in die falsche Richtung.

Sie sind Ihr eigener Chef. Network-Marketing ist deshalb so einzigartig, weil Sie sofort und ohne großes Risiko anfangen können. Sie brauchen keinen Unternehmenskredit und müssen sich nicht mit Banken herumplagen. Sie benötigen kein Ladengeschäft und natürlich kein Lager. Ist das nicht wunderbar? Sie allein bestimmen durch Ihren Einsatz Ihren finanziellen Erfolg. Sie sind Ihr eigener Chef. Ihr Markt ist die ganze Welt. Sie können sich frei und überall bewegen, ohne Einschränkungen. In diesem System gibt es nur Gewinner, und das ist das eigentlich Besondere daran. Denn neben den Vorteilen, die Sie genießen, kommt auch Ihr Kunde in den Genuss zahlreicher Vorteile.

JETZT. Wenn Sie bereit sind, alles für Ihren Erfolg zu tun, dann ist jetzt die beste Zeit anzufangen. Es also zu tun, denn „Tun“ steht für Tag und Nacht. Die Entscheidung liegt bei Ihnen, wie auch Henry Ford sagte: „Ob Sie glauben, dass Sie eine Sache tun können, oder ob Sie glauben, dass Sie sie nicht können, Sie haben in jedem Fall Recht.“

Unterschied zwischen Franchise und Network-Marketing

Franchise	Network-Marketing
hohe Einstiegskosten	keine oder nur sehr geringe Einstiegskosten
in der Regel nur hauptberufliche Betätigung	nebenberuflicher Einstieg möglich
hohes finanzielles Risiko	geringes finanzielles Risiko
laufende Lizenzgebühren	keine Lizenzgebühren
hohe laufende Gebühren, wie z. B. Umsatzbeteiligung und Kosten für Werbung und Marketing	in der Regel keine zusätzlichen Gebühren
sehr häufig ein zugeteiltes Verkaufsgebiet, dessen Grenzen nicht überschritten werden dürfen	keine Gebietsbeschränkung, Sie dürfen weltweit verkaufen
je nach Branche müssen Ladengeschäfte angemietet werden	Start von zu Hause aus möglich, dadurch keine großen Investitionskosten
je nach Branche ist ein Warenlager erforderlich	keine Lagerbevorratung, die Ware wird direkt vom Hersteller zum Kunden geliefert
der Franchisenehmer ist häufig weisungsgebunden seitens des Franchisegebers	fast unbeschränkte Entscheidungsfreiheit

Wer zu spät kommt, den bestraft das „Finanz“-Leben

Der erfolgreiche Börsianer André Kostolany hatte eine einfache Anlagestrategie: Aktien kaufen und lange liegen lassen, am besten gar nicht hinschauen. Hektisches Handeln lehnte er ab. Der Erfolg gab ihm Recht und doch wollen so genannte Experten uns immer wieder eines Besseren belehren. Sie warnen davor, Aktien zu kaufen und liegen zu lassen. Sie sind der Ansicht, man müsse sich die ganze Zeit um sein Depot kümmern und es laufend den Entwicklungen der Märkte anpassen. Wohl dem, der diesen Ratschlag ignoriert.

> *„Wer mit Aktien Geld verdienen will, macht dies nicht mit dem Kopf oder mit dem Bauch, sondern mit dem Hintern, indem er möglichst lange darauf sitzen bleibt.“*
>
> **alte Börsenweisheit**

Ein Anleger, der „Market-Timing“ betrieb, also immer den Entwicklungen des Marktes folgte, verdiente in 15 Jahren jährlich 4,6 Prozent, wenn er die zehn besten Tage an der Börse verpasste. Ein Anleger, der sich durch nichts aus der Ruhe bringen ließ und sein Geld dauerhaft investierte, verdiente mehr als das Doppelte, nämlich 9,4 Prozent. Am schlimmsten traf es den Anleger, der die vierzig besten Börsentage verpasste. Sein Depot lag im Minus mit 4,3 Prozent. 15 Jahre sind rund 5.500 Tage. Wer davon nur 40 Tage verpasste, also 0,7 Prozent, verlor erheblich.

Mit Gelassenheit zum Ziel. Daher gilt: Kaufen und liegen lassen. Auch die Menschen, die bisher nie in Aktien investierten, sondern ihr Geld in Lebensversicherungen anlegten, sind gut beraten, nach dieser Devise zu handeln. Wir können die allgemeine Hektik um Aktien kaum nachvollziehen angesichts der gewaltigen Zahl abgeschlossener Lebensversicherungsverträge. Kaum ein Versicherungskunde wird sich monatlich nach dem Stand seiner Lebensversicherung erkundigen. In der Regel wird die fällige Prämie vom Konto abgebucht und erst nach Jahren nachgefragt, wie sich das Versicherungsguthaben entwickelte. Sobald dieser Kunde, der sich nie sonderlich um sein Geld kümmerte, Aktien erwirbt, ist es mit der Gelassenheit vorbei. Sein erster Blick am Morgen und sein letzter Blick am Abend gelten dem aktuellen Kursgeschehen an den Börsen dieser Welt.

Das ist wirklich das Dümmste, was ein Aktionär machen kann: ständig einen Blick auf die Aktienkurse zu werfen. Wer sich so verhält, lebt im Mangel, weil er glaubt, sein Geld verlieren zu können. Wer da glaubt, sein Geld zu verlieren, wird es verlieren, so sind die Naturgesetze.

Warum sich Geduld an der Börse noch immer auszahlt

Wenn Sie sich dabei ertappen, ähnlich zu handeln, gibt es zwei Möglichkeiten: 1. Sie ändern Ihr Verhalten und kümmern sich in wenigen regelmäßigen Abständen um Ihre Aktien oder 2. Sie verkaufen Ihre Aktien und investieren wieder in konservative Anlagen, weil Sie sonst um Ihren Schlaf gebracht werden.

Nur keine Hektik. Je öfter Sie Ihr Aktiendepot bewegen, desto schneller leeren sich Ihre Taschen wegen der Gebühren, Provisionen und dem steigenden Risiko, während sich andere mit Ihrem Geld die Taschen voll stopfen. Diese Menschen nennt man Broker, Finanzberater oder Börsenmakler. Es ist zwar wichtig, den Markt zu kennen, doch nicht der Markt macht das Geschäft, sondern die Firmen. Wenn Sie sich länger mit Aktien beschäftigen, werden Sie nämlich erkennen, dass die Märkte durchaus fallen können, während in derselben Zeit die Kurse namhafter Aktiengesellschaften steigen.

Warum ist das so? Marktführende Unternehmen verkaufen ihre Waren zu allen Zeiten. Sie haben überdies genug Geld in der „Kriegskasse“, um umsatzschwache Zeiten leichter zu überbrücken. Ferner investieren die meisten dieser großen Aktiengesellschaften beträchtliche Gewinne in Entwicklung und Forschung, weil Innovationen die Gewinne von morgen stellen. Insofern können sich Unternehmen absolut konträr zum Markt entwickeln.

Dennoch darf die Aktien-Euphorie nicht darüber hinwegtäuschen, dass gerade in der Zeit von 2000 bis 2003 viele Aktienkurse um bis zu 70 Prozent eingebrochen sind. In dieser Zeit behielten nur die wenigsten Aktionäre ihre Nerven. Sie verkauften mit hohem Verlust und rührten danach keine Aktie mehr an. Wer sich so verhält, sollte niemals Aktien kaufen. Ein Aktionär muss in schwierigen Marktphasen damit rechnen, in wenigen Monaten einen zweistelligen Prozentbetrag zu verlieren. Das muss man dann einfach aussitzen. Niemals darf man in Hektik verfallen. Immer zu früh ausgestiegen oder zu spät verkauft, aus diesem Holz sind Verlierer geschnitzt. Das skizzierte Verhalten ist symptomatisch für fast alle Privatanleger.

Nerven bewahren. Wer sich und seine Gefühle bzw. seine Vernunft nicht im Griff hat, verliert immer mehr als er verdient. Wer bereit ist, auf einen Teil seines Anlagekapitals längerfristig zu verzichten, wird fast immer der Gewinner sein, wie auch das Beispiel der Firma Microsoft AG zeigt. Wer z.B. am 18.07.1995 die Microsoft-Aktie für 5,02 Euro kaufte, musste nur 6 Monate später einen Verlust von fast 25 Prozent verkraften. Die Aktie fiel auf 3,75 Euro. Wer jetzt die Nerven behielt und nicht verkaufte, konnte 12 Jahre später einen Gewinn von mehr als 350 Prozent verbuchen. Das ergab eine jährliche Rendite von mehr als 14 Prozent. Womit einmal mehr bewiesen ist, dass Vernunft und Geduld die Tugenden sind, die im Umgang mit Geld dringend von Nöten sind. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Erfolg beim Vermehren der gewonnenen Einsichten.

Mit dem Autopilot an der Börse investieren

Wenn Sie in Sachen Geld in Zeiträumen von zehn Jahren und länger denken, haben Sie gute Chancen, mit Aktien mehr Geld zu verdienen als mit anderen Kapitalanlagen. Allerdings gibt es ein Problem: Welche Aktien sollen Sie kaufen? Diese Frage können selbst Experten nicht beantworten, weil es dem Wesen der Börse widerspricht. Hätten alle Experten die gleiche Meinung, gäbe es faktisch keinen Börsenhandel.

Der Handel entsteht, weil einige Börsianer der Meinung sind, ihre Aktien würden nicht mehr steigen, also verkaufen sie. Der andere Teil der Börsianer kauft diese Aktien, weil er der Meinung ist, dass diese Aktien noch steigen werden. Durch diese unterschiedlichen Meinungen wird der Börsenhandel begründet.

Die Alternative: Aktienfonds.

Angesichts dieser Situation meiden viele Anleger Aktien, was aber falsch ist. Es gibt heute einfachere Möglichkeiten, Aktionär zu werden, und zwar durch Aktienfonds. Sie bieten jedem Sparer die Möglichkeit, schon mit kleinen Beträgen quasi an der Börse investiert zu sein. Fonds sind der Autopilot zum Börsenerfolg. Das dahinter stehende Prinzip ist denkbar einfach. Statt sein Geld direkt an der Börse zu investieren, zah-

len – zum Teil tausende – Anleger in einen großen Topf einer Fondsgesellschaft ein. Die Manager dieser Fonds nehmen das ihnen anvertraute Geld, um damit z.B. an der Börse Aktien zu kaufen. Im Gegenzug für das eingezahlte Kapital erhalten die Anleger je nach Höhe ihrer Spareinlagen eine bestimmte Anzahl von Investmentanteilen gutgeschrieben.

Anleger können aus einer Vielzahl von Fonds wählen. Sie können überdies entscheiden, ob sie einen einmaligen Betrag einzahlen oder aber regelmäßig nach einem selbst festgelegten Sparplan einzahlen wollen. Viele Fondsgesellschaften bieten Sparpläne bereits ab 25 Euro monatlich an. Gekauft wird immer zum aktuellen Kurs. Bei hohen Kursen erwirbt ein Anleger somit weniger Anteile eines Fonds, während bei niedrigen Kursen um so mehr Anteile gutgeschrieben werden.

Gutschrift in Anteilspunkten. Der wesentliche Unterschied zu einem Sparbuch besteht neben einer attraktiveren Verzinsung und Rendite in der Anlage des Geldes. Wenn Sie z.B. 100 Euro auf ein Sparbuch einzahlen, wird dieser Betrag zum Nennwert direkt auf Ihrem Konto gutgeschrieben. Auf Ihrem Kontoauszug stehen also die 100 Euro. Bei einem Fonds ist das anders. Hier werden die 100 Euro in Anteilspunkte umgerechnet.

Wie bei einer Aktie, die zu einem bestimmten Kurs gehandelt wird, so gibt es bei Fonds ebenfalls Kurse, die sich täglich ändern. Mit Ihren 100 Euro kaufen Sie am Tag der Einzahlung zum aktuellen Kurswert. Auf Ihrem Kontoauszug werden Ihnen aber nicht die 100 Euro gutgeschrieben, sondern so genannte Anteilspunkte. Ihre Einzahlung wird also in einen Anteil umgerechnet.

Nehmen wir an, Sie zahlen monatlich 100 Euro in den Fonds. Liegt der Wert des Fondsanteils bei 50 Euro, erhalten Sie somit 2 Anteile (nämlich 100 Euro geteilt durch 50 Euro). Sinkt dieser Kurs im nächsten Monat auf z.B. 40 Euro, dann bekommen Sie mehr Anteile gutgeschrieben, in diesem Fall 2,5. Bei steigenden Kursen und gleichbleibender Zahlung erhalten Sie natürlich weniger Anteile gutgeschrieben. Liegt der Kurs am Kauftag bei z.B. 60 Euro, so werden Ihrem Konto nur noch 1,67 Anteile gutgeschrieben. Diesen Vorgang nennen Experten den „Cost Average Effekt“.

Kursentwicklung. Ein Sparer, der immer eine gleiche Summe investiert, profitiert also von den Kursschwankungen. Er erhält automatisch mehr Anteile, wenn die Kurse fallen, und weniger Anteile, wenn sie steigen. So haben Börsenkorrekturen durchaus ihr Gutes, vorausgeschickt, dass am Ende der Sparzeit die Aktienkurse höher stehen als im Durchschnitt der Sparphase. Nehmen wir an, auf Ihrem Fondskonto haben sich im Laufe der Jahre 200 Anteile angesammelt. Wenn Sie nun diese Anteile verkaufen wollen, dann müssen Sie auf den aktuellen Tageskurs achten. Angenommen, der Anteilswert ihres Fonds liegt bei 85 Euro. Diesen Betrag multiplizieren Sie mit Ihren Gesamtanteilen, also 200 Anteile x 85 Euro = 17.000 Euro. Wenn der Kurs am Verkaufstag niedriger notiert, erhalten Sie natürlich weniger ausgezahlt.

„Am Ende ist das Geld doch das Zeichen aller Notwendigkeiten und Bequemlichkeiten des Lebens.“

Goethe

Diese Kursentwicklung ist der eigentliche Nachteil eines Fonds. Doch belegen zahlreiche Studien, dass Schwankungen kaum ins Gewicht fallen, wenn Anleger über einen langen bis sehr langen Zeitraum sparen. Danach sollten die Sparer einige Jahre, bevor sie das angesammelte Vermögen benötigen, mit Umschichtungen in festverzinsliche Wertpapiere beginnen, wenn zu diesem Zeitpunkt die Zinsen attraktiv sind.

Das Sparbuch – die schlechteste Lösung. Der deutsche Bankenverband wollte es genau wissen und rechnete einmal nach, was aus einer monatlichen Einzahlung von 100 Euro geworden wäre. Nach dreißig Jahren erhielten Anleger, die ihr Geld in deutsche Aktienfonds investierten, den stolzen Betrag von 155.000 Euro ausgezahlt. Fast genauso viel erhielten Anleger, die ihr Geld in einen internationalen Aktienfonds investierten, immerhin 150.000 Euro. Am wenigsten bekamen Anleger, die ihr Geld auf ein Sparbuch einzahlten. Sie erhielten nur 37.000 Euro. Dem gegenüber standen Einzahlungen von jeweils 36.000 Euro.

Smart und überzeugend sprechen

Als erfahrener Manager weiß Peter Maier um die Bedeutung seiner wohl funktionierenden Stimme. Möchte er seine Mitarbeiter von neuen Aufgaben überzeugen, artikuliert er gut und spricht mit angenehm wohlklingender Stimme. Auch neue Kunden gewinnt er auf diese Art leichter als seine Mitbewerber. Möchte sich Maier aber aus einer unangenehmen Situation zurückziehen, spricht er bewusst schnell, flach und nuschelt dabei zuweilen. Peter Maier führt seine Stimme bewusst. Für ihn ist **Stimme ein Führungsinstrument** und **im Business das wichtigstes Kommunikationsmittel**.

Souveräne Stimmführung ist das Zauberwort, denn tagtäglich heißt es **hard facts mittels soft skills** zu vermitteln und zu verkaufen: Stimme am Telefon, Stimme im Verkaufsgespräch, Stimme in der Präsentation, Stimme in der Einwandsbehandlung, Stimme in der Mitarbeiterführung, Stimme in der Teamsitzung.

Die überzeugende Stimme ist die wohlklingende, dabei bewusst geführte und belastbare Stimme. Auch Ihre **Stimme lässt sich leicht auf- und ausbauen**, denn Stimme haben Sie von Geburt an und verfügen über eine größeres Stimmpotential als Sie selbst vermuten.

Dabei wird **Kommunikation** heute mehr denn je **als soziale Kompetenz** verstanden und verlangt. Spezialistentum alleine ist nicht mehr gefragt. Auch Mitarbeiter müssen authentisch, souverän und überzeugend gegenüber dem Kunden auftreten, um Kunden zu binden und neue Kunden zu gewinnen. Richtig angeleitet, ist **Corporate Identity in Rhetorik und Präsentation sogar schnell erlernbar, bestätigt Dr. Martini,** denn das notwendige Vokabular besitzt ein qualifizierter Mitarbeiter bereits.

Dr. Anna Martini, Ihre erfahrene Stimm- und Kommunikationstrainerin. – Fantastisch: Stimmen Sie Ihre Stimme mit Dr. Martini und plötzlich überzeugen Sie im Gespräch.

Dr. Anna Martini M.A.

Coaching, Seminare, Vorträge.

Dr. Martini ist Ihre erfahrene Stimm- und Kommunikationstrainerin. Als Expertin für Stimme, Sprache und Persönlichkeit gelingt es ihr immer wieder schnell Persönlichkeiten dort abzuholen, wo sie sich stimmrhetorisch befinden und diese gezielt, effektiv und nachhaltig aufzubauen. Aufgrund ihrer Moderatorentätigkeit und eigener internationaler Vortragstätigkeit ist sie stets am Puls der Zeit. Jetzt in 2. Auflage: ihr Buch **„Sprechtechnik – aktuelle Stimm-, Sprech- und Atemübungen“**, Orell Füssli, Zürich. Ein Buch aus der Praxis für die Praxis.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.vocal-coaching.com

Der Weg zum guten Gedächtnis.

Manche Menschen fragen mich: „Warum brauch ich eigentlich ein besseres Gedächtnis? Ich habe doch genügend Hilfsmittel, die mir das Denken erleichtern.“ Das ist zum Teil richtig, wir haben einen Terminkalender, einen Einkaufzettel, ein Adressbuch, das Internet u.v.m., die uns die Arbeit des Merkens abnehmen.

Meine Frage aber an SIE lautet: Wie viele Telefonnummer können Sie heute noch auswendig? Denken Sie mal genau nach. Und wie viele Telefonnummern kannten Sie noch vor 10 Jahren auswendig? Wahrscheinlich mehr. Wie wollen Sie auch im Alter noch geistig fit sein, wenn Sie schon jetzt beginnen Ihr Gedächtnis zu verlagern? Damals, als wir noch nicht jede Telefonnummer in einem Handy abspeichern konnten, waren wir gewissermaßen gezwungen diese Zahlen im Kopf abzulegen. Schritt für Schritt verlagern wir nun unser Gedächtnis nach außen.

Wir lassen uns immer mehr Hilfsmittel einfallen, um nicht in die Situation zu kommen, etwas auswendig lernen zu müssen. Und genau das ist das Problem. Wir werden gedanklich unflexibel und verarmen geistig. Die Pisa-Studie hat es auf den Punkt gebracht. Wir schaffen es nicht gelernte Informationen im Langzeitgedächtnis abzuspeichern.

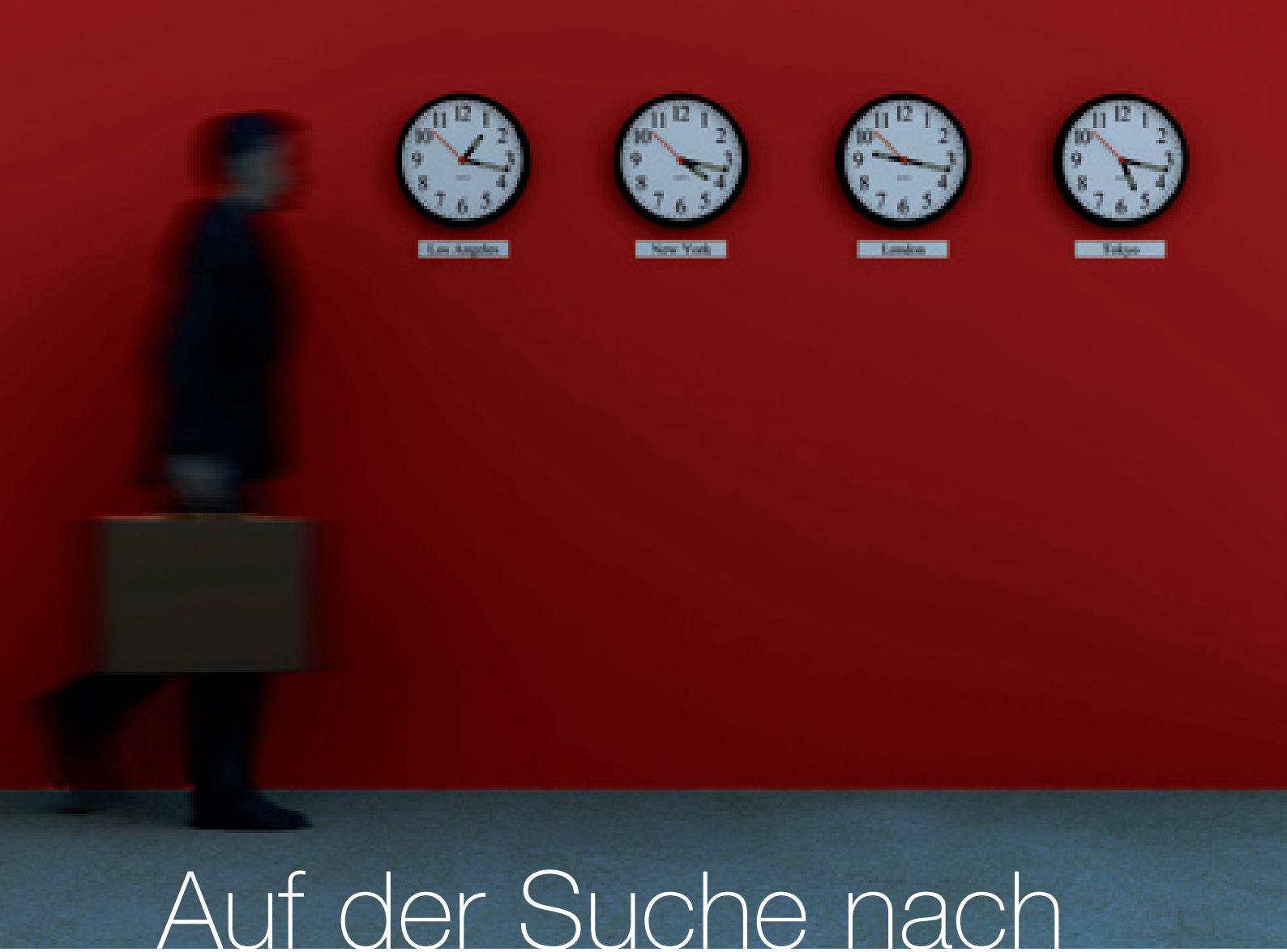
Fordern Sie Ihre grauen Zellen.

Wie wollen Sie kreative Höchstleistungen vollbringen, wenn Sie gar keine Gedankenbahnen haben, die das durchführen können? Wie wollen Sie Transferwissen herstellen, wenn Sie kein Grundwissen haben, auf das Sie zurückgreifen können? Deswegen ist es so wichtig, dass Sie JETZT beginnen, Ihre grauen Zellen wieder zu fördern und zu fordern. Haben Sie schon mal gegen Kinder Memory gespielt? Die sind fast nicht zu bezwingen weil sie kindlich lernen, nicht kindisch. Die Techniken, die ich in meinen Teilnehmern zeige, zielen genau auf dieses kindliche Vorstellungsvermögen und Denken ab.

Mit Technik gelingt es. Angenommen Sie möchten eine freie Rede halten. Wenn Sie guten Rednern auf den Spickzettel sehen, werden Sie feststellen, dass dort nur die Schlüsselwörter – sprich der „rote Faden“ – niedergeschrieben wurden. Diese Keywords können Sie sich nun mit Hilfe von mentalen Briefkästen leicht im Kopf abspeichern. Dafür können Sie den Körper zu Hilfe nehmen, indem Sie markante Briefkästen an Körperteilen oder in einem Raum installieren. Durch starke, emotionale Bilder können Sie diese nun mit den inhaltlichen Stichpunkten verknüpfen und jederzeit abrufen.

Mit welchen ausgefallenen Bildern Sie Informationen im Kopf behalten, ist dabei Ihnen überlassen. Das entscheidende ist doch, DASS Sie sie behalten! Die oben genannte Technik ist nur eine von vielen mit der Sie sich geistig fit halten und eine Fülle von Zahlen, Daten und Fakten im Kopf abspeichern und Ihre Mitmenschen und Kollegen beeindrucken können.

Markus Hofmann
Weitere Infos finden Sie unter
www.memo-mind.de



Auf der Suche nach der vergeudeten Zeit

Wir haben keine Knappheit an Zeit, wir haben nur zu viel davon verschwendet“, wusste schon der römische Dichter und Philosoph Seneca. Daran hat sich bis heute nichts geändert, und so gehört Stress mittlerweile für viele Menschen zum täglichen Leben: Der typische Manager steht permanent unter Strom, hat keine Zeit für Hobbys, und das Privatleben bleibt auf der Strecke. Dabei ginge es mit dem richtigen Zeitmanagement auch anders. Denn durch ineffizientes Arbeiten dauert die Erledigung vieler Aufgaben oft erheblich länger als nötig. Durch ein paar einfache, aber wirkungsvolle Techniken lassen sich Arbeitsabläufe optimieren, und bald gehören viele üble Zeitdiebe der Vergangenheit an:

Ziele formulieren

Machen Sie sich klar, welche Ziele Sie erreichen wollen und mit welchen Schritten dies möglich ist. Verlieren Sie bei der Arbeit diese Ziele nicht aus den Augen. Es frustriert und lähmt, wenn man nicht weiß, wofür man etwas tut.

Tagesplanung

Planen Sie den kommenden Tag bereits am Abend zuvor. Nehmen Sie sich dazu zehn bis 15 Minuten Zeit – sie ist gut investiert! Notieren Sie sich, welche Aufgaben in welcher Zeit erledigt werden sollen. Verplanen Sie dabei jedoch keinesfalls jede Minute, sonst wird nur allzu leicht der ganze Plan durcheinander geworfen. Schließlich müssen nicht nur unvorhergesehene Aufgaben, sondern auch Gespräche mit

Kollegen, eine spontan angesetzte Besprechung mit dem Chef oder ein kurzfristiger Kundenbesuch Platz haben. Und auch regelmäßige Arbeitspausen müssen sein, um die nötige Energie für die Arbeit zu tanken. Verplanen Sie daher am Vorabend nur etwa 60 Prozent der Zeit. So bleiben Sie flexibel und starten trotzdem nicht planlos in den neuen Arbeitstag.

Am einfachsten funktioniert Tagesplanung nach der ALPEN-Methode nach dem Zeitmanagement-Experten Lothar Seiwert:

- **A** Aufgaben und Aktivitäten in einen Tagsplan eintragen
- **L** Länge jeder Aufgabe einschätzen
- **P** Pufferzeiten (40 Prozent) für Unvorhergesehenes einplanen
- **E** Entscheidungen treffen, welche Aufgaben dringend und wichtig sind (siehe unten)
- **N** Nachkontrollieren, ob vom heutigen Tag noch Unerledigtes auf den nächsten Tag übertragen werden muss

Prioritäten setzen

Teilen Sie alle Aufgaben, die zu erledigen sind, in wichtig/unwichtig und dringend/nicht dringend, ein: Wichtige und dringende Aufgaben erledigen Sie zuerst. Aufgaben, die zwar wichtig, aber noch nicht dringend sind, kommen als nächstes an der Reihe. Allerdings sollte noch Zeit bleiben, um jene Aufgaben zu erledigen, die zwar dringend, längerfristig aber nicht wichtig sind. Dazu gehören viele Routinearbeiten. Aufschiebbare und unwichtige Dinge heben Sie sich für den Schluss auf – manche von ihnen können vielleicht sogar ganz entfallen.

Nicht alles selbst machen

Überlegen Sie sich, ob es tatsächlich nötig ist, dass Sie alle Arbeiten allein erledigen. Vielleicht lässt sich die eine oder andere Aufgabe delegieren.

Aufschieben bringt nichts

Schieben Sie nicht Arbeiten vor sich her, nur weil sie unangenehm sind. Viele Menschen neigen dazu, ungeliebte Tätigkeiten so lange vor sich her zu schieben, bis diese dringend erledigt werden müssen – enormer Zeitdruck entsteht.

Kleine Schritte statt eines großen Zieles

Große Aufgaben wirken oft so, als wären sie nicht zu schaffen. Teilen Sie daher große Aufgaben in kleinere, überschaubare Etappen ein, denn jedes erreichte Ziel bringt zusätzliche Motivation. Und je motivierter man bei der Arbeit ist, umso schneller geht es vorwärts.

Gleiches verbinden

Gruppieren Sie gleichartige Tätigkeiten: Statt beispielsweise über den Tag verteilt immer wieder einzelne Telefonate zu führen, ist es sinnvoller, alle anstehenden Anrufe unmittelbar nacheinander zu führen.

Nehmen Sie sich auch einmal am Tag Zeit, Ihre E-Mails zu bearbeiten. Antworten Sie sofort, wenn eine Nachricht eine Antwort nötig macht. Löschen Sie unwichtiges gleich. Und speichern Sie E-Mails, die Sie noch benötigen, in eigenen Ordnern ab, die Sie am besten nach Themen benennen. In Ihrem Posteingang sollten sich nur E-Mails befinden, die noch ungelesen sind.

Die Leistungskurve beachten

Berücksichtigen Sie Ihren Biorhythmus, also die persönliche Leistungskurve. Die meisten Menschen haben ihr Leistungshoch am Vormittag, bevor es am frühen Nachmittag stark abfällt und am frühen Abend wieder ansteigt. Erledigen Sie daher komplexe Aufgaben eher am Vormittag, und widmen Sie sich einfacheren Tätigkeiten und Routinearbeiten am Nachmittag.

Die „Stille Stunde“

Sorgen Sie dafür, dass sie jeden Tag für eine Stunde ungestört sind, in der Sie sich ganz auf komplexe Herausforderungen konzentrieren können. Ständige Störungen reißen Sie aus Ihrer Konzentration, was immer wieder neue Einarbeitung in die Aufgabe zur Folge hat. Und das kostet enorm viel Zeit.

Die „Zwei-Minuten-Regel“

Erledigen Sie Aufgaben, die kurzfristig anfallen, sofort, wenn sie weniger als zwei Minuten in Anspruch nehmen. Dauern Sie länger, überprüfen Sie ihren Tagesplan und entscheiden Sie, wann die Aufgabe am besten hinein passt.

Verabredungen genau planen

Wenn Sie einen Termin vereinbaren, machen Sie auch gleich die ungefähre Dauer aus. Ist von Anfang an klar, dass nur eine bestimmte Zeit für ein Treffen zur Verfügung steht, verläuft dieses meist viel effizienter. Ausufernde Meetings, die im Ergebnis meistens nicht besser sind als kürzere, werden verhindert.

Aus Fehlplanungen lernen

Überprüfen Sie am Ende des Arbeitstages, ob Sie alle geplanten Aufgaben auch tatsächlich erledigt haben. Meistens muss man erst langsam lernen, die benötigte Zeit für bestimmte Aufgaben einzuschätzen. Überlegen Sie sich die Ursachen für Fehlplanungen und berücksichtigen Sie diese bei der Erstellung weiterer Tagesplänen.

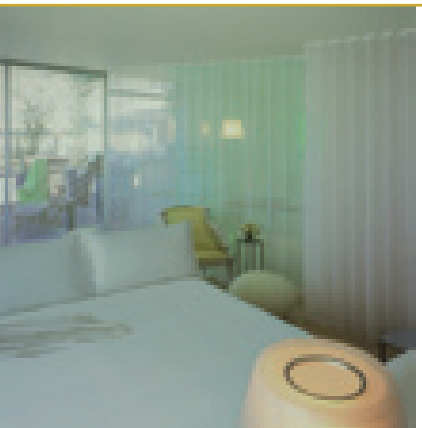
Erfolg mit **Starcken Stücken**

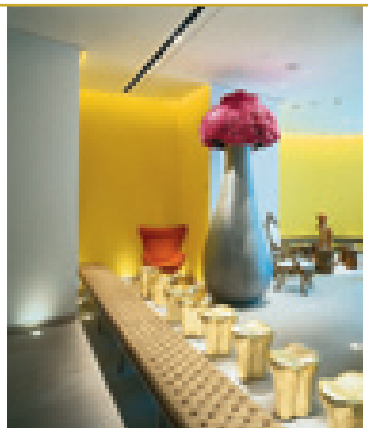
Philippe Starck ist gegenwärtig wohl der berühmteste französische Designer und Architekt. Kein Wunder, hat er doch bereits nahezu allen Lebensbereichen seinen Stempel aufgedrückt: Ob Badewannen oder Restaurants, Klobürsten oder Zitruspressen, Basmatireis-Verpackungen, Zahnbürsten oder Yachten – überall zeigt sich seine oft kühle, schnörkellose Sicht auf die Welt, in der trotz Minimalismus und Eleganz immer wieder Platz für Humor ist: So entwarf er etwa für das Creative Center des deutschen Badezimmerausstatters Duravit eine etwas eigentümliche Aussichtsplattform: ein überdimensionales, 12 Meter hohes WC mit Blick auf den idyllischen Schwarzwald.

Überall auf der Welt bieten seine Luxushotels zahlungskräftigen Gästen einen erholsamen Aufenthalt, und in den trendigen Wohngegenden dieses Planeten stattet er chice Lofts mit seinen Objekten aus. Dabei hält sich der „Popstar des Designs“ nicht lange mit einem Auftrag auf: Um einen Stuhl zu entwerfen, benötige er zehn Minuten, für ein ganzes Hotel samt Einrichtung zwei Tage, sagt er. Die Kunst des Weglassens ist es, was ihn auszeichnet. Er hat sich ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: auf alles Unnötige zu verzichten, pure Funktionalität zu bieten. Sein jüngstes Projekt ist das Innenleben von „SpaceShipTwo“, jenes Space-Shuttles, mit dem der britische Milliardär Richard Branson ab 2009 designverwöhnte Luxuskunden als Touristen ins Weltall schicken will.

Aufblasbare Häuser und der Elysée-Palast. Philippe Starcks Begeisterung dafür, Dinge neu und anders zu erschaffen, zeigte sich schon als Kind. Kein Wunder, wurde ihm doch das Talent dafür in die Wiege gelegt: Als Sohn eines Flugzeugkonstrukteurs stand er schon früh am Zeichenbrett seines Vaters und sah zu, wie auf dem Papier Fluggeräte entstanden. Bald begann er selbst, sich Dinge auszudenken, zeichnete, sägte und klebte, baute Fahrräder und Motorräder nach seinen eigenen Vorstellungen in Kleinformat. Seinem Tatendrang folgend, gründete er bereits als 18-Jähriger seine eigene Firma, in der er aufblasbare Objekte – auch Häuser! – verkaufte. Nur wenige Jahre später gewann er seinen ersten Möbeldesign-Wettbewerb, wurde Art Director bei Pierre Cardin und bekam von dem damaligen französischen Ministerpräsidenten Francois Mitterand den Auftrag, dessen Privaträume im Elysée-Palast zu gestalten.

Der endgültige Durchbruch gelang dem Designer mit der Innenraumgestaltung des „Café Costes“ in Paris, mit dem er 1984 das Lebensgefühl einer ganzen Generation in formvollendeter Weise zum Ausdruck brachte und mit dem er berühmt wurde. Kurz: Ein Karrieresprung folgte gleich dem nächsten. Im Jahr 2004 nahm er den „Lucky Strike Designer Award“ entgegen – mit 50.000 Euro einen der höchstdotierten Designerpreise weltweit. Daneben ist er Preisträger so bedeutender Auszeichnungen wie des Compasso d´Oro, des Red Dot Designpreises und des iF Design Awards.





Mit Humor und Prinzipien. Was Philippe Starck anfasst, wird zu Gold, könnte man meinen. Er hat die Selbstinszenierung perfektioniert und wirbt mit seinem eigenen Konterfei und viel Humor für sein Design. Er hat zu Lebzeiten längst Kult-Status erreicht, und jedes Produkt, egal wie groß oder klein, wie auffällig oder unscheinbar, wird ihm aus den Händen gerissen. Die Rechnung geht auf: Die renommiertesten Firmen reißen sich um ihn. Viele von ihnen bekommen allerdings Absagen: Glücksspiel und Waffenindustrie etwa sind Bereiche, die er ablehnt und von denen er keine Aufträge annimmt. Auch das Aussehen von Autos interessiert ihn nicht. „Ich glaube nicht an Autos".

Puma, Alessi, und Fossil dagegen sind nur drei Beispiele für Unternehmen, denen er mit seinem Design einen ordentlichen Verkaufsschub verschafft hat. Dass jeder Quadratmeter einer von ihm entworfenen Wohnung in München 6.580,– Euro kostet, ist angesichts seiner Bekanntheit kaum noch verwunderlich. 4.000 solcher „Starck-Appartements" gibt es mittlerweile – mit einem Gesamtwert von rund zwei Milliarden US-Dollar.

20 Wohnsitze und zu viel Champagner. Über sein eigenes Vermögen ist nur wenig bekannt. Aber der 58-Jährige dürfte nicht umsonst als der kommerziell erfolgreichste Designer der Gegenwart gelten. Wie oft sich seine Objekte verkaufen, sei ihm egal, sagt er: „Ich kümmere mich nie um Zahlen". Wobei diese Aussage wohl eher Koketterie sein dürfte, lässt sich Starck doch auf der Basis der Umsatzbeteiligung bezahlen. Für ihn ein „höchst moralisches Prinzip, denn wenn ich Gutes entwerfe, dann verdiene ich Geld. Bin ich schlecht, bekomme ich nichts." Dass die Kasse offenbar stimmt, lässt sich aber schon aus der Tatsache schließen, dass er ständig zwischen seinen rund 20 Wohnsitzen auf der ganzen Welt hin- und herjettet. Sie alle sind angeblich gleich ausgestattet, überall sind die gleichen Bücher und CDs zu finde.

Allerdings habe er so viel zu tun, dass er eigentlich gar keine Zeit dafür finde, diese auch tatsächlich zu bewohnen, die meiste Zeit verbringe er deshalb im Flugzeug. Nur zwei Laster habe er, sagt er von sich selbst: Arbeit und Champagner. Und beiden widme er sich zu intensiv. Und noch eine seiner Aussagen lässt auf ein ansehnliches Vermögen schließen: In einem Interview meinte er: „Das Einzige, was mich interessiert, ist meine Leidenschaft, mein sentimentales Leben. Jeder von uns muss sich dringend Fragen stellen über das Leben, das Verlangen, den Krieg und sich selbst. Diese Ethik kann ich mir heute erlauben. Man muss reich sein, um ehrlich bleiben zu können."

Zeit für den Sommer

Wer im Sommer mehr Haut zeigen will, sollte auf stilvolle Schmuckstücke besonderen Wert legen. Mit den neuen „Zeitgenossen“ der Herrenkollektionen gelingt das genauso wie mit den verspielten Accessoires für die Frau.

1

2

3

1 Eleganter Flitzer.
Die „Flying B“ aus der Breitling for Bentley-Kollektion ist eine Hommage an die Nobelmarke: Eckiges Gehäuse, Perlmut-Stundenindexe, vertieft gesetzte Zähler, gerändeltes Dekor am Zifferblatt. Version in Stahl mit Krokoarmband
ca. € 10.500

2 Bitte, anschnallen!
Einmal das Gaspedal eines Porsche getreten – schon träumt man vom eigenen. Bis der Kontostand dafür passt, empfehlen wir diesen rasanten Begleiter von Porsche Design – den aparten „Flat Six Automatic Chrono“.
€ 2.750

3 Mit Durchblick.
Extravagante Mondphasen-Herrenuhr aus der Jubiläumsserie von Louis Erard, mit skelettiertem Ziffernblatt, Automatikwerk mit Selbstaufzug, Saphirglas, Stahlgehäuse, Glasboden, Datum, bis 50m wasserdicht.
Ca. € 1.890

4

5

6

4 Bodyguard.
Keine gewöhnliche Taucheruhr, sondern ein echtes Profi-Instrument ist die „KonTiki Diver“ von Eterna. Zahlreiche technische und konzeptionelle Innovationen, wie der Klappmechanismus und das einzigartige Dichtungssystem, bieten perfekte Sicherheit bei den Tauchgängen.
Ca. € 3.950

5 Geburtstagskind.
Zum 80-jährigen Jubiläum des Rennen „Mille Miglia“ präsentiert Chopard den „Mille Miglia GT XL Chrono 2007“. Eine ausdrucksstarke Uhr mit schieferfarbenem Zifferblatt, großen, arabischen Ziffern, stromlinienförmig integrierten Drückern, Tachometer. Am Gehäuseboden ist die Rennstrecke eingraviert. In Edelstahl limitiert auf 2007 Stück.
€ 4.800

6 Ausnahmeerscheinung.
Die auf 999 Stück limitierte „Pontos Décentrique GMT“ von Maurice Lacroix beeindruckt durch die innovative dezentrale Anordnung der Stunden-, Minuten- und Sekundenanzeige, Tages- und Nacht-Anzeige für die zweite Zeitzone. Titangehäuse, wasserdicht bis 50 m.
€ 5.200

7 Zeitgeist.
Die „Monaco Vintage Limited Edition“ (4000 Stück) von TAG Heuer ist eine Hommage an den legendären „Gulf Porsche 917K“. Steve McQueen ist im Kultfilm „Le Mans“ hinter dem Lenkrad gesessen. Die neue Uhr besticht durch smartes Design mit farbigen Streifen und typischem „Gulf“-Logo.
Ca. € 3.230

8 Risikofreudig.
Zu jedem Abenteuer bereit ist der „Sport Evolution Chronograph“ von Glashütte Original. Sein Zifferblatt weist zusätzlich hervorgehobene Chronographen-Anzeigen auf. Er ist bis 100 Meter wasserdicht und in diesen Tagen nagelneu am Markt.
Ca. € 15.500

9 Atemberaubend.
Ist der „Defy Extreme Gold Tourbillon“ von Zenith. Der Ausnahme-Zeitmesser vereint futuristisches Design, innovative Materialien und kühne Konstruktionsgrundsätze und bricht damit alle Rekorde. Automatik-Chronograph mit Tourbillon in Gold-Titan.
€ 180.000

7

8

9

1 Für Mobilistinnen.
Sieht richtig schneidig aus – der neue „Cayenne Classic Chronograph“ für Damen im pfiffig rot-weißem Porsche Design. Bitte, anschnallen und los geht’s! Preis ?

1

2

2 Für Meerjungfrauen.
Zauberhaft ist die neue „Baby Star Sea Open Precious Pearls“ von Zenith. Eine Nixe hat stilvoll kostbare Perlen am Zifferblatt und Diamanten am Gehäuse verstreut.
€ 14.000

3 Für Sportlerinnen.
Stark, modisch und aktiv präsentiert sich dieses „Sportura“-Damenmodell von Seiko. Chronowerk, Saphirglas, Lederband mit Stahl-Schließe.
€ 400

3

4 Für Trendsetterinnen.
„Happy Sport Mark II“ von Chopard mit weißem Perlmutt-Zifferblatt, fünf beweglichen Diamanten, drehbarer Lünette. Quarzwerk, wasserdicht bis 30 Meter.
€ 10.280

4

5

5 Für Romantikerinnen.
Elegant und romantisch wirkt die „Cirina“ Edelstahl in Rosé von Milus. Quarzwerk, Saphirglas, silberne Zahlen und Indexe, ganzheitlich mit zierlichen Arabesken verziert.
Ab € 1.650

6 Für Sommerfeen.
Wunderbar elegante Damenuhr von Louis Erard aus der Serie „La Carée“. Stahlgehäuse, Saphirglas, Automatikwerk ETA 2824-2, Perlmutziffernblatt, rosa Satinband.
Ca. € 790

6

Colorationen.
Dieses fröhliche Schmuckset aus dem Haus Fabergé bringt viel Farbe in den Sommer.
Anhänger (ohne Kette):
€ 1.090
Ring in Gelbgold: **€ 1.280**,
Ring in Weißgold: **€ 1.330**
Ohrschmuck F2510:
€ 1.770

Schöner Zeitvertreib.
Mit „Tarasea“ präsentiert Milus elegante und verspielte Ringe der Extraklasse: Ihr Clou: Die gewölbten Elemente der mit cognacfarbenen Brillanten und orangefarbigen Saphiren übersäten Ringe sind drehbar. In verschiedensten Breiten und Ausführungen.
Preis auf Anfrage

Breitreifen.
„Diva“ heißen die wunderhübschen, extra breiten Armreifen aus der „Sphinx“-Kollektion von Frey-Wille.
In Grün, Schwarz, Blau, Rot oder Pink.
Armreifen breit, ab **€ 545**
Ohrstecker **€ 235**
Armreifen schmal, ab **€ 280**

teuer, teurer,

TOKIO

Lauter, größer, bunter – unglaublich schräg und gleich darauf wieder mit unglaublich viel Klasse: Tokio, eine Stadt wie keine andere.

Und die perfekte Kulisse für einen persönlichen Urlaubsfilm zwischen Thriller, Manga und „Lost in Translation“.

8.500.000? 13.000.000? 37.000.000? Wie viele Einwohner Tokio wirklich hat, kann man sich praktisch aussuchen. Meint man den harten Kern, also die klassischen 23 Stadtbezirke? Oder die Präfektur inklusive einiger Gebirgsdörfer und Pazifikinseln? Oder doch gleich die gesamte, gigantische Metropolenregion, eine nicht enden wollende krakenartige Stadt, zu der auch Yokohama und Kawasaki gezählt werden. Einigen wir uns darauf: Es sind verdammt viele. Und: Tokio ist eine Stadt, die ihresgleichen sucht. Nicht nur, was die Größe anbelangt.

Schuhe, Antiquitäten, Kleider. Auch die Preise können sich sehen lassen. Teuer – teurer – Tokio, könnte man durchaus zurecht sagen. Ein Shopping-Trip durch die japanische Hauptstadt ist allerdings nicht nur wegen der Preise ein einzigartiges Erlebnis. Schuhe bei „Isetan“ in Shinjuku, Antiquitäten bei Lloyd’s in Shibuya, die neuesten technischen Spielereien auf acht schwindelerregend futuristischen Stockwerken im „Bic Camera“, „Kabuki-Couture“, also vom klassischen japanischen Theater beeinflusste Kleider in den Kaufhäusern „La Foret (Harajuku) und „109“ (Shibuya) – und natürlich die edlen Boutiquen mit ihren aufgemascherlten Türstehern auf der „Omote-Sando“, Tokios „Champs-Elysées“ und „Park Avenue“ in einem.

„Love Hotels“. Und dann, ganz einfach, schauen, riechen, schlendern, staunen – sich die Straßen entlang treiben lassen. Wie Charlotte in Sophia Coppolas „Lost in Translation“ zum Beispiel, durch „Shibuya“, das bunte Mekka shoppingbegeisterter Fashionistas und blondgefärbter Surfer in Baggypants.

Abendliche Pause? Am besten mittendrin, im „Legato“, einer Bar im 15. Stock des E-Space Tower, einem perfekt durchgestylten Ruhepol, Moderne trifft Marokko, dazu hervorragende Club-Jazz-Pianisten. Hier lässt es sich, auch ziemlich filmreif, entspannen, Luft schöpfen. Und das nicht enden wollende bunte Treiben auf den nächtlichen Straßen beobachten, die Neonröhren der „Love Hotels“, die aussehen wie Sultanspaläste oder Dornröschenschlösser – für jeden Geschmack das passende, für zwei, drei Stunden oder die ganze Nacht.

Geisha-Flair. Es darf ruhig noch etwas Ungewöhnlicheres sein? Dann vielleicht eines der vielen und bei den Einheimischen immer beliebteren „Maid Cafés“. Bei einheimischen Männern, sollte man vielleicht dazu sagen. Nein, nicht was Sie jetzt glauben! Es geht hier durchaus gesittet zu. Was japanische Angestellte und Manager herlockt, sind die Kellnerinnen, die sich zum Tee-Einschenken vor den Tisch knien, mit zwitschernden Stimmen fragen, ob’s in der Arbeit wieder

anstrengend war oder der Chef ungerecht, dazu den Kopf schief halten und verständnisvoll nicken.

Dienstmädchenuniformen. Manche spielen auch Karten mit ihren Gästen oder füttern sie sogar. Dazu tragen sie europäische Dienstmädchenuniformen mit kurzen Röcken oder klassische Kimonos, wie im „@home saboh“, wo beinahe so etwas wie Geisha-Flair entsteht. Mit „Sailor Moon“-Appeal, halt, weil echte Geishas sind mittlerweile auch in Tokio eher rar, ihre Zeit ist wahnwitzig teuer und die Erotik mit der sie bezaubern ist so subtil, dass sie von mitteleuropäischen Männern – aber auch jungen Japanern – kaum wahrgenommen wird.

Tokyo Tower. Aber natürlich, wie man’s dreht, die Sache ist trotzdem nicht ganz unchauvinistisch. Erhitzte Tokioter kühlen sich nach einem anstrengenden Arbeitstag allerdings schon auch emanzipiert ab. In der „Absolute IceBar“ zum Beispiel, im Bezirk Minato, wo auch der „Tokyo Tower“ steht, ein echtes Wahrzeichen der Stadt, quasi der Tokioter Eiffelturm, nur viel höher natürlich, knapp 333 Meter hoch nämlich. Mit schicken Restaurants und schwindelerregender Aussicht bis zum „Fuji“, Wachsfigurenkabinett, Spielhallen, Riesenaquarium und Vergnügungspark.

Was immer wieder mal den einen oder anderen Touristen in die „Absolute“ hereinschneien lässt. Bei Minus 10 Grad an der Eis-Bar, die sich diesen Namen auch verdient hat, auf einem Eisfußboden stehend, ein Glas aus Eis in der Hand in dem die Eiswürfel klirren, halten es die meisten Gäste dann allerdings nicht länger als 20 bis 30 Minuten aus, obwohl man am Eingang ein silbernes Thermo-Cape bekommt, um sich gegen die Kälte zu schützen.

„Shinjuku“. Überraschend auch die relativ vielen Grünflächen, mit denen man in Tokio irgendwie nicht wirklich rechnet. Zwei riesige Zoos, der „Tama“ und der „Ueno“ gehören genauso zu dieser Stadt der Superlative, wie die mehr oder weniger kleinen, strengen Gärten, irrwitzigen Vergnügungsparks, der romantische Pärchentreff „Odaiba Kaihin“ mit den klassischen Brückchen und einem großartigen Blick auf die Bucht – und der Park des Kaiserpalastes mit den wahrscheinlich berühmtesten Kirschblüten der Welt. Gleich westlich von Palast und Garten und dem berühmten „Hie-Schrein“, einem Shinto Tempel aus dem 15. Jahrhundert, schlägt das nimmermüde Herz Tokios: „Shinjuku“, der Bezirk, in dem auf nur zwei Quadratkilometern rund um den Bahnhof alles, was man von der Stadt gehört oder gesehen hat, als Konzentrat zu existieren scheint. Wolkenkratzer, Verwaltung, Kaufhäuser, Vergnügungsviertel, Kinos, Bars und gefühltermaßen etwa 80 Prozent der ungefähr 60.000

„ethnic food“-Restaurants. Von den bereits erwähnten Ramen-Buden bis zum Gourmet-Sushi um 90 Euro pro Portion, internationaler Kulinarik und jeder Menge der angesagten „ethnic food“-Restaurants, wobei „ethnic“ bedeutet, dass nicht europäisch oder mainstream-japanisch gekocht wird. Die Favoriten wechseln beinahe saisonal, im Moment scheinen „Bali“- und „Okinawa“-Küche schwer im Trend.

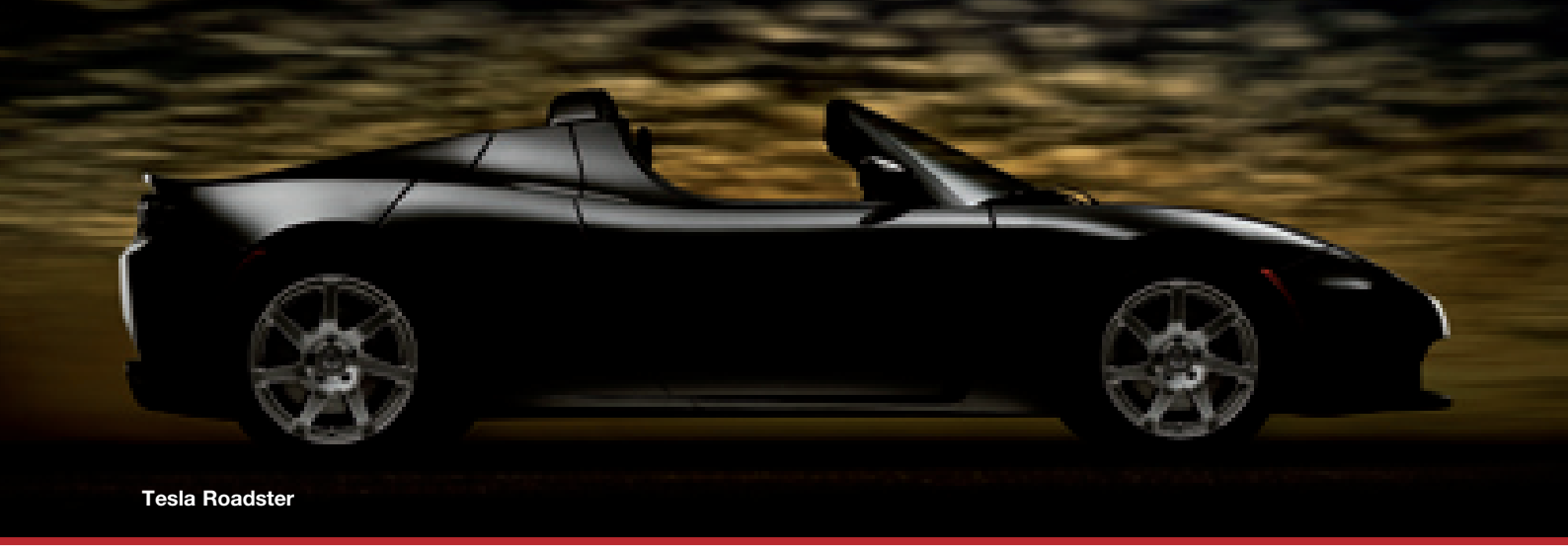
Viel besser als die Fantasie. Eine der allerbesten Adressen, mit der allerschönsten Aussicht über die Stadt: das „New York Grill“ im „Park Hyatt“ Hotel. Und ja, wohnen lässt es sich in „Shinjuku“ auch ganz ordentlich – wenn man es sich leisten kann. Womit wir eigentlich wieder zurück bei „Lost in Translation“ – dem neuen Synonym für Tokio-Feeling – wären. Und nein, es ist nicht ganz so, wie wir es von den Bildern mit Scarlett Johansson und Bill Murray zu kennen glauben.

Hier schlägt die Wirklichkeit ausnahmsweise die Fantasie – es ist noch viel besser.

Die offene Gesellschaft & ihre Freunde

Zugeknöpft war gestern. Gut so. Denn der Cabrio-Boom bringt es mit sich, dass wir auf der Straße den Menschen immer freundlicher begegnen.

Die Sache ist eigentlich ganz einfach erklärt. Die allerersten Autos waren keine Limousinen, Coupes oder SUV's. Sondern Cabrios. Und dergestalt irgendwie auch wegweisend. Bis heute. Denn so wie es derzeit ausschaut, wird das Fahrzeug, das mehr als hundert Jahre nach der Erfindung des ersten benzinbetriebenen Autos tatsächlich die Zukunft des Automobils einläutet, wieder ein Cabrio sein: der Tesla Roadster. Bis jetzt geistert das Elektromobil zwar vorwiegend als verrückte Idee des Silicon-Valley-Millionärs Martin Eberhard durch die Medien. Doch spätestens wenn gegen Ende 2007 die ersten hundert Exemplare des absolut emissionsfreien Sportwagens über amerikanische Highways düsen, wird es sich wieder einstellen: die sympathische, beinahe kindliche Freude beim Anblick einer technologischen Revolution.


Tesla Roadster

Tesla Roadster. Ja, man kann durchaus behaupten, dass mit dem Tesla Roadster das Rad neu erfunden wird. Beschleunigungswerte wie ein Ferrari und zugleich ein Sportler, der keinen Tropfen Benzin begehrt. Wer hätte gedacht, dass so etwas möglich ist? Angetrieben von der Kraft aus 6381 Lithium-Akkus, soll der 185 kW-starke Elektromotor bei einer Spitze von etwa 200 km/h bis zu 13.500 Umdrehungen leisten. Und das Beste dabei: Das Design des Öko-Flitzers stammt von Lotus, den britischen Spezialisten für leichtgewichtige Sportwagen.

Der Preis für den offenen Zweisitzer soll bei knapp unter 100.000 Dollar liegen. Nicht zu viel für einen Technologieträger, der Detroits Autoindustrie zeigen will, wohin die Fahrtrichtung im dritten Jahrtausend gehen könnte. Natürlich, die Reichweite des Tesla Roadster ist mit einer Batterieladung modernen Dieselaggregaten weit unterlegen. Aber die angepeilten 250 Meilen bzw. 400 Kilometer sind ein Vielfaches von dem, was herkömmliche Elektroautos in einem Stück zurücklegen können. Die Batterien werden in rund dreieinhalb Stunden geladen. das heißt, dass für längere Reisen wohl dementsprechend lange Boxenstopps eingeplant werden müssen. Doch jeder Laptop- und auch Handy-User weiß aus eigener Erfahrung, dass die Akkuleistung von Batterien Jahr für Jahr steigt. Von daher könnte der Elektroantrieb demnächst die echte Alternative zu den Motoren der „old school“ werden.

Der Tesla wird vorerst nur auf dem nordamerikanischen Markt angeboten. Schade also, dass wie uns in Europa noch mit Cabrios herkömmlicher Bauart begnügen müssen.

Opel GT. Wobei „herkömmlich“ nun wirklich nicht das passende Wort für die Novitäten dieses Sommers ist. Die knackige Neuauflage des Opel GT – beim Autosalon in Genf mit dem Prädikat „schönstes Cabrio des Jahres“ geadelt – hat das Zeug zum echten Sympathieträger. Nahezu baugleich mit dem GM-Roadster Pontiac Solstice und dem Saturn Sky bringt der GT wieder jene Portion Emotion auf die Straße, die man bei den praktischen, mit Stahldach ausgestatteten Cabrios mitunter vermisst.

Detroit wird also weiterhin ein Wörtchen mitreden, was das Design von Autos betrifft. Ist ja nicht das Schlechteste, wenn Autofahrer auch in Europa davon profitieren können. Denn die Anleihen des GT an der Corvette werden stolz zur Schau gestellt. Und, ehrlich gesagt, mit einem Porsche Boxter stiehlt man heute beim Ampelstart keinem mehr die Schau.

Aston Martin Vantage V8 Roadster. Apropos. Das neue Porsche 911 Turbo Cabrio wird erst ab Spätsommer mit der geballten Kraft von 480 PS die Frisuren durcheinander wirbeln. Rechtzeitig zum Start der Cabriosaison hingegen steht der Aston Martin Vantage V8 Roadster bereit.

Mit seiner klassischen Stoffhaube ist er ein wahrlich edler Vertreter seiner Klasse. Ebenso einer, der ein verträumtes Lächeln auf die Gesichter der Passanten zu zaubern vermag. Denn das Öffnen und Schließen des Daches ist bei ihm bis zu einer Geschwindigkeit von 50 km/h möglich. Und dieser Showeffekt ist es ja, den sowohl Cabrio-Piloten als auch -Beobachter genießen wollen.

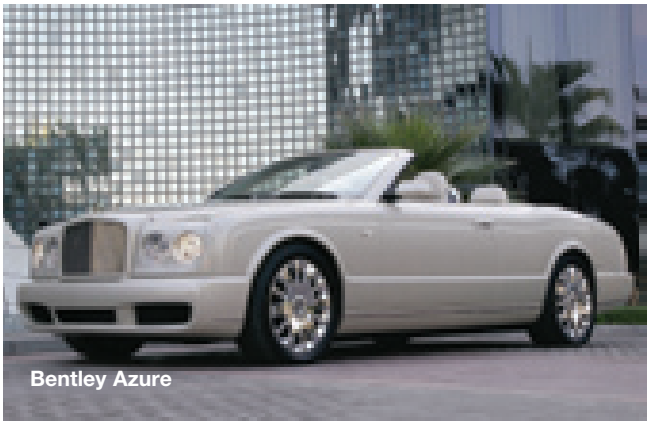
Opel GT

Aston Martin Vantage V8 Roadster

Rolls-Royce Drophead Coupe

Rolls-Royce Drophead Coupe. Eine Spur noch exklusiver gibt sich das Rolls-Royce Drophead Coupe. Dieser Luxusdampfer hat fast den Gegenwert einer kleinen Stadtvilla und vereint geschickt Tradition und Moderne. Motorisch ist natürlich alles State-of-the art. V12-Motor, 460 PS, ein Drehmoment von 720 Nm, da erübrigen sich Fragen nach der Höchstgeschwindigkeit.

Wer es trotzdem wissen will, sie ist elektronisch auf 240 km/h begrenzt. Aber Chefdesigner Ian Cameron weigerte sich beharrlich, diesem Luxuscabrio ein Stahldach zu spendieren. „Es gibt nichts Romantischeres, als bei Nacht in einem geschlossenen Cabriolet durch den Regen zu fahren und die Regentropfen auf dem Stoffdach zu hören“, ruft uns Cameron so ein vertrautes Gefühl wieder in Erinnerung.



Bentley Azure

Bentley Azure. Gemeinsam mit dem neuen Bentley Azure – dem mit einem Preis von mehr als 325.000 Euro teuersten Seriencabriolet der Welt – passen auf den Rolls wie auf kein anderes Auto die Adjektive kolossal, maximal, phänomenal. Zwei Sommerresidenzen auf vier Rädern. Gut, von diesen Marken ist auch zu erwarten, dass sie sich manchen Trends stolz widersetzen.

BMW, die neue Muttermarke der britischen Upper-Klasse Rolls-Royce, zeigt im Gegensatz dazu, wie harmonisch sich ein versenkbares Hardtop aus Stahl in die Linie der Karosserie fügt. Offen wie auch geschlossen. Besonders das Heck profitiert von dieser Lösung. Kein Wulst verunstaltet den Abgang der neuen offenen viersitzigen Fahrmaschine aus München.

Do-it-yourself-Flitzer. Der Sommer also ist auf dem Weg zum Laufsteg zu werden. Am besten in einem Cabrio. Das schärft die Sinne. Und vielleicht auch die Gedanken. „Der beste Weg, die Zukunft vorauszusagen, ist, sie zu erfinden“, lautet das Credo von Elon Musk, seines Zeichens CEO von Tesla Motors. Warten wir mal ab, ob die ersten Käufer des Elektro-Roadsters sich dann ebenso begeistert zeigen wie seine Erfinder.

Wenn nicht, bliebe ihnen noch die Wahl, sich selbst ein Cabrio zu basteln. Auch das ist keine Zukunftsmusik. „Wer Ikea-Küchen kann, schafft auch ein Auto“, behauptet Bernd Michalak aus Mainz. Der Designer bietet Selbstbausätze für einen Roadster an, der keinen Vergleich mit Serienrennern zu scheuen braucht.

Alles, was man dazu benötigt, sind Motor, Sitze, das Fahrzwerk eines Smart und ein kleiner Werkzeugkasten. Dazu das neue Rohrrahmen-Chassis des Kit-Cars, eine Garage und ein paar Tage Zeit. Michalak C7 nennt sich dann das Resultat. Ein Do-it-yourself-Flitzer, der einen befähigt, sich selbst in einem Atemzug mit Gottfried Daimler zu nennen.

Michalak C7

erfolg

luxus

welt

auto

Jetzt neu und vierteljährlich:

Mit allen Infos zu Network-Marketing, Luxus, Reisen und Autos.

READY STEADY GO
MAKE MORE MILLIONS
ABONNEMENT

☐ Ja, ich möchte das Magazin „ReadySteadyGo“ für ein Jahr (4 Ausgaben) zum Vorteilspreis von SFR 36,– abonnieren.

☐ Ja, ich möchte das Magazin „ReadySteadyGo“ für zwei Jahre (8 Ausgaben) zum Vorteilspreis von SFR 70,– abonnieren.

Name _____

Straße _____

Postleitzahl _____ **Ort** _____

Telefon _____

Datum _____ **Unterschrift** _____

Das Abonnement verlängert sich automatisch, wenn nicht drei Monate vor Ablauf des Bezugjahres eine schriftliche Kündigung stattfindet.

An
ReadySteadyGo
Pro Media Publishing GmbH
Baarerstraße 135
CH-6301 Zug
Schweiz