

projektschmiederei.

sabrina fischäß

# Vom Tun zum Wirken

*Warum Aktionismus sich produktiv anfühlt — und warum er dein Wachstum trotzdem blockiert*

Sabrina Fischäß — [projektschmiederei.de](https://projektschmiederei.de)

## Bevor wir anfangen

Ich habe schon viele Unternehmer getroffen, die mir erklärt haben, ihr Problem sei Disziplin. Oder Fokus. Oder dass sie "einfach mal dranbleiben" müssten.

Fast nie war das das eigentliche Problem.

Was ich stattdessen gesehen habe: Menschen, die ernsthaft arbeiten, wirklich anpacken — und sich trotzdem im Kreis drehen. Nicht weil sie zu wenig tun. Sondern weil sie nicht klar haben, warum sie es tun.

Das klingt nach einer kleinen Unterscheidung. Ist es nicht.

---

## Kapitel 1: Warum du trotz viel Arbeit nicht vorankommst

Hier ist eine Szene, die ich oft erlebe: Jemand sitzt mir gegenüber, erklärt mir, was alles gerade läuft — neue Kampagne, neuer Content-Plan, neue Idee, die letzte Woche noch nicht da war. Das Business fühlt sich dynamisch an. Bewegung überall.

Dann frage ich: "Was hat davon tatsächlich etwas gebracht?"

Pause.

Das Problem ist nicht fehlende Aktivität. Das Problem ist, dass Aktivität und Fortschritt zwei verschiedene Dinge sind — und dass es sich von innen heraus kaum unterscheiden lässt.

Du kannst einen kompletten Arbeitstag voll ausreizen und dabei trotzdem nichts getan haben, was dein Business wirklich weiterbringt. Das ist kein moralisches Urteil über Fleiß oder Engagement. Es ist eine nüchterne Beobachtung: Nicht jede Aufgabe hat denselben Wert. Und wenn du nicht weißt, welche Aufgaben den echten Unterschied machen, dann arbeitest du auf Verdacht.

Wenn sich das Business trotz viel Arbeit instabil anfühlt, liegt das meistens nicht an Energie oder Disziplin. Es liegt daran, dass Energie in die falschen Dinge fließt. Und wenn das lange genug passiert, entsteht ein sehr spezifisches Gefühl: Du bist beschäftigt, aber nicht zufrieden. Du bist aktiv, aber irgendwie nicht wirksam.

Der typische Schluss daraus ist: mehr machen, konsequenter dranbleiben, besser planen. Das greift zu kurz.

Du hast kein Umsetzungsproblem. Du setzt offensichtlich Dinge um. Du hast ein Entscheidungsproblem — konkret: unklar welche Entscheidungen dich wirklich weiterbringen und welche nur gut aussehen.

---

## Kapitel 2: Was Strategie wirklich ist — und was nicht

"Strategie" ist eines der am häufigsten genutzten und am wenigsten verstandenen Wörter im Business-Bereich. Ich höre es ständig. Meistens meint jemand damit einen Plan, einen Content-Kalender, eine Übersicht über Ziele.

Das ist keine Strategie. Das ist Organisation.

Der Unterschied ist nicht akademisch. Strategie beantwortet eine einzige Frage: *Warum mache ich genau das — und was soll konkret daraus entstehen?* Wenn du diese Frage für eine Maßnahme nicht klar beantworten kannst, hast du keine Strategie. Du hast Hoffnung. Manchmal gut strukturierte Hoffnung, aber Hoffnung.

Das zeigt sich sehr deutlich beim Thema Content. Die meisten stellen sich die Frage: "Was könnte ich posten?" Sie starten mit der Handlung. Strategisch gedacht wäre der erste Schritt: "Was soll dieser Post bewirken?" — Vertrauen aufbauen? Anfragen generieren? Einen bestimmten Kundentyp ansprechen? Erst danach entscheidet sich, was gepostet wird, auf welchem Kanal, mit welcher Botschaft.

Das klingt nach Mehraufwand. Es ist das Gegenteil. Wer die Frage nach dem Ziel überspringt, arbeitet doppelt — einmal beim Erstellen, einmal beim Rätseln warum es nicht funktioniert hat.

Noch ein Punkt, der oft übersehen wird: Strategie ist Verbindung. Wenn deine Maßnahmen nicht aufeinander aufbauen, wenn jede Kampagne für sich alleine steht, wenn Inhalte nichts miteinander zu tun haben — dann hast du kein System, du hast eine Ansammlung von Einzelaktionen. Nichts verstärkt sich gegenseitig. Das kostet nicht nur Zeit, sondern Wachstum.

Die richtige Frage ist nicht "Was soll ich tun?" Die richtige Frage ist: "Was ist gerade der sinnvollste nächste Schritt — basierend auf einem klaren Ziel?"

---

## Kapitel 3: Warum Aktionismus sich trotzdem gut anfühlt

Wenn Aktionismus so ineffizient wäre, würde ihn niemand betreiben. Aber er hat einen echten kurzfristigen Vorteil: Er fühlt sich produktiv an.

Du hast eine Idee, setzt sie um, und dein Gehirn liefert das Signal: Du bewegst dich. Du tust etwas. Du bist nicht stehengeblieben. Das ist kein Einbildung — das ist tatsächlich ein belohnungsrelevantes Signal. Das Problem ist, dass dieses Signal Aktivität misst, nicht Wirkung. Und das merkt man meistens erst mit Verzögerung.

Besonders bei Menschen mit viel Drive ist das ein echtes Risiko. Wer in der Lage ist, schnell zu entscheiden und sofort umzusetzen, hat eine echte Stärke. Dieselbe Stärke wird zum Problem, wenn keine klaren Filter vorhanden sind, was es wert ist umgesetzt zu werden und was nicht. Aus

der Fähigkeit, Dinge schnell anzustoßen, wird Streuverlust.

Das zeigt sich auf Unternehmensebene sehr deutlich: Marketing macht "irgendwas", neue Projekte werden gestartet aber nicht zu Ende geführt, Initiativen laufen parallel ohne klaren Zusammenhang. Nicht weil jemand nachlässig ist. Sondern weil die Entscheidungen, die zu all dem geführt haben, nie wirklich klar bewertet wurden.

Es gibt zwei Arten von Arbeit, die sich von außen sehr ähnlich sehen. Operative Aktivität — Dinge tun, Aufgaben abarbeiten, auf Anforderungen reagieren. Und strategische Wirkung — Richtung festlegen, Prioritäten bewusst setzen, Entscheidungen treffen bevor die Handlung startet. Die meisten verbringen den Großteil ihrer Zeit in der ersten Kategorie und fragen sich, warum die zweite ausbleibt.

Der entscheidende Shift ist kein neues Werkzeug. Es ist eine neue Grundregel: Ich handle erst, wenn ich es zu Ende gedacht habe.

---

## **Kapitel 4: Die 4K-Methode — ein Entscheidungsframework für den Alltag**

Ich mache kein Geheimnis daraus: Ich nutze für Entscheidungen im Business einen einfachen Filter mit vier Fragen. Nicht weil ich kein komplexes System kenne, sondern weil komplexe Systeme in der Realität nicht angewendet werden. Dieses schon.

Die vier Fragen:

### **1. Klarheit — Was ist das Ziel?**

Nicht "mehr Wachstum" oder "mehr Sichtbarkeit". Konkret und messbar. Was soll danach anders sein als vorher? "Wir wollen 20 qualifizierte Anfragen pro Monat" ist ein Ziel. "Wir sollten mehr Content machen" ist kein Ziel, das ist ein Impuls.

Wer hier unscharf ist, kann danach weder priorisieren noch bewerten. Alles fühlt sich gleich wichtig an — und das bedeutet in der Praxis: nichts hat wirklich Priorität.

### **2. Kontext — Passt das zu uns?**

Nur weil eine Maßnahme bei jemand anderem funktioniert hat, heißt das nichts darüber, ob sie bei dir funktioniert. Die relevanten Fragen: Passt das zu deiner Zielgruppe? Zu deinem Angebot? Zu deiner aktuellen Phase? Zu deinen tatsächlichen Ressourcen?

Ein Beispiel: Du liest, LinkedIn funktioniert gerade gut für B2B-Akquise. Die richtige Frage ist nicht "Sollen wir das auch machen?" sondern "Ist LinkedIn der Kanal, auf dem unsere Kunden wirklich erreichbar sind?" Wer den Kontext-Schritt überspringt, kopiert — und wundert sich warum die Ergebnisse andere sind.

### **3. Konsequenz — Was passiert danach?**

Die meisten Planungen enden beim Start. Strategie endet beim Ergebnis. Konkret: Was passiert wenn die Kampagne Leads generiert — wer bearbeitet sie? Was passiert wenn Nachfrage entsteht — kann geliefert werden? Was passiert wenn es nicht funktioniert — wie geht es weiter?

Viele Initiativen scheitern nicht spektakulär. Sie verpuffen einfach, weil der Plan beim Startschuss aufgehört hat.

### **4. Klare Entscheidung — Machen oder lassen?**

Erst nach den ersten drei Schritten. Und hier liegt ein Punkt, der oft unterschätzt wird: Strategie bedeutet nicht, mehr zu tun. Strategie bedeutet oft, bewusst nicht zu tun. Ein klares Nein zu einer Idee, die den ersten drei Fragen nicht standhält, ist keine verpasste Chance — es ist Fokus.

Der gesamte Durchlauf kostet fünf bis zehn Minuten. Er verändert, was du mit den restlichen Stunden des Tages machst.

---

## **Kapitel 5: Das Framework in realen Business-Situationen**

Theorie ist das eine. Hier sind vier Situationen, die in der Praxis häufig vorkommen — und wie der Filter dabei hilft.

### **Marketing-Ideen und Kampagnen**

"Wir sollten ein Gewinnspiel machen" ist eine Aussage, die ich oft höre. Manchmal sogar mit Verweis darauf, dass es bei einem anderen Business funktioniert hat.

Die 4K-Fragen machen den Unterschied sichtbar: Was ist das Ziel — Reichweite, neue Follower, Leads, Umsatz? Passt ein Gewinnspiel zu unserem Angebot und unserer Zielgruppe? Was passiert mit den Teilnehmern danach — gibt es einen nächsten Schritt oder endet das beim Like? Und erst dann: Machen wir es, oder ist das der falsche Hebel für dieses Ziel?

Wer diese Fragen beantwortet, startet entweder eine deutlich bessere Kampagne oder merkt, dass es die falsche Maßnahme war. Beides ist ein gutes Ergebnis.

### **Neue Ideen und Produktentwicklung**

Der häufigste Fehler bei neuen Angeboten oder Produkten: zu früh gestartet. Die Energie beim Start ist groß, die Fragen zur Konsequenz werden übersprungen.

Was bedeutet dieses neue Angebot für das bestehende Geschäft? Was legen wir dafür hin? Haben wir die Kapazität, es wirklich zu liefern — nicht nur zu launchen? Wer diese Fragen am Anfang stellt, hat weniger Side-Projekte, die halbfertig im Weg stehen.

## Investitionen und Ads

"Wir sollten Ads schalten" ist meistens kein strategischer Gedanke, sondern eine Reaktion auf ausbleibende Ergebnisse. Ads sind kein Reparaturwerkzeug für ein Angebot, das organisch noch nicht funktioniert.

Die entscheidende Kontext-Frage: Funktioniert das Angebot bereits ohne bezahlten Traffic? Wenn nicht, wird bezahlter Traffic das zugrundeliegende Problem nicht lösen — er wird es nur teurer machen. Die Konsequenz-Frage: Was passiert nach dem Klick? Wer bearbeitet die Anfragen? Was ist der nächste Schritt für einen Interessenten?

Wer Ads als letzten Schritt einer durchdachten Strategie einsetzt, investiert. Wer sie als erste Reaktion auf Stagnation einsetzt, verbrennt Budget.

## Team und Ressourcen

Wenn ein Team viele Tasks hat, aber wenig klare Ergebnisse produziert, ist das meistens kein Motivationsproblem. Es ist ein Entscheidungsproblem auf Führungsebene. Jede unklare Führungsentscheidung erzeugt Folgearbeit: Abstimmungsaufwand, falsch priorisierte Tasks, parallele Initiativen die sich gegenseitig behindern.

Die Klarheit-Frage für jede Teamaufgabe: Was ist das konkrete Ziel dieser Aufgabe? Die Kontext-Frage: Ist das gerade wirklich die wichtigste Priorität? Wer diese zwei Fragen regelmäßig stellt, hat weniger Meetings, weniger sinnlose Aufgaben, mehr Ergebnis.

---

## Kapitel 6: Die drei Denkfehler, die dich zurück in den Aktionismus ziehen

Das Framework zu kennen reicht nicht. Es gibt drei Muster, die auch bei guten Absichten immer wieder dazu führen, dass Entscheidungen trotzdem vorschnell getroffen werden.

### Denkfehler 1: "Ich muss schnell entscheiden."

Die Überzeugung, gute Unternehmer würden schnell entscheiden, ist verbreitet und meistens falsch. Schnelle Entscheidungen sind keine starke Seite — außer wenn sie auf Klarheit basieren. Wenn nicht, kostet eine schnelle falsche Entscheidung deutlich mehr als eine langsame richtige.

Der Druck, sofort zu reagieren, kommt meistens von innen. Angst, eine Chance zu verpassen. Wunsch, Momentum zu erzeugen. Das sind Gefühle, keine strategischen Signale. Die neue Regel: keine Entscheidung ohne Prüfung — egal wie groß der Impuls.

### Denkfehler 2: "Das fühlt sich richtig an, also ist es richtig."

Dein Gehirn liebt neue Ideen. Abwechslung. Inspiration. Das ist keine Schwäche, aber es ist kein verlässlicher Kompass für Businessentscheidungen.

Was sich gut anfühlt, ist oft einfach neu. Nicht unbedingt sinnvoll. Das Gegenmittel ist nicht Emotionslosigkeit, sondern eine einzige Frage: Zahlt das konkret auf mein Ziel ein? Wenn du darauf keine klare Antwort hast, ist das Gefühl ein Signal — aber noch keine Entscheidungsgrundlage.

### **Denkfehler 3: "Wir starten mal — den Rest klären wir später."**

Der Start ist der aufregendste Teil. Neue Energie, neue Möglichkeit, neuer Drive. Das Problem: Strategie zeigt sich nicht im Start, sondern im Ergebnis. Wer ohne Plan für danach startet, landet regelmäßig dort, wo eine Kampagne Leads generiert die niemand nachverfolgt, oder ein Projekt angelaufen ist ohne klaren nächsten Schritt.

Keine Initiative ohne Plan danach. Das klingt bürokratisch. Es ist das, was aus guten Ideen echte Ergebnisse macht.

Was alle drei Denkfehler gemeinsam haben: Sie führen dazu, dass du handelst, bevor du fertig gedacht hast. Der Shift ist nicht kompliziert. Impuls kommt — Prüfung folgt — Entscheidung danach. Dieser kleine Zwischenschritt ist der Unterschied zwischen beschäftigt sein und ein Unternehmen führen.

---

## **Kapitel 7: Wie du das tatsächlich in den Alltag integrierst**

Hier scheitern die meisten — nicht weil sie das Framework nicht verstanden haben, sondern weil der Alltag stärker ist als das Wissen. Du gehst zurück in Meetings, operative Themen, spontane Anforderungen, und plötzlich laufen Entscheidungen wieder wie vorher.

Das liegt nicht an fehlender Disziplin. Strategisches Denken ist keine Fähigkeit, die man einmal lernt und dann hat. Es ist eine Gewohnheit, die durch Wiederholung entsteht.

Die einfachste Implementierung, die ich kenne: Jede relevante Entscheidung bekommt zehn Minuten. Nicht mehr, aber auch nicht weniger. In diesen zehn Minuten läuft das Framework durch — Ziel klar, Kontext passend, Konsequenz durchgedacht, Entscheidung bewusst.

Zehn Minuten klingen nach wenig. Sie sind es nicht — weil die meisten Entscheidungen im Business bisher null Minuten Prüfung bekommen haben.

Ein weiterer praktischer Punkt: Weniger Entscheidungen bedeuten bessere Entscheidungen. Nicht weil du langsamer wirst, sondern weil nicht jede Idee sofort eine Entscheidung braucht. Ein Filter, der viele Impulse aussortiert, bevor sie zu Aufgaben werden, gibt dir Kapazität für die Dinge, bei denen es wirklich darauf ankommt.

Die Qualität eines Unternehmens ist direkt abhängig von der Qualität der Entscheidungen, die in ihm getroffen werden — nicht von der Anzahl der Aufgaben, nicht von der Arbeitszeit, nicht von der Aktivität. Das ist der Maßstab, der sich lohnt.

---

# Diagnose — Strategischer Außenblick

**499 € einmalig. Kein Abo, kein Funnel, kein Folgeprogramm.**

Wir schauen gemeinsam auf dein Business. Ich zeige dir, wo ich Hebel sehe, welche Entscheidungen ich anders treffen würde und warum. Eine Stunde — klarer Kopf danach.

---

[mail@projektschmiederei.de](mailto:mail@projektschmiederei.de)

[projektschmiederei.de/zusammenarbeit-mit-mir/](https://projektschmiederei.de/zusammenarbeit-mit-mir/)