

Der zweite Teil der Millionen-Bestsellerbiografie *Losing my Virginity*

DIE NEUE AUTOBIOGRAFIE

RICHARD BRANSON

*Finding My
Virginity*



FBV

beschwerte: »Schau, ich weiß, dass die Kinder weg sind, aber wir brauchen auch etwas zum Essen!«

»Nun, du weißt ja, wo der nächste Supermarkt ist, Richard«, antwortete sie.

Das war ein guter Einwand. Ich gewöhnte mich also daran, mir im Supermarkt Fertiggerichte zu kaufen. Aber meine Frau hatte bald Mitleid mit mir.

* * *

Als ich am Silvesterabend auf Necker Island saß und auf mein leeres Blatt Papier starrte, beschloss ich, dass es Zeit für einen Neuanfang sei, Zeit, nach den Sternen zu greifen. Im folgenden Jahr kam ich dieser Entscheidung mit der Gründung einer neuen Firma im wahrsten Sinne des Wortes nach.

Meine Faszination für den Weltraum hatte 30 Jahre zuvor begonnen. Es war der 20. Juli 1969. Zwei Tage zuvor war ich 19 Jahre alt geworden und hatte noch immer die Art von Kater auszukurieren, die wohl jeden Teenager erwartet, der seinen 19. Geburtstag feiert. Mein Vater schaltete den winzigen Schwarz-Weiß-Fernseher in unserem Haus in Shamley Green ein, und ich bestaunte zusammen mit unzähligen Millionen Menschen den außergewöhnlichen Anblick von Bildern aus dem Weltall, die auf die Erde gesendet wurden. Mehr als 383 000 Kilometer über dem Meeresspiegel war Apollo 11 auf dem Mond gelandet. Ich war ergriffen, als Neil Armstrong die unsterblichen Worte sprach: »Das ist ein kleiner Schritt für einen Menschen, aber ein riesiger Sprung für die Menschheit.« Ob er seinen Spruch verpatzt hat oder nicht, es war für mich eine Inspiration.

Ich war sofort überzeugt davon, dass ich eines Tages in den Weltraum fliegen würde. Ich nahm an, dass, wenn die NASA auf dem Mond landen konnte, sie in naher Zukunft in der Lage sein würde, jeden mitzunehmen, der in den Weltraum fliegen wollte. Ich hatte absolut keinen Zweifel daran. Aber als die Apollo-Missionen zu Ende gingen und die Jahre vergingen, ohne dass neue Durchbrüche gemeldet wurden, fühlte sich die Raumfahrt wieder ganz weit weg an. Trotzdem war ich mir sicher, dass es nur eine Frage der Zeit sei, und meine Begeisterung blieb ungebrochen.

Im Jahr 1999 machte ich die ersten kleinen Schritte zur Erfüllung meines eigenen Traums. Bei all den bemerkenswerten Reisen rund um die Welt, die

KAPITEL 1

ich in jenem Jahr unternommen hatte, begann die aufregendste Reise mit einem kurzen Spaziergang von meinem damaligen Zuhause aus, über die eisige Grünfläche des Hyde Parks, zu einem langweiligen, bürokratischen

Ich wusste nicht, wie man eine Fluglinie für die Raumfahrt startet – noch nie zuvor hatte dies jemand gemacht – aber ich liebte den Namen, und die Idee begeisterte mich.

Gebäude. Ich betrat das Companies House, das das britische Handelsregister führt, und registrierte offiziell eine neue Firma: Virgin Galactic Airways. (Als geborener Optimist habe ich auch gleich Virgin Intergalactic Airways registrieren lassen!) Ich wusste nicht, wie man eine Fluglinie für die Raumfahrt startet – noch nie zuvor hatte dies jemand gemacht – aber ich

liebte den Namen, und die Idee begeisterte mich. Es schien eine aufregende Art und Weise, in ein neues Jahrtausend einzutreten, zu den Sternen hinauf zu blicken und darüber nachzudenken, wie man dort hoch und wieder zurückkommt.

Doch all das lag in der Zukunft. Am Silvesterabend war es Zeit, mit meiner Frau zu tanzen. Ich legte meinen Bleistift zur Seite, ließ meine To-do-Liste der Möglichkeiten auf dem Tisch liegen und schloss mich unseren Gästen unten an, während Prince sang: »I was dreamin' when I wrote this, so sue me if I go too fast. But life is just a party and parties weren't meant to last ...«

KAPITEL 2

WHAT YOU SEE IS WHAT YOU GET

Ich war einer der ersten Menschen in Großbritannien, der in den 1980er-Jahren ein Mobiltelefon benutzte. Es wog mehr als Holly damals und war auch fast genauso groß. Es als Ziegelstein zu bezeichnen, wäre respektlos gegenüber dem Ziegelstein. Als ihre Größe jedoch überschaubarer wurde, verbreiteten sich die Mobiltelefone schnell und veränderten die Art und Weise, wie wir unsere Geschäfte abwickelten.

Ich musste nicht mehr so oft zu bestimmten Zeiten an bestimmten Orten sein und konnte mehr Zeit mit meinen Kindern in der freien Natur verbringen oder einfach für eine Weile verschwinden. Ich hasste es, an den Schreibtisch gebunden zu sein, und ahnte, wie Mobiltelefone die Arbeitswelt verändern würden, da sie sowohl Freiheit als auch Bequemlichkeit boten.

Der zündende Funke für Virgin Mobile kam mir 1999. Ich saß in der Küche meines Hauses in Holland Park und arbeitete mich durch einige Korrespondenzen, als Will Whitehorn, mein Kommunikationschef, hereinkam und mit einem Stück Papier wedelte.

»Stell dir vor, Richard. Wir haben einen Preis gewonnen.«

»Großartig. Welchen denn?«, fragte ich.

»Eigentlich ... habe ich einen Preis gewonnen.« Will legte das Dokument auf den Tisch – es war eine Telefonrechnung. »Du hast mich dazu gebracht, dich und jeden Journalisten im Land so oft anzurufen, dass British Telecom mir eine Trophäe verliehen hat für die höchste Telefonrechnung in ganz Großbritannien.«

Wills Rechnung brachte mich ins Grübeln. Nicht, dass ich ihn nicht mehr so oft behelligen wollte. Aber warum gaben wir British Telecom (BT) so viel Geld für die ganzen Anrufe? Warum gründeten wir nicht selbst eine Telefongesellschaft?

1998 hatte sich der weltweite Absatz von Mobilfunkgeräten auf 162,9 Millionen mehr als verdoppelt. Es war also klar: Wir mussten in den Markt einsteigen. Ich und viele andere, wir bezahlten Wucherpreise dafür, unser eigenes Telefon zu benutzen. Langzeitverträge mit enormen Nebenkosten wurden zur Normalität. Mobiltelefone waren so schnell so nützlich geworden, dass die meisten Leute einfach akzeptierten, dass sie abgezockt wurden.

Ich betrachtete dies als eine hervorragende Gelegenheit, den Markt von Grund auf zu ändern. Die Virgin Group war relativ stabil und wir hatten Bargeld von Virgin Atlantics neuer Partnerschaft, das wir investieren konnten – das Mobilgeschäft war der naheliegende Bereich, um dies zu tun. Meine einzige Sorge galt der Vorstellung, alle Kosten einer Investition in eine riesige Infrastruktur tragen zu müssen. Hier kam aber der wirklich ungewöhnliche Teil ins Spiel: Wir müssten kein komplett neues Netzwerk aufbauen, sondern würden auf eines der bestehenden aufspringen. 1997 hatten wir eine zwanzigjährige Partnerschaft mit Fast Track begonnen, einem Netzwerk, das in der *Sunday Times* die besten Privatunternehmen Großbritanniens bewertet. Ich konnte nicht umhin festzustellen, dass viele der erfolgreichen Start-ups, wie Carphone Warehouse, im Telekommunikationssektor tätig waren. Ich fragte Stephen Murphy und den Investmentguru Gordon McCallum, warum wir nicht längst investiert hatten. Sie waren der Konkurrenz voraus und zeigten mir schnell einen Bericht von Goldman Sachs über die Möglichkeiten von Mobilfunkprovidern. Der Bericht war mit so viel Fachjargon gefüllt, dass mein Kopf zu dröhnen begann, aber, sobald sich die meisten der Dutzenden von Akronymen eingepägt hatten, schien die Richtung, die wir einschlagen sollten, klar zu sein: Wenn wir ein Netzwerk von der Zusammenarbeit

überzeugen konnten, würden wir Zeit und Bandbreite auf ihrem System mieten und anschließend mit unserer Marketing- und Kundendienst-Expertise aufwarten.

Als ich die Nachricht verbreitete, dass Virgin interessiert war, boten uns viele Netzwerke Partnerschaften an. Auch Unternehmer mit Ideen für den Mobilfunksektor, Handset-Designern und Pager-Entwickler kamen auf uns zu. Ich stieß auf zwei junge Männer von BT Cellnet, Tom Alexander und Joe Steel, die über beträchtliche Erfahrung in der Telekommunikationsbranche verfügten. Nachdem die Verhandlungen über einen Deal mit Cellnet ins Leere gelaufen waren, schlug ich Tom vor, dass wir gemeinsam ein wirklich andersartiges Mobilfunkunternehmen gründen sollten.

Ich lud Tom in mein damaliges Zuhause in Kidlington, Oxfordshire zum Mittagessen ein. Wie klassische altmodische Unternehmer heckten wir am Küchentisch einen Plan aus. Wir würden einen Pay-as-you-go-Service einführen, bei dem die Nutzer nur für das bezahlen würden, was sie tatsächlich nutzten. Wir zielten dabei auf den Jugendmarkt und wollten bei Teenagern Anklang finden, die ihre ersten Telefone bekommen, sowie bei etwas älteren Menschen, die mit Virgin aufgewachsen waren und es satt hatten, von ihren alten Anbietern ausgesaugt zu werden. Und wir würden unsere Virgin Megastores benutzen, um die Telefone zu verkaufen. Zu diesem Zeitpunkt hatten wir weltweit 381 Läden und neue Flagship-Stores in London (Piccadilly Circus), Miami, Glasgow, Straßburg und Okayama, die gestopft voll waren mit genau der Art von Leuten, auf die wir unser Produkt ausrichten wollten. Tom und Joe erklärten sich einverstanden, Cellnet zu verlassen. Gemeinsam mit James Kydd von Virgin Drinks waren sie die ersten drei Angestellten von Virgin Mobile.

Es gab nur ein kleines Problem. Diese smarten jungen Männer waren, na ja, zu smart. So adrett in Anzug und Krawatte gekleidet zu sein, war nicht wirklich der Stil von Virgin.

»Willst du wirklich jeden Morgen so angezogen zur Arbeit kommen?«, fragte ich und zog an Toms Krawatte. »Wie bekommst du überhaupt Luft?«

An ihrem ersten Arbeitstag bei Virgin Mobile vollzogen wir eine etwas ungewöhnliche Aufnahmezeremonie: Wir nahmen ihre Anzüge und Krawatten und zündeten sie an. Während wir unter dem Jubel der Runde zu-