

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 51

Babylon
**Professor
Jörg
Kupjetz**

Handwerk hat
Lizenz zum
Gelddrucken
**Marcel
Löwigt**

Wenig Interesse
an Gründungen
in Deutschland!

INTERVIEW

Christian Lux
**DIGITALISIERUNG
UND BLOCKCHAIN**



Loyalität
auf dem
Prüfstand
**Martin
Limbeck**

Wie **Gefühle**
den Erfolg
beeinflussen

Bilder: Helen Nicolai, Oliver Wagner

4 190872 505003





BERATER

LEBEN AUF DER ÜBERHOLSPUR

EINE PRODUKTION VON WIRTSCHAFT TV

PRODUZENT JULIEN BACKHAUS, REGIE ALESSANDRO ESPOSITO, FELIX LENG

KAMERA JANNIK GRAMM, PATRICK REYMANN, SEBASTIAN POCIECHA, DANIEL KRIEBEL, EDITOR KEVIN GLÄBER, FELIX LENG, TON MARIUS TAG

LICHT SASCHA HEB, SOUND LEO WANG, BEN SCHOMACKER, BEN AMES, SPRECHERIN MAJA BYHAHN

W *wirtschaft tv*



Julien Backhaus
Verleger und
Herausgeber

Bild: Ronny Wunderlich

Editorial

Deutschland muss digitaler werden.

Die Blockchain ist da, aber es passiert zu wenig

Die Bundesregierung hat große Töne gespuckt. Man wolle die Blockchain für die digitale Transformation im Lande nutzen. Passt bisher wenig. Die Unternehmen brauchen Rechtsverbindlichkeit und digitale Infrastruktur. Glasfaser müsste ausgebaut werden, Mobilfunk ebenfalls. Aber die Regierung tut sich schwer. Unternehmen kämpfen mit hohen Energiepreisen und fehlenden Fachkräften. Es sieht nicht gut aus, obwohl die Technologie so viel erleichtern würde.

Das sagt auch der Branchenkenner Christian Lux. Mit ihm haben wir über die Probleme und Chancen gesprochen, die diese Technologie zu bieten hat. Seit Jahren beschäftigt er sich mit den digitalen Märkten weltweit und kann nur staunen, wie sehr Deutschland ins

Hintertreffen geraten ist. Die Lösungsansätze hat er parat, nur hören will die Politik sie nicht. Ob es noch Hoffnung gibt und welche Schritte Unternehmen unabhängig von Politik gehen können, erklärt er im Interview.

Auch der , Gründungsreport der DIHK sieht nicht vielversprechend aus. Eigentlich müssten dringend neue Unternehmen in Deutschland gegründet werden. Das passiert aber immer seltener. Die Zahlen sind rückläufig. Dazu kommt, dass immer mehr bestehende Betriebe mangels Nachfolge aufgegeben werden.

Viel Vergnügen beim Lesen wünscht
Julien Backhaus

Impressum

Founders Magazin
Redaktion/Verlag Backhaus Verlag GmbH ist ein Unternehmen der Backhaus Mediengruppe Holding GmbH, Geschäftsführender Gesellschafter Julien Backhaus

Redaktion
Anna Seifert, Martina Karaczko
redaktion@backhausverlag.de

Layout und Gestaltung
Objektleitung: Judith Iben
Grafik: Stefanie Schulz, Christina Meyer, Judith Iben
magazine@backhausverlag.de

Onlineredaktion
verwaltung@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:
Julien Backhaus

Anschrift:
Zum Flugplatz 44,
27356 Rotenburg / Wümme
Telefon (0 42 68) 9 53 04 91
E-Mail info@backhausverlag.de
Internet: www.backhausverlag.de

Lektorat
Ole Jürgens Online Services
Celler Weg 3 | D-27356 Rotenburg
(Wümme)

E-Mail: info@textelsior.de

Alle Rechte vorbehalten

Autoren (Verantwortliche i. S. d. P.)
Die Autoren der Artikel und Kommentare im Founders Magazin sind im Sinne des Presserechts selbst verantwortlich. Die Meinung der Autoren spiegelt nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider. Trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion wird in keiner Weise Haftung für Richtigkeit geschweige denn für Empfehlungen übernommen. Für den Inhalt der Anzeigen sind die Unternehmen verantwortlich.

Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne Genehmigung.

INHALT

NR. 51

ERFOLG

- 06 »Deutschland braucht eine neue Start-up Mentalität«**
Christian Lux im Interview

EINSTELLUNG

- 12 Loyalität auf dem Prüfstand**
Martin Limbeck
- 18 Unternehmer: Wenig Interesse an Gründungen in Deutschland!**
Warum entscheiden sich immer mehr Menschen gegen die Selbstständigkeit?

Loyalität auf dem Prüfstand

Martin Limbeck
Seite 12



»Auch gestandene etablierte Firmen brauchen keine Angst vor den neuen Möglichkeiten der Digitalisierung zu haben.«

– Christian Lux

»Deutschland braucht eine neue Start-up Mentalität«

Christian Lux im Interview
Seite 06

WISSEN

22 **Unternehmertum ist mehr als »Chef sein«**

Auszug aus dem Buch
»Führungsprinzipien«
von Andreas Buhr

29 **»Handwerk hat Lizenz zum Gelddrucken«**

Wie Betriebe von der Digitalisierung profitieren können

»Vertrauen, Verantwortung, Respekt, Integrität, Nachhaltigkeit und Mut: Das sind die sechs wichtigsten Werte, die Topmanager herausstellen.«

– Andreas Buhr

LEBEN

17 **»Babylon«**

Kolumne von Prof. Dr. Jörg Kupjetz

26 **Emotionale Intelligenz im Geschäftsumfeld**

Wie Gefühle den Erfolg beeinflussen

BUCHTIPPS

Alle Seite 31

Die Welt geht unter, und ich muss trotzdem arbeiten?

Sara Weber

Don't Fail

Thomas Willberger

Gut kommunizieren als Führungskraft

Hartmut Laufer

How to begin

Michael Bungay Stanier

Schnelligkeit durch Vertrauen

Stephen R. Covey, Rebecca R. Merrill

Unternehmertum ist mehr als »Chef sein«

Seite 22

BEST OF WEB

30 **Trumps Mugshot: Wie der Unternehmer und Ex-Präsident sein Polizeifoto zu Geld macht**





»DEUTSCHLAND BRAUCHT EINE NEUE START-UP MENTALITÄT«

EXPERTE CHRISTIAN LUX ERKLÄRT, WIE UNTER- NEHMEN WETTBEWERBSFÄHIG BLEIBEN

Es sollte ein Neuanfang werden: 334 Digitalisierungsprojekte hatte sich die Ampel-Koalition vorgenommen, doch lediglich 38 konnten in den vergangenen Jahren verwirklicht werden, wie eine erst kürzlich veröffentlichte Analyse des Branchenverbands »Bitkom« zeigte.

Deutschland darf in puncto Digitalisierung den Anschluss nicht verpassen, mahnen Experten bereits seit Jahren. Einer von ihnen ist Branchenkenner Christian Lux. Als CEO eines Unternehmens, dessen Fokus auf Zukunftstechnologien liegt, hat er nicht nur täglich mit der Blockchain-Technologie und weiteren Innovationen zu tun – dank seiner jahrelangen Erfahrung als Unternehmer weiß er auch, wie herausfordernd es sein kann, technische Neuerungen in den Unternehmensalltag zu integrieren. Mit ihm haben wir über die Frage gesprochen, wie die Digitalisierung in Deutschland doch noch gelingen kann.

Herr Lux, im Digitalreport des Jahres 2023 heißt es: »Der Rückstand im Bereich der Digitalisierung scheint noch

ausgeprägter als im Vorjahr (...)«. Wo liegen die Schwierigkeiten der Digitalisierung in Deutschland?

Aus meiner Sicht ist es allein schon durch die hohen Energiekosten schwierig bis unmöglich, dass sich zukünftige Technologien, die auf der Blockchain-Technologie basieren sollen, hierzulande erfolgreich realisieren lassen. Auch die Umsetzung der Digitalisierung selbst ist nur schwerlich vorstellbar. Zahlreiche Projekte und Rechenzentren sind deshalb gescheitert oder stehen auf Standby.

Andere Länder wie Skandinavien, Litauen und Estland fördern Blockchain-Technologien allein schon durch einfache Besteuerungen der Energiepreise oder ermöglichen solchen Technologieunternehmen einen viel einfacheren Weg in die Wirtschaft, in dem nicht alles sinnfrei reguliert wird oder viele Monate braucht bis notwendige regulatorische Zulassungen auf den Weg gebracht werden. Die Kryptoverwahrlizenzen der Bafin, also auch die Erweiterungen des Datenschutzes bei Abbildung von Smartcontracts auf der Blockchain, sind da nur einige Punkte! Deutschland braucht eine neue Start-up Mentalität, die einen fruchtbaren ▶

Auch gestandene etablierte Firmen brauchen keine Angst vor den neuen Möglichkeiten der Digitalisierung haben.



Boden vorfindet, um hier mit großen Perspektiven wachsen zu können. Das ist derzeit nicht vorhanden und gerade, was den wachsenden Technologiesektor angeht, der in Zukunft mit KI- und AI-Anwendungen vielen Unternehmen neue Möglichkeiten und Wettbewerbsvorteile bringen wird, sieht es in Deutschland sehr düster aus. Keine einzige Partei der derzeitigen Regierung kann auch nur eine einigermaßen vernünftige Digitalisierungsstrategie vorweisen.

Damit diese hochpotenten Unternehmen und ihre Unternehmer nicht abwandern, braucht es Firmen, die hochmoderne, digitale Werkzeuge und Strukturen anbieten, damit solche jungen Unternehmen aus dem Stand heraus sofort und EU-konform loslegen können. Auch gestandene etablierte Firmen brauchen keine Angst vor den neuen Möglichkeiten der Digitalisierung haben. High-Performance-Computing und Cloud-Services im benachbarten Norden bieten ökologisch, wirtschaftlich

und infrastrukturell ein Unicorn in der Vorreiterrolle.

Für welche Branchen wird die Digitalisierung besonders relevant sein und was braucht es Ihrer Meinung nach konkret, um den digitalen Wandel in Deutschland voranzutreiben?

Die Digitalisierung wird in nahezu allen Branchen eine wichtige Rolle spielen, da sie das Potenzial hat, Prozesse effizienter zu gestalten, neue Geschäftsmodelle zu schaffen und die Art und Weise, wie wir arbeiten und leben, zu verändern. Einige Branchen, in denen die Digitalisierung besonders relevant sein wird, sind:

Die Industrie 4.0: Die Vernetzung von Maschinen, Prozessen und Daten in der Produktion ermöglicht eine höhere Flexibilität, Effizienz und Qualität. Hier sind Technologien wie das Internet der Dinge, kurz: IoT, künstliche Intelligenz (KI) und die Automatisierung von großer Bedeutung.

Das Gesundheitswesen: Die Digitalisierung kann die Patientenversorgung verbessern, sei es durch Telemedizin, elektronische Patientenakten oder medizinische Bildverarbeitung. Dadurch können Diagnosen schneller gestellt und Behandlungen personalisierter werden.

Das Finanzwesen: Fintech-Unternehmen revolutionieren die Art und Weise, wie wir Bankgeschäfte erledigen, Zahlungen abwickeln und Investitionen tätigen. Kryptowährungen und Blockchain-Technologie haben ebenfalls das Potenzial, den Finanzsektor zu verändern.

Die Bereiche Handel und E-Commerce: Der Online-Handel wächst stetig, und Unternehmen müssen innovative Ansätze finden, um Kundenerlebnisse zu verbessern, von personalisierter Werbung bis hin zu nahtlosen Zahlungsprozessen.

Die Bildung: Die Digitalisierung kann den Bildungsbereich durch Online-Lernen, E-Learning-Plattformen und interaktive Lehrmittel erheblich beeinflussen.

Auch bei den Themen Energie und Umwelt sowie bei Logistik und Transport ist die Digitalisierung gefragt: Smart Grids, erneuerbare Energien und Energieeffizienztechnologien können dazu beitragen, den Energieverbrauch zu optimieren und Umweltauswirkungen zu verringern. Autonome Fahrzeuge, Lieferdrohnen und intelligente Routenoptimierung können den Transportsektor effizienter und umweltfreundlicher gestalten.

Die Digitalisierung wird in nahezu allen Branchen eine wichtige Rolle spielen, da sie das Potenzial hat, Prozesse effizienter zu gestalten, neue Geschäftsmodelle zu schaffen [...].

Um den digitalen Wandel in Deutschland voranzutreiben, sind mehrere Maßnahmen erforderlich: Eine flächendeckende, leistungsstarke Internetverbindung ist die Grundvoraussetzung für digitale Innovationen. Investitionen in den Ausbau der Breitbandinfrastruktur sind unerlässlich und überfällig. Gleiches gilt für Investitionen in Forschungseinrichtungen und Innovationszentren, die sich auf digitale Technologien konzentrieren. Diese sind entscheidend, um technologische Fortschritte zu erzielen.

Um die Bevölkerung auf die digitale Zukunft vorzubereiten, ist es wichtig, digitale Kompetenzen bereits in Schulen und Weiterbildungseinrichtungen zu fördern. Ein flexibles und innovationsfreundliches, regulatorisches Umfeld ist notwendig, um den Einsatz neuer Technologien zu erleichtern, ohne die Sicherheit und den Datenschutz zu vernachlässigen. Klar definierte Datenschutzmaßnahmen und Cybersicherheitsstandards sind unerlässlich, um das Vertrauen der Menschen und Unternehmen in digitale Technologien zu gewährleisten. Start-ups spielen eine wichtige Rolle bei der Entwicklung neuer digitaler Lösungen. Förderprogramme, Investitionen und Unterstützung können dazu beitragen, die Gründung und das Wachstum von Start-ups zu fördern.

Dazu ist meines Erachtens die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Politik in einem konstruktiven Dialog entscheidend, um eine ganzheitliche und erfolgreiche Digitalisierungsstrategie zu entwickeln. Hierbei sollte auch der ökologische Fußabdruck berücksichtigt werden. Eine nachhaltige Herangehensweise an Technologieentwicklung und -nutzung ist von großer Bedeutung.

Der digitale Wandel erfordert eine ganzheitliche Herangehensweise, welche technologische, wirtschaftliche, soziale und ökologische Aspekte berücksichtigt, um sicherzustellen, dass die Vorteile der Digitalisierung für alle zugänglich sind.

Mit ihrer »Blockchain-Strategie« fördert die Bundesregierung seit 2019 eine technologische Entwicklung, die aus der Finanzbranche stammt. Was ist Ihre Einschätzung zur Blockchain: Wie kann sie zur Zukunftsfähigkeit Deutschlands beitragen und welche Wirtschaftszweige können insbesondere hiervon profitieren?

Die Blockchain-Technologie hat das Potenzial, nicht nur die Finanzbranche zu revolutionieren, sondern auch in vielen anderen Bereichen zur Zukunftsfähigkeit Deutschlands beizutragen. Die dezentrale, transparente und sichere Natur der Blockchain eröffnet Möglichkeiten für Effizienzsteigerungen, Vertrauensbildung und neue Geschäftsmodelle.

Die dezentrale, transparente und sichere Natur der Blockchain eröffnet Möglichkeiten für Effizienzsteigerungen, Vertrauensbildung und neue Geschäftsmodelle.

Im Finanzwesen hat die Blockchain-Technologie ihren Ursprung; sie kann, beispielsweise durch Smart Contracts Transaktionen, sicherer, schneller und kostengünstiger machen. Smart Contracts, die automatisch ausgeführt werden, sobald vordefinierte Bedingungen erfüllt sind, könnten die Effizienz in Bereichen wie Vertragsabwicklung und Zahlungsabwicklung erhöhen.

Im Supply Chain Management ermöglicht die Technologie die lückenlose Verfolgung von Gütern entlang der Lieferkette. Dieses Verfahren kann die Echtheit von Produkten sicherstellen, die Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln verbessern und die Effizienz in der Logistik steigern. Patientendaten können auf sichere und interoperable Weise in einer Blockchain gespeichert werden, was die Datensicherheit und den Austausch zwischen verschiedenen Gesundheitseinrichtungen weltweit erleichtert.

Im Bereich der Umwelt wird sie zur Verfolgung von Energieerzeugung und -verbrauch in Smart Grids genutzt werden. Dies ermöglicht ein effizienteres Energiemanagement und die Integration erneuerbarer

Energien. In der Landwirtschaft kann die Blockchain zur Verfolgung von Anbau, Ernte und Lieferung von Produkten eingesetzt werden, um Lebensmittelsicherheit und -qualität zu gewährleisten.

Ein großes Thema sind ebenfalls Urheberrechte, geistiges Eigentum und die digitale Identität. Hier wird in einem nie dagewesenen Ausmaß dezentral, fälschungssicher, nachverfolgbar und frei von Manipulation agiert werden können. Das wiederum kommt auch den Verwaltungen und Behörden in ihren Prozessen zugute.

Die Blockchain-Strategie der Bundesregierung zeigt das Interesse an der Förderung dieser Technologie und ihrer Anwendungsbereiche. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass die Blockchain-Technologie auch Herausforderungen mit sich bringt, darunter Skalierbarkeit, Energieverbrauch und rechtliche Aspekte. Die erfolgreiche Integration der Blockchain erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen Regierung, Wirtschaft, Wissenschaft und anderen relevanten Akteuren, um die Potenziale auszuschöpfen und gleichzeitig Risiken zu minimieren. ▶





In früheren Interviews merken Sie an, dass die Blockchain hierzulande noch sehr unbekannt sei. Woran, denken Sie, liegt das?

Die Blockchain-Technologie ist technisch anspruchsvoll und für Nicht-Techniker oft schwer zu verstehen. Die Konzepte von dezentralen Ledgern, Kryptographie und Konsensalgorithmen sind komplex und erfordern eine gewisse Einarbeitung.

Zudem besteht ein Mangel an breit angelegten Bildungskampagnen, welche die Funktionsweise und die potenziellen Anwendungsfälle der Blockchain-Technologie verständlich erklären. Viele Menschen haben Schwierigkeiten, den praktischen Nutzen oder gar die Notwendigkeit der Technologie zu erkennen.

Die erste Anwendung der Blockchain war die Kryptowährung Bitcoin und oft wird die

Blockchain immer noch mit Kryptowährungen gleichgesetzt. Dies führt dazu, dass die breiteren Anwendungsmöglichkeiten der Technologie übersehen oder vernachlässigt werden. Die landesspezifischen Regelungen schrecken Unternehmen ab, die Bedenken hinsichtlich rechtlicher Konformität haben.

Neue Technologien bergen immer ein gewisses Maß an Unsicherheit und Risiko. Insbesondere wenn es um finanzielle Investitionen oder die Integration in Geschäftsprozesse geht, sind Unternehmen und Einzelpersonen möglicherweise vorsichtig, bevor sie sich intensiver mit der Technologie befassen. Außerdem durchlaufen neue Technologien oft verschiedene Phasen der Hype- und Reifungskurve. Es könnte sein, dass die Blockchain-Technologie noch in der Phase der frühzeitigen Einführung ist und noch nicht den breiten Markt erreicht hat.

Mal angenommen, es würde mehr bahnbrechende Anwendung geben, wie Chat GPT im KI Bereich, die die Blockchain-Technologie in den Mainstream bringen, also prominente Anwendungsfälle, die direkt relevant und sichtbar sind. Dann würde das dazu führen, dass die Technologie viel mehr Aufmerksamkeit erhält. Um die Bekanntheit der Blockchain-Technologie in Deutschland zu erhöhen, sind Aufklärung, Bildung und die Förderung von Pilotprojekten und Anwendungsfällen in verschiedenen Branchen von großer Bedeutung. Die Zusammenarbeit zwischen Regierung, Unternehmen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen und der Technologiegemeinschaft kann dazu beitragen, das Verständnis für die Blockchain-Technologie zu vertiefen und ihr Potenzial auszuschöpfen.

Eine neue Technologie in Unternehmen einzuführen, stößt oft sowohl bei Führungskräften als auch bei den Mitarbeitern auf Widerstand. Was sind Ihrer Erfahrung zufolge die gängigsten Vorbehalte, wenn es um die Blockchain geht?

Zunächst ist die richtige Herangehensweise an solche Projekte für den gesamten weiteren Verlauf und den finalen Erfolg entscheidend. Oftmals werden Digitalisierungsvorhaben von der IT-Abteilung initiiert und umgesetzt. Gleichzeitig braucht es aber ebenso das klare Commitment des Vorstandes, um Vision, Strategie, Konzept und Umsetzung durch das gesamte Unternehmen zu bringen. Nur, wenn die Digitalisierung das volle Engagement der Geschäftsführung genießt und vom mittleren Management

Die erfolgreiche Integration der Blockchain erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen Regierung, Wirtschaft, Wissenschaft und anderen relevanten Akteuren, um die Potenziale auszuschöpfen und gleichzeitig Risiken zu minimieren.

mitgetragen wird, kann der Wandel von alten Vorgehensweisen zu nachhaltigen und effizienten Prozessen, welche die Digitalisierung unterstützen, gelingen. Oftmals fehlt Organisationen eine Ebene zwischen den leitenden Managern und den Fachkräften, die sicherstellt, dass alle Umsetzungen die festgelegte Strategie unterstützen und vorantreiben. In diesem Zug hat sich die Einstellung eines Chief Digital Officers (CDO) in vielen Unternehmen bewährt. Als digitale Führungskraft ist dieser für die Entwicklung und Umsetzung der digitalen Strategie und schließlich der digitalen Transformation zuständig. Immer häufiger – und besonders in großen Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern – wird die Digitalisierung bereichsübergreifend von einzelnen Verantwortlichen gesteuert.

Inwiefern braucht es neben der Einführung von Blockchain-Lösungen noch zusätzliche Maßnahmen, damit der Wirtschaftsstandort Deutschland langfristig gestärkt wird und worauf sollte dabei der Fokus liegen?

Um eine ganzheitliche und nachhaltige Entwicklung zu fördern, bedarf es einer dynamischen und umgehend umzusetzenden Strategie. Der Fokus sollte hier die Dringlichkeit sein, denn Deutschland hat, meiner Meinung nach, den internationalen Anschluss verloren.

Bildung und Fachkräfteentwicklung: Investitionen in die Bildung und die Entwicklung von digitalen Kompetenzen sind entscheidend. Dies umfasst nicht nur technische Fähigkeiten, sondern auch die Förderung von Kreativität, kritischem Denken und Problemlösungsfähigkeiten.

Gerade für den Bereich Forschung ist eine starke Innovationskultur unerlässlich, um neue Technologien, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Die Zusammenarbeit zwischen Hochschulen, Forschungseinrichtungen und der Industrie sollte gefördert werden.

Start-ups können eine Quelle für Innovation und Wachstum sein. Maßnahmen wie Förderprogramme, Investitionen und die Bereitstellung von Infrastruktur können und werden die Gründung und das Wachstum von Start-ups unterstützen.

Eine moderne digitale Infrastruktur, einschließlich Breitband-Internet und 5G-Netzwerken, ist entscheidend, um die Grundlage für digitale Innovationen zu schaffen. Weiterhin ist ein innovationsfreundliches und flexibles regulatorisches Umfeld wichtig, um neue Technologien und Geschäftsmodelle zu unterstützen ohne die Sicherheit und den Datenschutz zu gefährden. Eine langfristige Stärkung des Wirtschaftsstandorts

Eine Unternehmenskultur, die Innovation und Risikobereitschaft fördert, ist also von großer Bedeutung.

Deutschland erfordert auch eine in hohem Maße nachhaltige Entwicklung. Diese schließt Umweltverträglichkeit, soziale Verantwortung und ökonomische Nachhaltigkeit ein. Eine Vernetzung auf internationaler Ebene ist ebenfalls wichtig, um Wissen auszutauschen, Handel zu fördern und globale Herausforderungen gemeinsam anzugehen. Vor allem vom Ausland kann Deutschland in Bezug auf digitale Infrastruktur sehr viel lernen. Neben der Blockchain gibt es andere Schlüsseltechnologien wie künstliche Intelligenz (KI), das Internet der Dinge (IoT) und Quantentechnologien, die ebenfalls eine wichtige Rolle spielen werden. Die Förderung und Integration dieser Technologien sind essenziell.

Nach wie vor und gerade bei aller technischer Entwicklung folgen Menschen

Menschen. Eine Unternehmenskultur, die Innovation und Risikobereitschaft fördert, ist also von großer Bedeutung. Führungskräfte, Unternehmer und Politiker müssen den Wandel vorleben und unterstützen. Der digitale Wandel sollte zudem inklusiv sein und niemanden zurücklassen. Chancen und Zugang sollten für alle Bevölkerungsgruppen gewährleistet sein.

Die Stärkung des Wirtschaftsstandorts Deutschland erfordert eine holistische Strategie, die verschiedene Aspekte berücksichtigt und die Beteiligung von Regierung, Wirtschaft, Bildungseinrichtungen und der Zivilgesellschaft erfordert. Durch die Schaffung eines günstigen Umfelds für Innovation, Bildung und Zusammenarbeit können langfristige wirtschaftliche Erfolge erzielt werden. ♦ AS



Christian Lux ist Gründer und CEO der Performance Group AG. Das Unternehmen hat sich auf Vertriebsdienstleistungen für digitale Zukunftstechnologien spezialisiert.



LOYALITÄT AUF DEM PRÜFSTAND

WARUM MITARBEITERBINDUNG BEI LANGJÄHRIGEN TEAMMITGLIEDERN WICHTIG IST

Branchenübergreifend klagen Unternehmen über den Fachkräftemangel und wie herausfordernd es ist, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Der Haken an der Sache: Während viele Ressourcen ins Recruiting fließen, vergessen Unternehmer, welchen Wert sie bereits in ihrer Company haben – langjährige, loyale Mitarbeiter. Warum es höchste Zeit ist, Mitarbeiterbindung mindestens genauso ernst zu nehmen und welche Werte dabei eine wichtige Rolle spielen? Mehr dazu in diesem Beitrag.

Wartet nicht, bis das Kind in den Brunnen gefallen ist!

Hand aufs Herz: Wie sieht es in eurem Unternehmen aus? Ich habe es leider schon oft erlebt, dass gerade langjährige Mitarbeiter unter dem Radar fliegen. Und entsprechend groß ist dann die Ratlosigkeit bei der Führungsetage, wenn plötzlich die Kündigung im Postkasten liegt. Schließlich ist doch vorher alles super gewesen! Auf meine Nachfrage hin, wann denn das letzte Gespräch mit dem Mitarbeiter geführt wurde, habe ich allerdings oft nur ausweichende Antworten erhalten. Natürlich ist es verlockend, solche Mitarbeiter einfach laufen zu lassen. Doch das bedeutet nicht, dass du dich als Unternehmer oder Führungskraft nicht auch um diese Teammitglieder kümmern musst!

Mich erinnert das alles an die Art und Weise, wie oftmals mit Bestandskunden im Vertrieb umgegangen wird. Wer mich schon ein bisschen verfolgt, weiß: Ich bin ein großer Fußballfan. Sooft ich es einrichten kann, unterstütze ich meine Mannschaft vor Ort im Stadion. Klappt das nicht – oder will ich schauen, was die Konkurrenz so macht –, muss ich mit der TV-Übertragung vorliebnehmen. Wenn du es damit ernst meinst, hast du schnell zwei oder drei verschiedene Abos, um wirklich keinen Spieltag zu verpassen. Dafür blätterst du im Monat eine

nicht unerhebliche Summe hin. Dennoch kannst du davon ausgehen, dass du vom Kundenservice keinen Piep hörst, solange du nicht kündigst.

Währenddessen bekommst du über Social Media oder auch in der Fernsehwerbung mit, dass es von diesen Anbietern ständig Angebote für Neukunden gibt: einen geringeren monatlichen Beitrag, ein Filmpaket

gratis oder sonstwas. Als Bestandskunde darfst du brav deine Rechnung zahlen – und das war's. Erst, wenn du kündigst, wird der Kundenservice plötzlich wach und überschlägt sich mit Aufmerksamkeit, um dich doch noch zu halten. Ähnliches habt ihr bestimmt schon erlebt, wenn es um Mobilfunk-, Internetverträge oder vergleichbare Angebote geht. Ich frage mich wirklich, warum Unternehmen daraus nicht lernen ▶

Ungarn nicht nur Bewerber mit diversen Benefits und Versprechen, sondern lasst vor allem auch die Mitarbeiter, die ihr habt, spüren, dass ihr sie wertschätzt!





Eine Kultur der Zusammenarbeit und des Teamgeists trägt maßgeblich dazu bei, dass Mitarbeiter gerne bei dir arbeiten und dem Unternehmen gegenüber loyal sind.

– weder mit Blick auf ihre Bestandskundenpflege, noch in Bezug auf die Bindung von guten Mitarbeitern.

Studie belegt: Immer mehr loyale Mitarbeiter auf dem Absprung

«Nicht in meinem Unternehmen!«, wird sich der ein oder andere von euch jetzt wahrscheinlich denken. Seid ihr euch da sicher? Eine Umfrage des Meinungsforschungsinstituts YouGov im Auftrag von LinkedIn hat gerade ergeben, dass selbst loyale Mitarbeiter aktuell über einen Jobwechsel nachdenken. Befragt wurden 1.052 Beschäftigte aus verschiedenen Branchen und Berufen. Und die Ergebnisse sollten uns alle in Alarmbereitschaft versetzen: Vier von zehn Befragten spielen mit dem Gedanken an einen neuen Job. 14 Prozent sind bereits aktiv auf der Suche, weitere 27 Prozent planen, innerhalb der nächsten zwölf Monate zu wechseln. Nur jeder Zweite (48 Prozent) zieht einen Jobwechsel im kommenden Jahr nicht in Erwägung.

Wie geht es euch, wenn ihr diese Zahlen lest? Ich gebe zu, dass ich sie beunruhigend

finde. Gleichzeitig bin ich jedoch auch froh und hoffe, dass diese Entwicklung für den einen oder anderen Entscheider vielleicht ein Weckruf ist. Umgarnet nicht nur Bewerber mit diversen Benefits und Versprechen, sondern lasst vor allem auch die Mitarbeiter, die ihr habt, spüren, dass ihr sie wertschätzt!

Unzufriedenheit kann viele Ursachen haben

Erst vor Kurzem erzählte mir ein Mitglied meiner Unternehmer-Mastermind »Gipfelstürmer«, dass er genau das gerade erlebt habe. Er ist CEO eines mittelständischen Unternehmens im produzierenden Gewerbe. Vor einigen Monaten hatte er eine neue Maschine bestellt und die Spezifikationen des Geräts mit einem langjährigen, auf diesem Gebiet hoch versierten Mitarbeiter abgestimmt. Jetzt ist die Maschine da – und der Mann hat die Kündigung eingereicht. In der Company gibt es keinen anderen Dreher, der auch nur annähernd über die Erfahrung und das technische Know-how auf diesem Spezialgebiet verfügt. Sowas ist doppelt bitter. Ich habe ihn natürlich gefragt, woran es gelegen hat. Er berichtete mir, dass

der Mitarbeiter immer seine Zufriedenheit mit dem Aufgabenbereich, den Kollegen, dem Arbeitsklima und so weiter betont hätte. Ausschlaggebend war schlussendlich, dass ein Wettbewerber ein etwas höheres Gehalt zahlen würde. So was passiert – und ist keine Seltenheit. Die oben erwähnte Studie im Auftrag von LinkedIn ergab, dass sich rund 48 Prozent der Mitarbeiter eine Gehaltserhöhung oder Bonuszahlungen (30 Prozent) wünschen und deswegen bereit wären, den Arbeitgeber zu wechseln.

Doch es ist nicht nur das Gehalt, das eine Rolle spielt: 42 Prozent gaben zudem an, sich gestresster zu fühlen, weil aufgrund der angespannten Personallage die Arbeitsbelastung gestiegen sei. 37 Prozent sagten, dass sich das Arbeitsklima durch den Mitarbeitermangel spürbar verschlechtert habe. Viele haben zudem laut Umfrage das Gefühl, dass es ihren Chefs egal sei und diese sich nicht genug einsetzen, um Mitarbeiter zu halten und neue Kollegen zu binden.

Neben Gehalt geht es vor allem um Unterstützung und Wertschätzung

Hand aufs Herz: Trifft davon auch etwas auf euer Unternehmen zu? Aus eigener Erfahrung weiß ich, wie wichtig ein positives Arbeitsumfeld ist. Ich habe selbst schon erlebt, dass Mitarbeiter, die einfach keine Lust auf ihren Job hatten, alle anderen runtergezogen haben. Oder wie unangenehm es ist, wenn sich alle immer nur gegenseitig belauern und versuchen, selbst am besten dazustehen – gerade im Vertrieb keine Seltenheit.

Für mich steht fest: Eine Kultur der Zusammenarbeit und des Teamgeists trägt maßgeblich dazu bei, dass Mitarbeiter gerne bei

dir arbeiten und dem Unternehmen gegenüber loyal sind. Auch in Zeiten, in denen es vielleicht mal weniger gut läuft. Es ist entscheidend, dann nicht einfach weiterzumachen wie bisher, sondern deiner Mannschaft auch zu signalisieren, dass du dir der Herausforderungen bewusst bist – und beispielsweise alles daransetzt, neue Mitarbeiter zur Unterstützung zu finden, anstatt immer wieder To-dos auf den Schultern des Teams abzuladen.

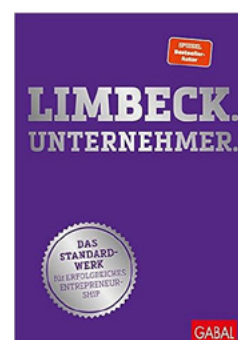
Möglichkeiten, was ihr als Unternehmer tun könnt, um für Zufriedenheit bei neuen wie auch langjährigen Mitarbeitern zu sorgen, gibt es zahlreiche: beispielsweise Unterstützung bei ihrer Karriereentwicklung und Weiterbildung, anstatt ihnen Steine in den Weg zu legen. Bei uns im Unternehmen haben schon mehrere Mitarbeiter berufsbegleitend studiert, andere haben fachliche Weiterbildungen absolviert. Ich investiere selbst jährlich vier bis sechs Wochen in meine Weiterbildung; daher liegt es mir sehr am Herzen und es freut mich auch, wenn ich meine Mitarbeiter auf diesem Weg unterstützen kann. Sei es, indem ich die Gebühren für bestimmte Seminare übernehme, Weiterbildungsurlaub gebe oder Homeoffice ermögliche, wenn eine Klausurphase ansteht und so weiter.

Für mich ist es auch selbstverständlich, meinen Mitarbeitern das Gefühl zu geben, Teil des großen Ganzen zu sein. Entscheidungsprozesse durchlaufe ich nicht allein im Stillen mit mir selbst, sondern diskutiere Überlegungen mit meinem Kernteam.

Das Thema Wertschätzung halte ich ebenfalls für sehr wichtig. Seid euch bewusst, was eure Mitarbeiter leisten und nehmt das nicht als gegeben hin! Bedankt euch für besonderen Einsatz, lobt Leistungen und erreichte Ziele – lasst eure Teammitglieder spüren, dass sie nicht »nur« Angestellte sind,

»Limbeck. Unternehmer.«
von Martin Limbeck

352 Seiten
Erscheint: November 2023
Gabal Verlag
ISBN: 978-3-96739-153-4



sondern mit euch zusammen den Motor eures Unternehmens bilden. Vor einigen Jahren sagte einmal mein amerikanischer Kollege Randy Gage, dass er alle fünf Jahre sein komplettes Team austauschen würde, um frischen Wind ins Unternehmen zu bringen. Ich habe auch schon komplette Salesteams neu aufgebaut. Doch ich habe einige großartige Mitarbeiter, die mich seit mehr als zehn Jahren begleiten – und ich hoffe sehr, dass noch viele Jahre dazukommen werden. Ihrer Leistung, ihrem Einsatz und ihrer Begeisterung habe ich es mitzuverdanken, dass mein Unternehmen heute so erfolgreich ist.

Es ist fünf vor zwölf!

Gibt es solche Leute auch bei euch? Dann solltet ihr auf keinen Fall die Augen davor verschließen, wenn ihr den Eindruck habt, dass Unzufriedenheit oder schlechte Stimmung im Team herrscht. Nur als Hinweis: 60 Prozent der Befragten der LinkedIn-Studie waren bereits länger als fünf Jahre bei ihrem aktuellen Arbeitgeber, 37 Prozent davon sogar mehr als zehn Jahre. Wartet nicht darauf, bis der Leidensdruck selbst für eure treuesten Mitarbeiter, die eigentlich gar nicht gehen wollen, zu hoch wird – sondern kommt jetzt ins Handeln! ♦

Wartet nicht darauf, bis der Leidensdruck selbst für eure treuesten Mitarbeiter, die eigentlich gar nicht gehen wollen, zu hoch wird – sondern kommt jetzt ins Handeln!

Der Autor



Martin Limbeck ist unter anderem Inhaber der Limbeck Group, Wirtschaftssenator (EWS), Unternehmercoach und fünffacher Bestsellerautor.

Vom Kopiererverkäufer zum vielfach ausgezeichneten Vertriebsexperten, Keynote-Speaker sowie erfolgreichen Entrepreneur und Unternehmercoach: Martin Limbeck hat eine Karriere hingelegt, die locker für mehrere Leben reicht. Hinter ihm liegen bereits 30 Jahre Unternehmertum mit allen Höhen und Tiefen – sein neues Buch »Limbeck. Unternehmer.« bildet daher den folgerichtigen Abschluss seiner Standardwerktrilogie.

Der »Spiegel«-Bestsellerautor lenkt den Blick aufs Wesentliche und teilt sein Know-how ebenso wie seine Learnings

rund um Themen wie Unternehmer-Mindset, Entwicklung von Geschäftsideen, Gründung, Unternehmensaufbau, Vertriebsfokussierung sowie Mitarbeiterführung und -entwicklung.

Das Ergebnis: ein umfassendes Kompendium für alle, die daran arbeiten, ihre Company aufs nächste Level zu heben oder jetzt als Unternehmer durchstarten wollen. Ein Buch für alle, die sich als Wertschöpfer und Leistungsträger verstehen und mit Freude immer wieder die Extrameile gehen, anstatt über Work-Life-Balance und Vier-Tage-Woche zu sinnieren.



**BACKHAUS
STIFTUNG**
GEMEINNÜTZIGE STIFTUNG



Entdecken Sie jetzt unsere Multimedia-Inhalte

Besuchen Sie unsere Website, lernen Sie die Stiftung über den Imagefilm kennen, hören Sie im Podcast **Sitz zum Gespräch** spannende Interviews und sehen Sie auf Youtube unsere Reportage-Reihe **Tier und Mensch**.

Mitglied im



Bundesverband
Deutscher
Stiftungen

www.backhaus-stiftung.de

BEST OF VERTRAG UND VERHANDELN

Wer es am Ende auch ist, einer muss die Übersetzungsarbeit leisten – dann kommt Ihnen am Ende auch keine Verhandlung mehr spanisch vor.

BABYLON

Vor einiger Zeit war ich in einer Verhandlung, in der zwar alle der deutschen Sprache mächtig waren, dennoch aber keiner den anderen so richtig verstanden hat. Wie das passieren konnte? Nun, jeder der Beteiligten war auf seinem Gebiet und in seiner Branche ein Experte, die Branche des jeweils anderen kannte er aber nicht. Und so sprach jeder in seiner Welt und am anderen vorbei – der eine in seiner Welt der Logistik, der andere in der Welt der Banken.

Was tun in einer solchen Situation? Sprechen die Parteien nicht dieselbe (Landes-)Sprache, ist es ein leichtes, entweder einen Dolmetscher hinzuzuziehen, oder, falls einer der Beteiligten die Sprache des anderen spricht, sich auf diese gemeinsame Sprache als Verhandlungs- und Vertragssprache zu einigen. Verbunden ist damit immer ein gewisses Risiko, dass der Dolmetscher graduell seinen eigenen Zungenschlag mit hineinbringt, oder, falls man den Weg der gemeinsamen Sprache wählt, der Muttersprachler dem

Der Autor



Prof. Dr. Jörg Kupjetz (Professor K.®) lehrt als Professor für Wirtschaftsrecht in Frankfurt und ist zudem als Rechtsanwalt, Buchautor, Trainer und Speaker tätig.

Nichtmuttersprachler überlegen ist. Aber – und das ist das Entscheidende – man kommt in der Verhandlung weiter.

Und genau dieses Dolmetschen oder Annehmen der anderen Sprache kann das entscheidende Instrument sein, wenn es um die Lösung von festgefahrenen Verhandlungen zwischen zwei Personen geht, die sogar dieselbe Muttersprache sprechen. Versuchen Sie, sich in die Welt/ Branche/ Denke des Verhandlungspartners einmal hineinzuversetzen.

Übersetzen Sie ihm Ihre Argumente und Gegenargumente in seine Welt – mit seinen Worten, seinen Fachbegriffen (falls Sie die kennen) und seiner Denke. Im oben beschriebenen Fall konnte der Banker den Logistiker von seinem Gebührenmodell überzeugen, indem er wusste, was der Logistiker mit einem Lkw, der von Hamburg nach München fährt, verdient. So konnte er den Kostenvorteil des neuen Gebührenmodells mit 650 Lkw-Fahrten beschreiben.

Manchmal sind die Parteien selber nicht in der Lage, die Übersetzungsarbeit zu liefern. Dann ist es gut, wenn ein Dritter (Anwalt, Mediator etc.) diese Aufgabe übernimmt. Wer es am Ende auch ist, einer muss die Übersetzungsarbeit leisten – dann kommt Ihnen am Ende auch keine Verhandlung mehr spanisch vor. ♦





Unternehmer: Wenig Interesse an Gründungen in Deutschland!

Warum entscheiden sich immer mehr Menschen gegen die Selbstständigkeit?

Deutschlands Wirtschaft schwächelt nun schon seit einiger Zeit, sie braucht Unterstützung – und zwar jetzt! Dieser Ansicht ist jedenfalls Bundeskanzler Olaf Scholz. Bei der Kabinettsklausur auf Schloss Meseberg lag der Fokus auf der aktuellen Wirtschaftslage: »Wir werden über die Möglichkeiten diskutieren, wie wir einen großen Schub in die Sache bekommen«, kündigte Scholz zuvor an. Ende August hat man sich hier auf Maßnahmen geeinigt, die zukünftig Unternehmen entlasten, die Investitionsbereitschaft stärken und so einem drohenden Wirtschaftsrückgang vorbeugen sollen. Die Schwierigkeiten angehender Gründer allerdings wurden nur am Rande gestreift.

Dabei liegt derzeit das »Gründungsinteresse auf historischem Tief«, so sahen es jedenfalls die Autoren des im Juli veröffentlichten »DIHK-Report Unternehmensgründungen

»Wir werden über die Möglichkeiten diskutieren, wie wir einen großen Schub in die Sache bekommen«

– Bundeskanzler
Olaf Scholz

2023«. Die Anzahl der beratenden Gespräche bei der »Deutschen Industrie- und Handelskammer« sei, mit Ausnahme der Jahre 2016 und 2019, seit mehr als einem Jahrzehnt rückläufig und auch langfristig erwarte die DIHK eine nachlassende Gründungsbereitschaft, heißt es in dem Bericht. Diese Beobachtungen werden auch von anderen Studien bestätigt: Wie das »Statistische Bundesamt« im Mai 2023 mitteilte, seien im ersten Quartal des Jahres lediglich 33.100 größere Betriebe ins Leben gerufen worden – ein Minus von 5,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr also.

Doch was genau hemmt die Gründungsbereitschaft in Deutschland und wie lässt sich das Interesse am Thema Existenzgründung wieder entfachen?

Wirtschaftliches Umfeld erschwert Existenzgründung

Wer aktuell eine Gründung in Betracht zieht, der tue dies meist aus »unternehmerischer Berufung« heraus, teilt die DIHK mit. Bei Frauen, die seit dem Jahr 2010 rund 40 Prozent der Existenzgründer ausmachten, spiele zudem der Wunsch nach zeitlicher ▶





»Dem deutschen Mittelstand droht, nach und nach das Fundament wegzurutschen«

– DIHK-Präsident Peter Adrian

Flexibilität eine tragende Rolle. Eher seltener seien aber ein Mangel an Erwerbsalternativen oder eine ungeklärte Nachfolgeregelung als Gründe für den Wechsel vom Angestelltenverhältnis zur Selbstständigkeit ausschlaggebend.

Doch die Analyse der Kammer legt auch nahe, dass angehende Unternehmer bereits ein hohes Maß an Motivation und Zielstrebigkeit vorweisen müssten, wenn sie überhaupt mit ihrem Business in Deutschland Fuß fassen möchten, seien doch die Ausgangsbedingungen für eine selbstständige Tätigkeit durchaus verbesserungsbedürftig: Der steigende Personalmangel am deutschen Arbeitsmarkt etwa führe dazu, dass ein angestelltes Beschäftigungsverhältnis üblicherweise lukrativer sei, als ein eigenes Unternehmen aufzubauen. Auch könnten sich Unternehmensgründer, die Mitarbeiter einstellen wollten, aufgrund des Fachkräftemangels bei der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern schwertun. Nicht zuletzt gebe es bei der Existenzgründung in Deutschland derzeit auch hohe finanzielle Hürden, hätten doch der Krieg in der Ukraine und die daraus resultierenden Sanktionen die Energiekosten deutlich erhöht und die sich ohnehin bereits hartnäckige Inflationsrate erneut ansteigen lassen. Die undurchschaubare geopolitische Lage Sorge darüber hinaus auch für einen Mangel an Planbarkeit und hemme dadurch das Interesse an Neugründungen, so die Autoren der Studie, Dr. Marc Evers und Friedemann Encke.

Deutschland als Gründungsstandort nur »befriedigend«

Bei einer Bewertung mit Schulnoten würden Gründer und Gründerinnen Deutschland somit lediglich ein schwaches »Befriedigend« ausstellen können – zu wenig, meint DIHK-Präsident Peter Adrian. Auch wenn sich der nominelle Rückgang der jungen Unternehmen teilweise dadurch erklären ließe, dass sich die Anzahl der 18- bis 35-Jährigen reduziert habe – also derjenigen, die am ehesten dazu geneigt sind, selbstständig tätig zu sein, hält er die derzeitige Entwicklung für »eine ernstzunehmende Gefahr für unsere Wirtschaft«. In einer Pressemitteilung anlässlich der Veröffentlichung des Reports mahnt er: »Dem deutschen Mittelstand droht, nach und nach das Fundament wegzurutschen«.

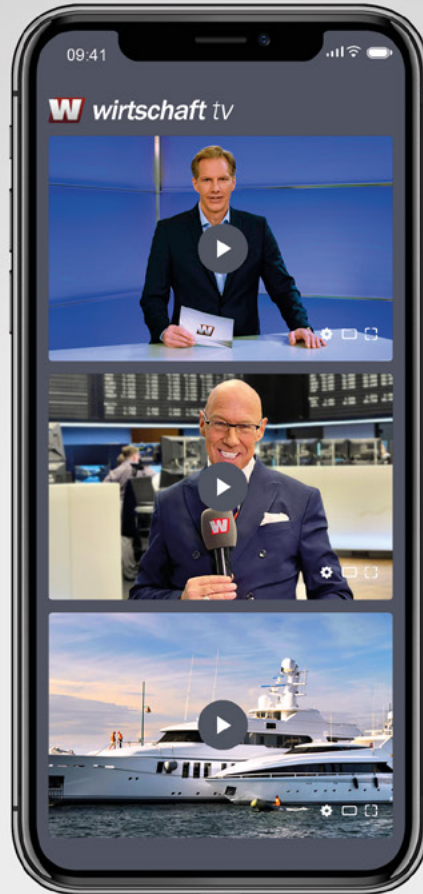
Dass der Rückgang der Unternehmensgründungen bald die Wirtschaft Deutschlands beeinträchtigen könne, impliziert auch die Untersuchung selbst: Immerhin zeigt diese auf, dass die sinkende Gründungsaktivität auch eigentlich zukunftssträchtige Bereiche wie die Informations- und Kommunikationstechnologie betreffe. Doch wie lässt sich der derzeitige Rückgang stoppen? Von Januar bis März 2023 richtete die DIHK diese Frage an insgesamt 606 Gründerinnen – und diese sahen vor allem die Politik in der Pflicht: Fast 70 Prozent plädierten für einen Bürokratieabbau, da sich insbesondere die Dokumentations- und Meldepflichten als ineffizient erwiesen hätten. Über die

Hälfte (58 Prozent) hofften zudem auf eine Vereinfachung des Steuerrechts. Auch der finanzielle Aspekt wurde häufig genannt: So wünschten sich 33 Prozent einen einfacheren Zugang zu Fördermitteln und Fremdkapital (16 Prozent), ebenfalls 16 Prozent hielten es für sinnvoll, leichter auf Beteiligungskapital und Investoren zurückgreifen zu können. Weitere Ideen wurden darüber hinaus geäußert: So sahen es die Gründer als zielführend an, das Verständnis für das Unternehmertum in der Gesellschaft zu erhöhen (28 Prozent), eine bessere IT-Infrastruktur zu etablieren (20 Prozent), den Zugang zu qualifizierten Fachkräften zu erleichtern (11 Prozent) und die Vernetzung mit Unternehmen (10 Prozent) und anderen Existenzgründern zu optimieren (7 Prozent).

»Zeit der Macher« oder Potenzialverlust?

»Unsere Probleme kann man mitunter gar nicht mit Geld lösen, weil es zu langwierige, bürokratische Verfahren sind, weil es die Fach- und Arbeitskräfte sind, die uns fehlen«, sagte Finanzminister Lindner unlängst anlässlich des jüngst beschlossenen Entlastungspakets für Unternehmen. Eine Aussage, die mit Blick auf bereits bestehende Unternehmen getätigt wurde, die aber ebenso für in Planung befindliche Projekte zu gelten scheint – das zeigt der DIHK-Report nur allzu deutlich. Für diese Herausforderungen Lösungsstrategien zu entwickeln, sei nicht Aufgabe des Einzelnen, stellt Peter Adrian am Ende der Presseaussendung fest: »Dies ist eigentlich die Zeit der Macherinnen und Macher«, erklärt er, »Mit der digitalen Transformation, der Energiewende und den Chancen der Künstlichen Intelligenz warten viele Herausforderungen auf uns. Ich appelliere an die Politik, gezielt Anreize zu setzen, damit wieder mehr Menschen mit Freude ein Unternehmen gründen.« Andernfalls sei mit dem Verlust eines großen unternehmerischen und wirtschaftlichen Potenzial zu rechnen.

Trübe Aussichten also? Ja, und doch gibt es vereinzelte Hoffnungsschimmer: So meldete beispielsweise erst kürzlich der »Startup-detector« einen Anstieg der Start-up-Neugründungen um 16 Prozent im zweiten Quartal des Jahres. Im Juni habe sie mit 269 Neugründungen sogar den Vorjahreszeitraum übertroffen. Die Ursachen seien unter anderem in neuen Entwicklungen, etwa in den Bereichen E-Commerce und Nachhaltigkeit, zu finden. Der Grundstein hierfür sei teilweise noch in der Coronazeit gelegt worden und hätte erst jetzt sein Potenzial entfaltet, so Dr. Felix Engelmann, Co-Founder von »Startupdetector«. Wie lange der Erfolg dieser Start-up-Trends anhält, ist zu diesem Zeitpunkt freilich noch unklar – wie viel Strahlkraft es auf Deutschland als Wirtschaftsstandort hätte, sollten sich die Innovationen der Start-ups langfristig als zukunftsfähig erweisen, allerdings auch. ♦ AS



News, Expertentalks und Unterhaltung

Jetzt einschalten auf www.wirtschaft-tv.com

oder besuche uns auf unseren Social-Media-Kanälen:





Unternehmertum ist mehr als »Chef sein«

AUSZUG AUS DEM BUCH »FÜHRUNGSPRINZIPIEN: FÜHRUNG GEHT HEUTE ANDERS« VON ANDREAS BUHR

Diese zwölf einfachen Führungsprinzipien ruhen auf drei Säulen: auf Nachhaltigkeit, auf Gewinnorientierung und auf der Säule klassischer ethischer Werte.

Erste Säule: Nachhaltigkeit – kurzfristiges Denken kostet Zukunft

Nachhaltigkeit bedeutet zum Ersten, dass die Ziele und Maßnahmen unseres wirtschaftlichen Handelns langfristig funktionierend angelegt sein müssen. Sie müssen Zukunftstrends antizipieren und ihnen strategisch gerecht werden. Dafür braucht es eine tragfähige Vision der (Unternehmens-) Zukunft. Nachhaltigkeit bedeutet zum Zweiten, dass wir bei Produktion und Arbeit, bei Forschung und Entwicklung auf den sorgfältigen Umgang mit den Ressourcen der Natur und Umwelt achten und jene Ressourcen, die wir nutzen, wertschätzen und so schonend und wenig invasiv wie möglich behandeln. Dazu gehören übrigens, vollkommen klar, immer die Menschen, die Mitarbeiter. Nachhaltigkeit bedeutet zum Dritten, dass wir etwas von Wert schaffen.

Etwas, das Kunden nachweislich und langfristig nützt. Idealerweise sogar etwas, das der Welt etwas nützt, sie besser macht, den Menschen hilft. Das »macht« Sinn, und Sinn lässt uns nicht nur besser arbeiten, er gibt uns eine Vision, die uns antreibt. So schaffen wir mit Nachhaltigkeit etwas Echtes. Etwas Zuverlässiges, das dem Erhalt der Ressourcen, künftigen Ansprüchen und Märkten gerecht wird. Der Rat für Nachhaltige Entwicklung der Bundesregierung betont diese drei gleichberechtigten Aspekte der Nachhaltigkeit: ökologisch, sozial, ökonomisch.

Hier bringt uns nur eine langfristige Betrachtungsweise weiter. Was bedeutet dies für uns, wenn wir Nachhaltigkeit als handlungsbestimmenden Wert anerkennen? Wie können wir den Wunsch nach Nachhaltigkeit umsetzen? Es stellen sich uns folgende Aufgaben:

Aufgabe 1: Zukunftstrends und Zukunftsmärkte erkennen und auf das eigene Unternehmen beziehen.

Aufgabe 2: Mit dieser Kompetenz eine Vision entwickeln, welche Werte, welche Leistungen, welche Sinnstiftung (auch »Purpose« genannt) das eigene Unternehmen in diese Märkte einbringen wird.

Aufgabe 3: Risiken absichern.

Aufgabe 4: Ressourcenschonende, im besten Fall klimaneutrale, abfallvermeidende und komplett recyclebare (»Cradle to Cradle«, also »Wiege zu Wiege« herstellbare) Produkte, Entwicklungen und Prozesse anleiten.

Aufgabe 5: Die Gegenwart managen im Hinblick auf Kundennutzen und langfristige Gewinnorientierung.

Wie Gewinne kurzfristig zu steigern sind, ist kein Geheimnis und gerade in den letzten Jahren des Shareholder-Value-»Wahns« vieltausendfach vorgeführt worden: Mitarbeiter entlassen, Investitionen streichen, Marketingmaßnahmen eindampfen, Aus- und Weiterbildungskosten drastisch reduzieren, Forschung und Entwicklung (nahezu) einstellen, echte Innovationen vermeiden, auf die vermeintlichen Vorteile der Globalisierung setzen und kostenintensive F&E oder Produktherstellung ins ferne Ausland verlagern.

Natürlich steigt so der Gewinn kurzfristig – langfristig sind diese Unternehmen tot. Die Leistungsfähigkeit nimmt ab, das Risiko nimmt, wie in den Krisen der beginnenden 20er-Jahre des 21. Jahrhunderts exemplarisch zu sehen ist, massiv zu; letztlich verlieren auch die Anteilseigner, Aktionäre und Besitzer des Unternehmens. Planen wir also besser langfristig, denken und handeln wir in Zyklen von Generationen statt derer von Bilanzen. ▶





Und auch wenn Firmen sich gerne das coole Image von New Work auf Basis eines Vertrauensmodells geben, (...) kommt es zu Ausspähungen von Daten, die sich gegen Kunden und Mitarbeitende richten.

Zweite Säule: Gewinnorientierung – die gesellschaftliche Verantwortung erfolgreicher Unternehmen

Der gesellschaftspolitische Auftrag von Unternehmen ist es, dem Markt und den Kunden Produkte und Dienstleistungen zu einem angemessenen, fairen Preis-Leistungs-Verhältnis zur Verfügung zu stellen, Kunden damit das Leben zu verschönern, nachhaltig zu produzieren und damit Umsatz und in der Konsequenz auch Gewinn zu machen. Erfüllen sie diesen Auftrag gut, werden Unternehmen zu attraktiven Arbeitgebern, werden Arbeitsplätze und sozialer Wohlstand geschaffen. Das ist, verkürzt zusammengefasst, ein Ergebnis erfolgreichen und nachhaltigen unternehmerischen Handelns. Gewinnorientierung ist schlicht notwendig, um diesen Auftrag auch morgen noch ausführen zu können. So »macht« Gewinn Sinn. Dafür brauchen Unternehmer und Manager ein ausgeprägtes Gespür für Verantwortung. Verantwortung nach innen für Prozesse und Qualität

und nach außen für die Wirkung des eigenen Verhaltens auf die Öffentlichkeit.

Die (trotz gewisser Deglobalisierungsansätze nach den Erkenntnissen der 2020er-Jahre) starke Globalisierung der Märkte erfordert grenzüberschreitende Verantwortungsübernahme. Im Wort »Verantwortung« steckt die »Antwort« – meines

Erachtens müssen Unternehmer, Manager, Macher auch Antworten geben auf die sozialen, wirtschaftlichen und politischen Fragen unserer Zeit. Die Verantwortung der Unternehmer geht so weit, sich in die Gestaltung der politischen Rahmenbedingungen einzubringen, die Regularien mitzugestalten und mitzutragen.

Gewinnorientierung ist entscheidend – der Gewinn von heute sind vielleicht die Kosten von morgen. Nur wer als Unternehmen Gewinn erzielt, ist dauerhaft im Spiel. Aber Gewinn heißt nicht, auf dem Rücken anderer Ressourcenraubbau (das meine ich mit »Kosten von morgen«) zu betreiben. Das genaue Gegenteil ist der Fall, halten viele Studien und Umfragen zu den Marktaussichten sozial und ökologisch wirkender Unternehmen fest. Ob es sich nun um den Energiesektor, um Mobilität, um Farming und Nahrungsmittel, um Hochtechnologie, Computing und KI oder innovative Ansätze der Kreislaufwirtschaft handelt: gerade

»Führungsprinzipien: Führung geht heute anders«

von **Andreas Buhr**

176 Seiten

Erschienen: Mai 2023

GABAL Verlag

ISBN: 978-3-967-39145-9



Führung nach den Prinzipien der Wesentlichkeit wird Unternehmen dieser Zukunftsbranchen gerecht.

Unternehmen mit smarten oder gar disruptiven Geschäftsmodellen, die auf Ressourcenschonung oder -wiedergewinnung statt auf Ressourcenabbau setzen (nicht nur unter der Perspektive des Green Deals der Europäischen Kommission), wird robuste Zukunftsfähigkeit attestiert. Und letztlich auch den Banken, Finanzdienstleistern, Unternehmen, die »in zweiter Linie« damit handeln: Ich nenne nur die Stichworte Green Finance, Green Bonds, grüne Indizes, ESGFonds, Carbon Finance, Climate Finance. Hier schließt sich

Vertrauen, Verantwortung, Respekt, Integrität, Nachhaltigkeit und Mut: Das sind die sechs wichtigsten Werte, die Topmanager herausstellen.

der Kreis zur Nachhaltigkeit! Sinnhaftigkeit, Ethik, ökologisches, nachhaltiges und ökonomisches Verhalten gehören auch zur Gewinnerorientierung.

Dritte Säule: Werte als Basis

In jeder Finanz- und Wirtschaftskrise wird vor allem eines offenbar: eine unübersehbare immanente Führungskrise! Topmanager zeigen mit dem Finger aufeinander, weisen Schuld und Verantwortung von sich, verweisen auf die Gier der Anleger und Shareholder, wenn sie kahlsanieren. Sie verschlafen wichtige Trends, ducken sich unter Verantwortung weg, hadern auch nach fast drei Jahren der Pandemie mit Remote Leadership und dem dafür erforderlichen massiven Vertrauensvorschuss in die Mitarbeitenden in ihren Home- und Mobiloffices. Versagen in der eigenen Weiterentwicklung als Digital Leader und als echte Role Models – als Vorbilder, die gerade in Krisenzeiten vor ihrer Belegschaft stehen und gleichzeitig jedem Einzelnen den Rücken stärken. Diese Krise wird oft nur genutzt, um Kosten abzubauen, Flächen zu reduzieren und damit auch Menschen zu entlassen.

Und auch wenn Firmen sich gerne das coole Image von New York auf Basis eines Vertrauensmodells geben, gibt es immer noch eine Datensammelwut in Unternehmen, kommt es zu Ausspähungen von Daten, die sich gegen Kunden und Mitarbeitende richten. Das sind Beweise für Misstrauensvoten gegen die eigene Mannschaft. Und damit im eigentlichen Sinne auch Misstrauensvoten gegen das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, Kunden und Mitarbeitende richtig

zu führen. Worin sollte dieses Vertrauen auch begründet sein, scheinen doch alle wichtigen Werte, die guter Führung zugrunde liegen, wenig gezählt zu haben – oder noch zu zählen!

Vertrauen, Verantwortung, Respekt, Integrität, Nachhaltigkeit und Mut: Das sind die sechs wichtigsten Werte, die Topmanager herausstellen. Gleichzeitig zerstören sie oftmals genau diese Werte. Dass es um das gegenseitige Vertrauen zwischen Führungskraft und Mitarbeitern von beiden Seiten traurig bestellt ist, bestätigen viele Studien: Integrität – angesichts aktueller krasser Beispiele von hochbezahltem Missmanagement ein geradezu verhöhnter Wert. Mut – Mut zur Kritik, Mut zum Anderssein, Mut zur Innovation – wird in vielen Firmen trotz der Lippenbekenntnisse zu Innovations- oder Fehlerkultur oft sanktioniert, zumindest jedoch ignoriert. Dabei gibt es eine Korrelation, eine erkennbare Verbindung zwischen gelebten Unternehmenswerten und überdurchschnittlichem finanziellem Erfolg!

Das beweist eine weltweite Befragung von The Aspen Institute und Booz Allen Hamilton (siehe Literaturverzeichnis). Es stimmt also, dass Werte Wert schaffen! Denn die Financial Leader zeichnen sich durch einen schriftlich fixierten Wertekodex aus, der allen Mitarbeitern eine feste Richtschnur, Orientierung und Klarheit gibt. Und diese Firmen sind überzeugt davon, damit ihre Reputation, die Bindung ihrer Kunden und die Loyalität und den Enthusiasmus ihrer Mitarbeiter steigern zu können! ♦



Emotionale Intelligenz im Geschäftsumfeld

Wie Gefühle den Erfolg beeinflussen

Emotionen spielen im heutigen Geschäftsleben eine maßgebliche Rolle und haben einen erheblichen Einfluss auf den Erfolg eines Unternehmens. Neueste Forschungen zeigen, dass dieser Einfluss sogar noch größer ist als bisher angenommen. Eine umfassende Studie aus dem Jahr 2021, die über vier Jahre fast eine Million Mitglieder der US-Armee

untersuchte, belegt eine starke Verbindung zwischen positiver Stimmung, Optimismus und hoher Leistung. Individuen, die sich in einem guten emotionalen Zustand befanden, erzielten im Durchschnitt etwa viermal so viele Auszeichnungen und herausragende Erfolge wie ihre weniger glücklichen Kollegen. Dies verdeutlicht die tiefgreifende Verbindung zwischen Emotionen und Erfolg.

Die Neudefinition des Denkens: Emotionen und Entscheidungsfindung
Früher glaubte man, dass rationale Überlegungen die Grundlage für Entscheidungen bilden. Jedoch haben neurowissenschaftliche Erkenntnisse gezeigt, dass unsere Emotionen, Bedürfnisse und Impulse einen viel stärkeren Einfluss auf unser Handeln haben. Daniel Kahneman, ein renommierter Wirtschaftsnobelpreisträger, unterscheidet zwischen zwei Denkprozessen: einem langsamen, logisch orientierten »System zwei« und einem schnellen, emotionsgesteuerten »System eins«.

Stellen wir uns das Gehirn wie einen Eisberg vor. Die Spitze ragt aus dem Wasser. Sie entspricht unserem Bewusstsein, Denken und Verstand. Auch unsere Einsicht und der gute Wille sind hier oben platziert. Der weitaus größte Teil befindet sich unter der Wasseroberfläche. Unsere Emotionen, Bedürfnisse und Motive gehören zu diesem riesigen Bereich des Unbewussten. Über

»Gute Gefühle: Nutze die emotionalen Stärken deines Gehirns«
von Dr. Marcus Täuber
200 Seiten
Erschienen: August 2023
Goldegg Verlag
ISBN: 978-3-990-60350-5



Unternehmen erkennen zunehmend den Wert positiver Emotionen und investieren in Programme zur Förderung der emotionalen Intelligenz und des Wohlbefindens am Arbeitsplatz.



Daniel Kahneman,
Wirtschaftsnobelpreisträger.

dem Wasser weht ein Wind, von links nach rechts. Unter der Wasseroberfläche zieht eine Strömung von rechts nach links. Wohin schwimmt der Eisberg? Der Eisberg schwimmt in die Richtung jener Kräfte, die unten wirken. Mit unserem Gehirn ist das genauso. Trotzdem versuchen wir, meist oben Stürme, Orkane und Hurrikans zu erzeugen. Und wundern uns, dass wir oder unser Gegenüber sich nicht in die Richtung bewegt, die wir gerne hätten. Emotionen sind die Kräfte, die uns bewegen.

Die Bedeutung emotionaler Intelligenz im geschäftlichen Umfeld

Die wachsende Bedeutung der emotionalen Intelligenz (EQ) im beruflichen Umfeld wird durch umfangreiche Forschungsergebnisse unterstützt. Positive Emotionen wie Neugier, Freude und Inspiration

beeinflussen nicht nur zwischenmenschliche Beziehungen positiv, sondern tragen auch zur Steigerung der individuellen Leistung und der Teamdynamik bei. Wichtig ist auch die richtige realistische Erwartungshaltung, die durch Ehrlichkeit getragen wird. Eine Studie von Kaitlin Woolley an der Cornell University zeigte sogar, dass eine gezielte, auf Unpässlichkeiten ausgerichtete Erwartungshaltung Menschen dazu befähigen kann, besser zu lernen und über sich hinauszuwachsen. Für Führungskräfte bedeutet das: nichts beschönigen oder verschleiern, sondern sehr offen und direkt auch Schmerzpunkte im Zuge von Veränderungen ansprechen.

Im Vergleich zwischen emotionalem (EQ) und intellektuellem Quotienten (IQ) zeigt sich, dass EQ einen bedeutenderen Einfluss

auf den unternehmerischen Erfolg hat. Eine umfassende Meta-Analyse von über 65.000 Führungskräften ergab, dass 89,1 Prozent des Erfolgs auf die emotionale Intelligenz zurückzuführen sind, während der intellektuelle Quotient nur 10,9 Prozent ausmacht. Die Fähigkeit, Emotionen zu erkennen, zu verstehen und zu regulieren, ist somit von zentraler Bedeutung im modernen Geschäftsumfeld.

Die praktische Anwendung der emotionalen Intelligenz im Unternehmen

Unternehmen erkennen zunehmend den Wert positiver Emotionen und investieren in Programme zur Förderung der emotionalen Intelligenz und des Wohlbefindens am Arbeitsplatz. Ein gutes Beispiel hierfür ist Googles »Search Inside Yourself«-Programm, das auf Achtsamkeit und Selbstwahrnehmung basiert. Diese Programme zeigen, dass emotionale Kompetenzen durch gezieltes Training gestärkt werden können. Positive Emotionen wie Wertschätzung, Neugier und Freude werden als Schlüssel für eine verbesserte Arbeitsleistung und zwischenmenschliche Beziehungen erkannt.

Die wachsende Bedeutung der emotionalen Intelligenz im Geschäftsumfeld

Die zunehmende Forschung und Praxis verdeutlichen, dass Emotionen und emotionale Intelligenz im Geschäftsumfeld einen entscheidenden Einfluss haben. Die Fähigkeit, positive Emotionen zu fördern, emotionale Intelligenz zu entwickeln und bewusst mit Emotionen umzugehen, prägt nicht nur die individuelle Leistung, sondern beeinflusst auch das gesamte Arbeitsumfeld und die Unternehmenskultur positiv. In einer Zeit, in der zwischenmenschliche Beziehungen und das Wohlbefinden am Arbeitsplatz immer mehr an Bedeutung gewinnen, wird die emotionale Intelligenz zu einem Schlüssel zum Erfolg im modernen Geschäftsleben. ♦



Dr. Marcus Täuber ist der Öffentlichkeit etwa als Neurobiologe und Bestsellerautor bekannt. Im August 2023 erschien sein Buch »Gute Gefühle – Nutze die emotionalen Stärken deines Gehirns.«



「 Pressefreiheit
ist deine Freiheit. 」



Was Ján Kuciak über
Pressefreiheit zu sagen hat:
www.mvfp.de
#PressefreiheitIstDeineFreiheit

MVFP
Medienverband
der freien Presse

»Handwerk hat Lizenz zum Gelddrucken«

Wie Betriebe von der Digitalisierung profitieren können

In Sachen Marketing ist die Handwerksbranche noch lange nicht auf dem neuesten Stand, findet Marcel Löwigt, Unternehmer und Marketingexperte. In unserem Interview erklärt er, wie Betriebe von der Digitalisierung profitieren können.

Herr Löwigt, Handwerksbetriebe müssen werben, um Kunden und Mitarbeiter zu bekommen. Wie hat sich die Marketing-situation seit der klassischen Zeitungsannonnce verändert?

Drastisch. Früher waren Handwerksbetriebe auf traditionelle Werbemethoden wie Zeitungsannoncen und Flyer angewiesen. Auch ich habe in meiner Zeit als Handwerker massiv auf den Einsatz von Offline-Marketing und auf klassische Direktmarketingkampagnen gesetzt. Die begrenzten Möglichkeiten führten oft zu einer eingeschränkten Reichweite und nur zu begrenztem Erfolg bei der Kunden- und Mitarbeitergewinnung. Wir sehen täglich enorme Probleme bei der Herangehensweise an das Thema Marketing. Der klassische Handwerker neigt auch im Jahr 2023 zu Aussagen wie »Ein gutes Produkt braucht keine Werbung!«.

Das Internet bietet eine Vielzahl von Kanälen und Tools, um gezielt Kunden anzusprechen und qualifizierte Mitarbeiter zu rekrutieren. Eine qualitative Onlinepräsenz durch Websites und soziale Medien ist unerlässlich geworden. Content Marketing ist ein weiterer Aspekt. Wenn Handwerksbetriebe wertvolle Informationen in Form von Blog-Posts, Videos oder Leitfäden bereitstellen, können sie ihre Expertise zeigen und das Vertrauen potenzieller Kunden gewinnen. Auch die Personalbeschaffung hat von diesen Veränderungen profitiert. Die Kombination von Datenanalyse und Tracking hilft Handwerksbetrieben, den Erfolg ihrer

Marketingbemühungen genau zu messen und anzupassen.

Welche Besonderheiten hat die Handwerksbranche?

Das Handwerk hat praktisch eine Lizenz zum Gelddrucken. Warum ist das so? Es geht nie um den Handwerker, sondern ausschließlich um den Kunden. Es geht darum, dem Kunden innerhalb von fünf Sekunden klarzumachen, welches Problem das Handwerk für ihn behebt; eine Aufgabe, die speziell das Handwerk bisher fast gar nicht erkannt und gelöst hat!

Wie schätzen Sie den Status quo der Digitalisierung in der Handwerksbranche ein?

Grundsätzlich kann man sagen, dass die breite Masse der Handwerkerschaft beim Thema Digitalisierung aufgeschlossen ist. Die Fehlerquote sinkt dank der Digitalisierung enorm, die Effizienz wird gesteigert, die Kosten sinken. Zeitfresser werden dank digitaler Systeme gnadenlos eliminiert, Kapazitäten werden frei, das Handwerk bleibt auch in Krisenzeiten handlungsfähig. Die Digitalisierung macht Wachstum erst wirklich möglich.

Wer einen Handwerksbetrieb hat, ist auch Unternehmer. Wie schaffen diese den Sprung weg vom Dienst am Kunden, hin zu genügend Mitarbeitern, um das Unternehmen auch führen und ausbauen zu können?

Alles steht und fällt mit dem Angebot! Mit der richtigen Positionierung erreicht das Handwerk den ultimativen Expertenstatus.

»Mit der richtigen Positionierung erreicht das Handwerk den ultimativen Expertenstatus.«

– Marcel Löwigt

Dieser Status in Kombination mit einem Angebot, das ein kleines Kind versteht, bietet die Grundlage für Erfolg. Mehr Status und eine effektive Kommunikation erzeugen mehr Umsatz, mehr Cashflow und die Möglichkeit, sein Handwerk auf Jahre hinaus planbar und durch alle Unwägbarkeiten hinweg immer wieder in den sicheren Hafen zu bringen. ♦MK



Unser Gesprächspartner: Marcel Löwigt ist Unternehmer, Marketingexperte und Gründer von ADsVertisers.

BEST OF WEB

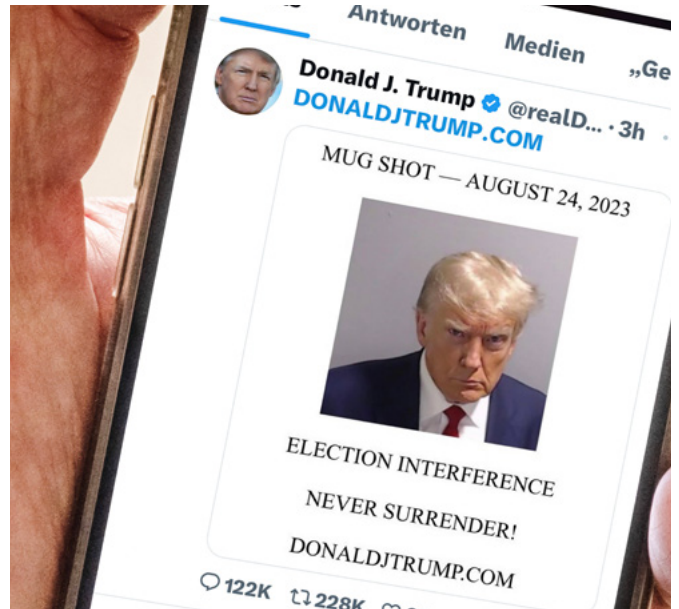
Trumps Mugshot: Wie der Unternehmer und Ex-Präsident sein Polizeifoto zu Geld macht

Donald Trump auf einem Fahndungsfoto: Es war ein Bild, das um die Welt ging – vor allem, weil das Foto dem 77-jährigen, verschiedenen Medienberichten zufolge, eher nützen könnte. Denn Trump, der zu Beginn seiner Karriere ein Millionenvermögen mit Immobiliengeschäften erwirtschaftete und sich so einen Namen machte, stellt erneut sein unternehmerisches Denken unter Beweis:

Bereits 7,1 Millionen US-Dollar habe er bereits mit seinem sogenannten Mugshot eingenommen, berichtete sein Wahlkampfberater Steven Cheung stolz. Dieses Geld könnte ihm bei der anstehenden Präsidentschaftswahl 2024 nützlich sein.

Das Bild, auf dem der umstrittene Entertainer und Politiker herausfordernd in die Kamera blickt, war nur wenige Stunden nach seiner Veröffentlichung auf T-Shirts, Tassen und weiteren Merchandise-Artikeln zu sehen. Doch damit scheint Trump noch nicht am Ziel zu sein. »Das wird größer werden als die Mona Lisa«, prognostizierte bereits die politische Influencerin und Trump-Anhängerin Laura Loomer ...

Den gesamten Beitrag finden Sie auf founders-magazin.de



Einstellung



Immer weniger Gründungen: DIHK-Umfrage zeigt bedenkliche Entwicklung auf

Immer weniger Menschen in Deutschland wollen ein Unternehmen gründen und sich selbstständig machen. Zu diesem besorgniserregenden Ergebnis kommt die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) in ihrem diesjährigen Report Unternehmensgründung.

»Der Negativtrend bei den Gründungen ist eine ernstzunehmende Gefahr für unsere Wirtschaft«, warnt DIHK-Präsident Peter Adrian angesichts der aktuellen Auswertung ...

Quelle: Pressemitteilung DIHK (gekürzt)

Mehr von diesem Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Aktuelles



Neuwagenmarkt: Nachfrage geht zurück

Die Kaufzurückhaltung der Deutschen lähmte in den vergangenen Monaten den deutschen Neuwagenmarkt. Laut der Automobilwoche leeren sich die Auftragsbücher der Hersteller und die Nachfrage kühlt weiter ab. Demnach geht der Marktforscher Global Mobility für das laufende Jahr davon aus, dass 2,8 Millionen neue PKW auf den Markt kommen werden. Für das kommende Jahr werden dann auch nur 2,9 Millionen Neuwagen erwartet. Viel mehr sei nicht möglich, hieß es.

Zum Vergleich: In früheren Jahren wurden in Deutschland teilweise mehr als ...

Den gesamten Beitrag finden Sie auf founders-magazin.de

Erfolg



Lebensmittel-Lieferdienst Picnic expandiert weiter in Deutschland

Der Lebensmittel-Lieferdienst Picnic nimmt seinen Betrieb in Darmstadt, Mannheim und Wiesbaden auf. Geplant war ein Start am 1. September, doch die Infrastruktur war schneller bereit, als geplant. Wie es in einem Bericht auf der Onlineplattform des »Handelsblatt« heißt, haben sich bereits jeweils mehrere Tausend Kunden in der App des Lieferdienstes angemeldet. Picnic verfügt im Verteilzentrum in Virenheim über weitere Kapazitäten für Expansionen. 40 Städte stehen noch auf der Liste des Unternehmens.

»Wir spüren eine weiter steigende Kundennachfrage, deshalb sind wir ...

Mehr von diesem Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de

Story



Aktuelles

Tesla: Bahnshuttle zur Fabrik in Grünheide geplant

Über ein Jahr lang produziert der Elektrofahrzeug-Hersteller Tesla bereits Fahrzeuge an ihrem Standort im brandenburgischen Grünheide. Jetzt soll ein Bahnshuttle den rund 1.500 Mitarbeitern den Zugang zum Werksgelände erleichtern. Und auch andere Bürger und Bürgerinnen in Brandenburg könnten den Zug nutzen – und das sogar kostenlos, wie das Online-Portal der »Süddeutsche Zeitung« mit Verweis auf die Angaben Teslas mitteilte.

Bereits ab dem vierten September soll die Anbindung zwischen dem Bahnhof Erkner und dem Werksgelände in Grünheide erstmals in Betrieb genommen werden. Bis zu 60 Mal pro Tag wird der Shuttle von diesem Zeitpunkt an diese Strecke befahren – so ist es jedenfalls geplant. Der Zug soll die bisherige Verbindung ersetzen und einen weiteren Shuttle entlasten. Zusätzlich wird ...

Mehr von diesem Beitrag lesen Sie auf founders-magazin.de



Die Welt geht unter, und ich muss trotzdem arbeiten?

von Sara Weber
240 Seiten, erschienen: Januar 2023
Kiepenheuer & Witsch, ISBN: 978-3-462-00415-1

Im März 2020 änderte sich alles. Homeoffice war plötzlich die neue Norm. Alle mussten sich digitalisieren und transformieren – ob sie wollten oder nicht. In diesem Buch geht Sara Weber den Fragen nach, die gerade eine ganze Generation umtreiben, und zeigt Lösungen auf, die Arbeit besser machen können.

Don't Fail

von Thomas Willberger
215 Seiten, erschienen: April 2022
Campus Beats, ISBN: 978-3-593-51547-2



Warum bei deiner Gründung die gleichen Fehler machen wie alle anderen vor dir? Thomas Willberger hat mit seinen Start-ups alle typischen Probleme selbst erlebt und (gerade noch) rechtzeitig gegengesteuert. Hier beschreibt er in kurzen Kapiteln die klassischen Fehler in der Gründungsphase, im ersten Jahr und während des Scale-ups.

Gut kommunizieren als Führungskraft

von Hartmut Laufer
296 Seiten, erschienen: April 2021
GABAL, ISBN:978-3-96739-046-9



Hartmut Laufer zeigt Ihnen in diesem Ratgeber, wie Sie heute als Führungskraft erfolgreich und effektiv die Kommunikation in Ihrem Unternehmen angehen können. Die neuen Anforderungen an die Führungskommunikation erfordern von allen Beteiligten vor allem höhere Kommunikationsfähigkeiten.

How to begin

von Michael Bungay Stanier
190 Seiten, erschienen: Februar 2023
Vahlen, ISBN: 978-3-8006-6883-0



Der Coaching-Experte und Bestsellerautor Michael Bungay Stanier hat eine Mission: Er will Menschen dabei helfen, ihre ehrgeizigsten, schwierigsten und wertvollsten Projekte zu verwirklichen. Aber wie kann man die Schwelle überwinden, um im Leben mutigere Entscheidungen zu treffen?

Schnelligkeit durch Vertrauen

von Stephen R. Covey, Rebecca R. Merrill
368 Seiten, erschienen: Juni 2022
GABAL, ISBN:978-3-96739-111-4



Vertrauen ist weit mehr als nur ein Wohlfühlfaktor. Es ist ein handfester Wettbewerbsvorteil und der Motor für profitable Unternehmen, leistungsfähige Mitarbeiter und starke Beziehungen. Ob im Beruf oder im Privatleben: Stephen M. R. Covey zeigt, welche Vorteile hohes Vertrauen tatsächlich bringt.



Erfolg wird bei uns groß geschrieben. Umwelt aber auch: Das ePaper

Auch als ePaper-Abo.

Jetzt downloaden und lesen, was erfolgreich macht.

www.erfolg-magazin.de/shop