

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland Preis

Ausgabe 84



Lisa & Nell Gottlebe:

So haben sie sich ein anonymes
YouTube-Imperium aufgebaut

MEIK WIKING

Mehr Leben, weniger Arbeit:
Das *skandinavische* Prinzip

MARTIN LIMBECK

Warum gute Entscheidungen
Stille brauchen





ERFOLG wird bei uns großgeschrieben. **Umwelt** aber auch: Das **ePaper**

Auch als ePaper-Abo.

Jetzt downloaden und lesen, was erfolgreich macht.

Besuche uns auf www.erfolg-magazin.de/shop
oder scanne den Code.



DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN
founders
GRÜNDEN. WACHSEN. VERBUNDEN.

Impressum

founders Magazin Redaktion/Verlag

BACKHAUS Verlag GmbH ist ein Unternehmen der Backhaus Mediengruppe Holding GmbH, Geschäftsführender Gesellschafter
Julien Backhaus

Redaktion

Anna Seifert,
Laura Cecere,
Lea Trägenap,
Stefanie Klief

redaktion@backhausverlag.de

Layout und Gestaltung Objektleitung

Judith Iben

Grafik:

Judith Iben,
Christina Meyer,
Lea Trägenap

magazine@backhausverlag.de

Onlineredaktion

verwaltung@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

Julien Backhaus

Anschrift:

BACKHAUS Verlag GmbH
Zum Flugplatz 44
D-27356 Rotenburg

Telefon: (0 42 68) 9 53 04 91
E-Mail: info@backhausverlag.de

www.backhausverlag.de

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.

Alle Rechte vorbehalten

MVFP
Medienverband
der freien Presse

**BÜNDNIS
ZUKUNFT
PRESSE**

Eine Initiative von BDZV und MVFP

Folgen Sie uns auch auf



Anna Seifert
Redakteurin

Bild: Nicole Watzka Photo Art

Unternehmertum heute, morgen, übermorgen

Neue Wege zu nachhaltigem Erfolg

Im Februar wird YouTube 21 Jahre alt: Die Social-Media-Plattform ist erwachsen geworden. Content Creator allerdings werden immer noch zu selten mit einem ernst zu nehmendem Business in Verbindung gebracht und stattdessen mit einem vernachlässigbaren Hobby, das auf schnelle Likes und oberflächliche Inhalte baut – doch dabei verlagert sich das Unternehmertum zusehends ins Digitale. Nell und Lisa Gottlebe sind das beste Beispiel dafür. In unserem Cover-Interview sprechen die Expertinnen über ihr YouTube-Imperium, zeigen, dass aus YouTube-Kanälen ein lukratives Geschäftsmodell werden kann und erläutern, wie sich Reichweite strategisch aufbauen und monetarisieren lässt – ganz ohne selbst vor der Kamera zu stehen.

Ein Post und schon viral? Die schnellelebige Social-Media-Welt bietet viele Vorteile. Doch nachhaltiges Wachstum braucht auch Ruhe, meint Martin Limbeck. Warum Abstand nehmen manchmal zielführender sein kann als das nächste Meeting,

beschreibt der erfahrene Unternehmer in seinem Gastbeitrag. Während eine bessere Vereinbarkeit von Beruf- und Privatleben in Deutschland nach wie vor kontrovers diskutiert wird, sind andere Länder bereits weiter – so sieht es jedenfalls Meik Wiking. Was wir von Skandinavien lernen können, erläutert der Autor von »Hygge @ work« im Buchauszug. Doch nicht nur vom Blick über den Teller, auch aus der Vergangenheit lässt sich lernen. Das zeigt der Text von Prof. Dr. Jörg Kupjetz. Wie ihn seine früheren Erfahrungen dazu veranlassten, den eigenen Wert zu kommunizieren, erläutert der Vertragsexperte in seiner Kolumne. Einen Blick in die nahe Zukunft wagt indes Chiara Hartmann. Welche Einstellung Unternehmer im Jahr 2026 ihrer Ansicht nach wirklich voranbringt? Das erfahren Sie in der aktuellen Ausgabe.

Viel Vergnügen beim Lesen wünscht
Anna Seifert
Redakteurin



Lisa und Nell Gottlebe:
So haben sie sich ein anonymes
YouTube-Imperium aufgebaut

Gesichtslos auf Social Media – eine Kombination, die für viele immer noch ungewöhnlich erscheint. Doch was kaum einer ahnt: Mit der richtigen

Strategie lassen sich lukrative Geschäftsfelder erschließen. Das Potenzial gesichtsloser YouTube-Kanäle kennen Lisa und Nell Gottlebe nur allzu gut: Im Interview berichten sie, welche Chancen gesichtslose Formate bieten und was es braucht, um mit diesem Ansatz langfristig erfolgreich zu sein.

YouTube war lange eine reine Unterhaltungsplattform. Heute ist es für viele eine echte Einkommensquelle. Wie kann man auf YouTube Geld verdienen – und welche Modelle gibt es?

YouTube ist heute viel mehr als Unterhaltung. Es ist im Grunde eine Plattform, auf der man datenbasiert Reichweite aufbauen kann und Reichweite lässt sich auf verschiedene Arten monetarisieren. Klassisch über Werbeeinnahmen, aber auch über Affiliate-Links, eigene Produkte oder Dienstleistungen. Was viele nicht wissen: Man muss dafür nicht selbst vor der Kamera stehen. Es gibt sehr viele Kanäle, die komplett ohne Gesicht funktionieren und trotzdem konstant Einnahmen generieren.

Ihr habt ein System für automatisierte, gesichtslose Kanäle entwickelt. Wie ist das entstanden?

Das war ehrlich gesagt kein gerader Weg. Wir haben ursprünglich mit Amazon

FBA angefangen, weil das damals überall als das Online-Business verkauft wurde. Produkte suchen, launchen, skalieren – zumindest in der Theorie. In der Praxis haben wir schnell gemerkt: Das ist extrem kapitalintensiv, stressig und hat sehr kleine Profit Margin. Oft unter zehn Prozent des Umsatzes.

Danach sind wir auf YouTube gestoßen. Wir haben am Anfang aber alles falsch gemacht, was man falsch machen konnte. Wir haben einfach gesichtslose Videos erstellt, ohne wirklich zu verstehen, wie die Plattform funktioniert. Wir dachten, guter Content reicht – tut er aber nicht! Die Videos hatten kaum Views, keine Struktur, keine Strategie. Rückblickend war das pures Rätselraten.

Der Wendepunkt kam, als wir aufgehört haben, YouTube als Social-Media-Plattform

zu sehen und angefangen haben, es wie ein Algorithmus-basiertes System zu betrachten. Wir haben analysiert, warum gewisse Videos funktionieren und andere nicht. Welche Themen getragen werden, wie wichtig Titel, Thumbnails und Watchtime wirklich sind und dass man YouTube eher wie ein Medienunternehmen denken muss, nicht wie einen persönlichen Kanal.

Aus diesem Prozess ist Schritt für Schritt unsere Cocktail-Strategie entstanden. Nicht über Nacht, sondern durch sehr viel Testen, Scheitern und Verstehen. Wir haben gemerkt, dass man Erfolg auf YouTube nicht erzwingen kann, aber man kann ihn systematisch wahrscheinlicher machen.

Irgendwann lief der erste Kanal, dann der zweite, dann mehrere. Und erst da wurde uns klar: Das ist kein Zufall mehr. Das ▶

»YouTube ist heute viel mehr als Unterhaltung. Es ist im Grunde eine Plattform, auf der man datenbasiert Reichweite aufbauen kann.«

– Nell und Lisa Gottlebe

Bilder: Privat





»Mit der richtigen Strategie, Nischenauswahl und Skalierungsmethode kann jeder anonym ein Einkommen verdienen.«

– Nell und Lisa Gottlebe

ist reproduzierbar. Und genau daraus ist unser System entstanden. Nicht aus Theorie, sondern aus eigener Erfahrung.

Welche Voraussetzungen braucht man dafür – und wem würdet ihr eher davon abraten?

Um ehrlich zu sein, ist das für jeden, der sich online etwas aufbauen möchte, da man weder berühmt noch talentiert vor der Kamera sein muss. Was man aber braucht, sind Geduld und Wille. Wir würden eher Menschen abraten, die denken, es gibt über Nacht Wege zu viel Geld. Wer bereit ist, dranzubleiben und von bereits erfolgreichen YouTube-Unternehmern zu lernen, wird irgendwann erfolgreich.

Wir selbst hatten keine technische Erfahrung, sind auch nicht mehr Anfang zwanzig und haben es trotzdem geschafft. Genau deshalb sind wir überzeugt, dass es grundsätzlich für alle Menschen machbar ist, die Willen und Durchhaltevermögen mitbringen.

Wie viel Zeit muss man investieren? Geht das auch nebenberuflich?

Ja, absolut. Viele starten nebenbei – gerade weil gesichtslose Kanäle sehr gut planbar und anonym sind! Am Anfang investiert man natürlich mehr Zeit, um alles zu verstehen. Später lassen sich viele Prozesse auslagern. Für

manche wird es ein Nebeneinkommen, für andere irgendwann ein richtiges Business.

Wie kann man sich als Anfänger von der Masse abheben?

Um ehrlich zu sein, kommt es nur auf die Strategie und das Wissen an. Mit der



richtigen Strategie, Nischenauswahl und Skalierungsmethode kann jeder anonym ein Einkommen verdienen. Egal, ob gesichtslos oder mit Gesicht.

Welche Anfängerfehler seht ihr immer wieder?

Zu viel nachdenken und zu wenig umsetzen! Oder ständig das Thema wechseln, weil ein Video nicht sofort funktioniert. Viele erwarten nach ein paar Uploads schon Riesen-Resultate. Nachhaltiger Erfolg auf YouTube braucht Zeit. Der Algorithmus muss erst verstehen, wofür es auf dem Kanal geht. Wer nach drei oder fünf Videos aufgibt, hat der Sache eigentlich nie eine echte Chance gegeben. Das ist unserer Meinung aber mit 99 Prozent der Dinge im Leben so. Nennenswerter Erfolg kommt nie über Nacht oder »leicht«.

YouTube verändert sich schnell. Welche Trends seht ihr für die Zukunft?

YouTube verändert sich tatsächlich nicht schnell. Es gibt zwar Trends wie Shorts und Co., aber das wahre Geld liegt seit Jahren in längeren Videos mit 10 Minuten und mehr. Daher springen wir nicht wahllos von Trend zu Trend, sondern gehen sehr strategisch vor. Wie ein Investor oder Unternehmer. Auf YouTube wird man vor allem dann gut vergütet, wenn die Zielgruppe kaufkräftig ist. Entscheidend sind also nicht nur die Views, sondern wer die Videos schaut und wie attraktiv diese Zuschauer für Werbetreibende sind. Nischen wie Gaming erzielen zwar viele Aufrufe, werden jedoch häufig von jüngeren Zuschauern konsumiert, was zu geringeren Werbeeinnahmen führt.

Unser Fokus liegt daher darauf, Inhalte gezielt für kaufkräftige Zielgruppen zu produzieren. Auf YouTube sind viele Menschen im Alter von 50 Plus aktiv, die eine höhere Kaufkraft haben. Besonders lukrativ sind Nischen wie Automotive, Finanzen oder Golf, vor allem in wirtschaftlich starken Ländern. Unser Ziel ist es, nicht auf maximale Reichweite, sondern auf maximale Kaufkraft zu optimieren.

Wie seht ihr die Zukunft gesichtsloser Kanäle? Wird es weiterhin Influencer mit Gesicht geben?

Persönliche Marken wird es immer geben. Aber gesichtslose Kanäle werden immer bekannter, da die Mehrheit der Menschen nun einmal keine geborenen Influencer sind. Viele Menschen wollen etwas aufbauen, ohne sich selbst zur Marke zu machen. Genau dafür ist dieses Modell perfekt: Es ist unabhängiger und langfristig sehr stabil. ♦ (L)

»Gesichtslose Kanäle werden immer bekannter, da die Mehrheit der Menschen nun einmal keine geborenen Influencer sind.«

– Nell und Lisa Gottlebe



Lisa und Nell Gottlebe sind die Gründerinnen der Gottlebe Group. Die YouTube-Expertinnen haben sich auf den Aufbau gesichtsloser Kanäle spezialisiert.

EIN GASTBEITRAG VON MARTIN LIMBECK

Warum gute Entscheidungen *Stille* brauchen



Als Unternehmer werden wir dafür gefeiert, schnell zu sein. Schnell im Denken, schnell im Entscheiden, schnell im Umsetzen. Geschwindigkeit gilt als Stärke, Zögern als Schwäche. Viele Jahre habe ich das genauso gesehen und habe dieses Mindset in meinem Leben regelrecht perfektioniert. Telefontermine im Viertelstundentakt, schnelle Entscheidungen zwischen zwei Gesprächen und Strategieabstimmungen, während ich im Auto saß. Nach außen wirkte das effizient. Doch war es das wirklich? Für mich steht heute fest: Die wirklich großen Entscheidungen triffst du nicht im Dauerlärm des Alltags. Und je mehr Verantwortung du hast, desto gefährlicher wird es, wenn du es dennoch versuchst. Mehr dazu in diesem Beitrag, warum gute Entscheidungen Stille brauchen und weshalb du dir als Unternehmer den nötigen Raum nehmen solltest, bevor er dir genommen wird.

Dauerfeuer verhindert gute Führung und Entscheidungen

Ich kenne viele Unternehmer, die permanent erreichbar sind. Smartphone immer an, Kalender voll, Kopf unter Strom. Ja, so einen sehe ich auch, wenn ich in den Spiegel schaue. Seit vielen Jahren treiben mich Sätze an wie: »Umsatz kommt von Umsetzen!« oder: »Erfolg hat drei Buchstaben – TUN!« Das unterschreibe ich auch heute noch so. Wichtig dabei ist jedoch, dass du nicht aus den falschen Gründen so agierst. Und dir die nötigen Auszeiten nimmst, wenn du sie brauchst.

In meinen Mentorings habe ich Unternehmerinnen und Unternehmer gehabt, die mich mit großen Augen angeschaut haben, als ich meine Regel für unsere gemeinsame Zeit erklärt habe: Beim K2 Summit packen wir die Smartphones zu Beginn jeder Session in einen Korb, auf Flugmodus. Und da bleiben sie auch bis zum Ende. Ich habe erwachsenen Menschen in die Augen geblickt, die das kaum ausgehalten haben am Anfang.

Nicht, weil sie auf wichtige Anrufe gewartet haben oder die Rückmeldung eines Kunden per E-Mail. Sondern weil plötzlich die ständigen Reize von außen abgeschnitten waren. Solange du kontinuierlich auf Gespräche, Nachrichten, Pings von außen reagierst, musst du dich nicht mit dir selbst beschäftigen. Und genau da liegt das Problem. In diesem Zustand führst du nicht. Du bist zwar beschäftigt und löst Themen, die sich dir aufdrängen. Doch du hast keine Gelegenheit, dir selbst die richtigen Fragen zu stellen.

Im Auge des Sturms siehst du nichts

Viele Unternehmer glauben, sie müssen mitten im Geschehen die Richtung

bestimmen. Doch wer im Auge des Sturms steht, sieht nicht, welchen Weg er am besten nehmen sollte. Du spürst nur den Druck. Die großen Lebens- und Unternehmensentscheidungen entstehen nicht unter Hochspannung, sondern in Momenten der Klarheit. Solche Entscheidungen sind kein Nebenprodukt zwischen zwei Meetings. Sie brauchen Raum. Und vor allem brauchen sie eines, das vielen von uns Angst macht: Stille.

Ich gebe es zu: Früher habe ich Kollegen belächelt, die ins Schweigekloster gegangen sind oder sich für mehrere Wochen zum Heilfasten irgendwo in Asien ausgeklinkt haben. Ich dachte, dass ich sowas nicht brauche. Weil ich ein echter Macher bin, der unter Stress erst so richtig abliefert. Heute weiß ich: Das war nicht nur arrogant, sondern auch Zeichen meiner eigenen Angst vor der Leere. Vor den Fragen, die kommen, wenn dir keiner reinredet und du nicht abgelenkt wirst. Im operativen Alltag entscheidest du oft reaktiv. Du reagierst auf Kunden, auf Mitarbeiter, auf Zahlen. Das ist notwendig, doch es ist nicht dasselbe wie führen. Führung beginnt dort, wo du dir erlaubst, Abstand zu nehmen.

Rückzug heißt nicht Stillstand

Inzwischen nehme ich mir regelmäßig Auszeiten, um meine Gedanken zu ordnen. Sei es auf dem Meer, beim Laufen oder

Der Autor

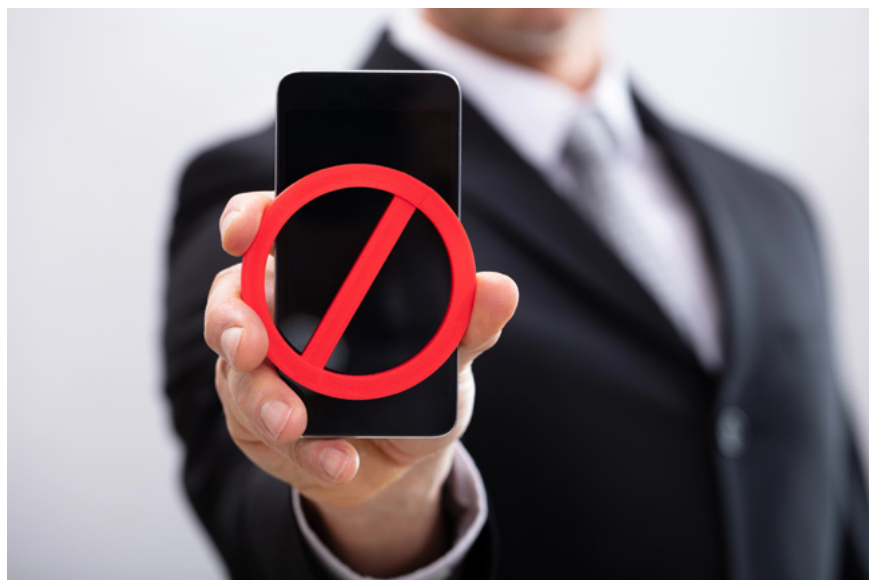


Martin Limbeck ist Inhaber der Gipfelstürmer Mentoring GmbH, Mehrfachunternehmer, Experte für Sales und Sales Leadership sowie fünffacher Bestsellerautor.

einfach so. Doch zum Jahresstart habe ich es dieses Jahr radikaler gemacht: Ich habe mich drei Tage richtig rausgenommen. Bin in ein Ressort in den Bergen gefahren, das genau dafür da ist. See vor der Tür, kein Smartphone, keine gemeinsamen Aktivitäten mit anderen, keine Ablenkung. Laufen am Morgen, Sauna am Nachmittag, dazwischen Zeit. Viel Zeit. Für Gedanken. Für Zweifel. Für Ideen. Was mir sehr schnell aufgefallen ist: Drei Tage waren viel zu kurz. Erst am zweiten Tag wurde es ruhig im Kopf. Und erst dann fielen die ersten gedanklichen Nebelwände. Das allein war schon eine echt wichtige Erkenntnis. ▶

»Rückzug bedeutet, deinem Körper und deinem Kopf den nötigen Raum zu geben, den sie im Alltag oftmals nicht bekommen.«

– **Martin Limbeck**





»Wer immer nur für alle da ist, ist irgendwann nicht mehr für sich selbst da. Und dann triffst du Entscheidungen, die andere ausbaden müssen.«

- Martin Limbeck

Mir hat das Ganze sehr gutgetan und ich habe Klarheit über ein Thema gewonnen, das mich aktuell sehr beschäftigt. Als ich in einem kurzen Video auf Instagram davon berichtet habe, kamen schnell Kommentare wie: »Was ist das denn für ein Retreat, wenn du schon wieder an neuen Ideen rumdenkst? So kommst du doch nie runter!« Die Antwort darauf ist simpel: Rückzug bedeutet nicht, nichts zu tun oder nichts zu denken, was mit dem Unternehmen zu tun hat. Rückzug bedeutet, deinem Körper und deinem Kopf den nötigen Raum zu geben, den sie im Alltag oftmals nicht bekommen.

Wenn du ständig Input hast, produziert dein Gehirn nur Output. Erst wenn der Input wegfällt, fängt es an, zu sortieren. Plötzlich tauchen Fragen auf, die du monatelang verdrängt hast. Entscheidungen, die du vor dir herschiebst. Oder auch mal die Erkenntnis, dass du gar keine Entscheidung treffen musst. Das halte ich für enorm wichtig: Selbst, wenn du am Ende nichts entscheidest, hast du entschieden. Nämlich, dass es jetzt noch nicht dran ist. Das ist Klarheit. Und Klarheit ist für Unternehmer Gold wert.

Der Preis der Abwesenheit ist geringer als der Preis der Unklarheit

Natürlich fiel es mir schwer, direkt am ersten Januar von meiner Familie wegzufahren. Gerade dann, wenn alle zusammenkommen, wenn Ruhe einkehren soll. Doch genau deshalb war es richtig. Wer immer nur für alle da ist, ist irgendwann nicht mehr für sich selbst da. Und dann triffst du Entscheidungen, die andere ausbaden müssen.

Viele Unternehmer unterschätzen den Preis, den ihre Unklarheit kostet. Unklare Entscheidungen führen zu halben

Strategien, zu Zögern im Team, zu Energieverlust. Ein paar Tage bewusster Rückzug sind dagegen ein überschaubarer Einsatz.

Es geht nicht darum, ständig auszuweichen. Es geht darum, sich regelmäßig einzugestehen, dass Führung Abstand braucht. Nicht einmal im Jahr als Ausnahme, sondern als fester Bestandteil unternehmerischer Verantwortung. Wie du diese Phase gestaltest, liegt bei dir.

Nimm dir den Raum, bevor er dir genommen wird!

Wenn du wartest, bis du Zeit hast, wirst du sie nie haben. Der Kalender füllt sich von allein. Freiraum entsteht nur, wenn du ihn bewusst schaffst. Die großen Entscheidungen deines Lebens und deines Unternehmens verdienen mehr als fünf Minuten zwischen Tür und Angel. Stille ist kein Luxus. Sie ist ein Werkzeug. Und wenn du lernst, sie auszuhalten, triffst du bessere Entscheidungen. Für dich. Für dein Unternehmen. Und für die Menschen, mit denen du interagierst. ♦

»Limbeck. Unternehmer.«
von **Martin Limbeck**
352 Seiten
Erschienen: November 2023
GABAL Verlag
ISBN: 978-3-96739-153-4



Wertvolle Wasseruhren

BEST OF
VERTRÄGE
VERHANDELN

Als Jugendlicher habe ich mein Taschengeld dadurch aufgebessert, dass ich einmal im Jahr für zwei Wochen in unserem Dorf für die Gemeindewerke in den Haushalten die Wasseruhren abgelesen habe. Damals war an Digitalisierung noch nicht zu denken.

Für jede abgelesene Uhr gab es eine Mark. Wenn man den Hausbesitzer nicht antraf, musste man noch zweimal an zwei unterschiedlichen Tagen einen erneuten Versuch starten und durfte dann einen Zettel in den Briefkasten werfen, der den Besitzer anwies, seine Daten selber an die Gemeindewerke zu melden. Im Schnitt waren das zehn Prozent der Haushalte, verbunden mit viel administrativem Aufwand für die Gemeindewerke. Eine Mark war damals schon viel Geld. Und

Der Autor



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

wenn man an eine Reihenhaussiedlung kam, in der jedes Haus gleich aufgebaut war und nicht erst lange nach der Wasseruhr geschaut werden musste, kam ein stolzer Stundensatz zusammen. Da die Ableseaktion aber nur einmal im Jahr stattfand, wollte ich sichergehen, das Maximum für mich herauszuholen und im zweiten Jahr teilte ich meinem Auftraggeber mit, dass ich nunmehr 1,10 Mark haben wolle. Der Blick meines weiblichen Gegenübers war schon einmal unbezahlbar.

Ich erklärte der freundlichen Dame, dass ich für meine höheren »Stückkosten« sicherstelle, dass ich maximal zwei Prozent der Haushalte mit einem Zettel versorgen, ansonsten aber sämtliche Wasseruhren ablesen werde – notfalls durch einen dritten oder vierten Besuch. Im Ergebnis würde dadurch die Arbeit auf Seiten des Versorgers deutlich geringer und mein Taschengeld höher ausfallen. »Win-win at its best« sozusagen.

Hoch gepokert und gewonnen: Man ging auf mein Angebot ein und ich schaffte tatsächlich die versprochene Quote. Auch wenn meine Forderung damals absolut ungewöhnlich, vielleicht fast schon unverschämt war (es gab ja auch viele weitere Jugendliche, die man hätte ansprechen können) so ging man auf meinen Vorschlag ein, da ich den Mehrwert für mein Gegenüber darlegen konnte.

Wer teurer ist, muss in der Lage sein, dies argumentativ zu erläutern und dem Verhandlungspartner seinen Mehrwert darzustellen. Das kann der persönliche Ansprechpartner, der 24/7 Service oder etwas anderes sein, was Sie sich im Rahmen der Vorbereitung Ihrer Verhandlung überlegt haben. Ihr Verhandlungspartner möchte verstehen, »warum« eine Leistung oder ein Produkt den Preis kostet, den Sie aufrufen. Und um beim Thema Wasser zu bleiben: Warum ist wohl das eine Mineralwasser teuer als das andere? Vermeintlicher oder echter Mehrwert. Sie müssen es nur verkaufen! ♦



»Erfolgreich verhandeln«
von **Jörg Kupjetz**
168 Seiten
Erschienen: Februar 2025
GABAL Verlag
ISBN: 978-3-96739-236-4



MEHR LEBEN, WENIGER ARBEIT

Das skandinavische Prinzip

AUSZUG AUS DEM BUCH »HYGGE @ WORK« VON MEIK WIKING



Wenn ich mit Leuten rede, die aus dem Vereinigten Königreich oder den Vereinigten Staaten nach Dänemark gezogen sind, betonen sie oft den Unterschied, wenn es um die Work-Life-Balance geht. Diese Veränderung wurde vermutlich am besten von Cathy Strongman 2012 im Guardian beschrieben, als sie mit ihrer Familie in Kopenhagen lebte.

Unsere Lebensqualität ist nach oben geschossen und unsere bisher ungebrochene Loyalität gegenüber unserer Heimat London wurde ersetzt durch einen fast peinlichen Enthusiasmus für alles »Dänische«. Der größte Unterschied war die Veränderung der Work-Life-Balance. Wo wir früher vielleicht um 9 Uhr zu Abend gegessen hatten, wenn Duncan endlich aus der Arbeit kam, lässt er heute um 5 Uhr den Schreibtisch hinter sich. Wer länger als bis halb 6 arbeitet, fühlt sich verlassen wie in einem Leichenschauhaus. Arbeite am Wochenende und die Dänen halten dich für verrückt. Die Idee dabei ist, dass Familien am Ende des Tages Zeit zum Spielen und gemeinsamen Essen haben sollten, und das jeden Tag. Und es funktioniert. Die meisten Abende badet Duncan unsere 14 Monate alte Tochter, Liv, und bringt sie ins Bett. Sie sind beste Freunde, statt Fremde, die sich am Wochenende wieder miteinander bekanntmachen müssen.

Ich habe sie online ausfindig gemacht. Heute besitzt und leitet Cathy ein Pilates-Studio in Stavanger in Norwegen. Der Beruf ihres Ehemanns hat sie von Kopenhagen nach Houston gebracht und dann wieder zurück nach Skandinavien. Liv ist heute zwölf und hat drei Geschwister. Wir unterhalten uns über die Unterschiede bei der Work-Life-Balance in Skandinavien, verglichen mit dem Vereinigten Königreich und den Vereinigten Staaten.

»In Skandinavien scheint es mehr Respekt für das Privatleben und die Zeit der Menschen zu geben«, sagt sie. »Und man kann seine Arbeitszeit selbst einteilen. In London verließ ich das Büro vielleicht um 19:30 Uhr und Duncan arbeitete manchmal bis 22:30 Uhr, aber hier ist die Arbeit verdichteter. Man arbeitet hier nicht weniger, sondern die Arbeit ist komprimierter. Es gibt eher die Einstellung, ›das liegt in deiner Verantwortung und du teilst dir die Zeit dafür selbst ein«. Man erledigt die Arbeit – vor 5 Uhr – und wenn nicht, verlässt man den Arbeitsplatz, geht nach Hause, isst zu Abend und arbeitet vielleicht etwas später am Abend noch.«

»Wenn man in Norwegen in einem Meeting ist und man erhält einen Anruf aus dem

»Arbeite am Wochenende und die Dänen halten dich für verrückt.«

– Meik Wiking

barnehage [dt.: Kindergarten], weil man sein Kind abholen muss, dann geht man und holt sein Kind ab. Wenn man in London ist und einen Anruf des Kindergartens erhält – dann verfällt man in Panik.« Sie sieht, dass die Arbeit sich in die Freizeit der Menschen drängt: Menschen im Urlaub, die am Strand Arbeitsgespräche am Telefon führen; Leute, die Hochzeitspartys verlassen, weil sie in der Arbeit gebraucht werden. »Das würde hier nie passieren«, sagt sie.

Sie glaubt außerdem, dass Menschen in den Vereinigten Staaten und im Vereinigten Königreich ängstlicher sind. Die Arbeit dominiert, weil sie Angst haben, ihren Job zu verlieren. In Skandinavien ist man eher bereit, Risiken einzugehen, weil das Schlimmste, was passieren kann, gar nicht so schlimm ist. Wenn man den Job verliert, endet man nicht auf der Straße. Sie sind vielleicht nicht perfekt, aber die sozialen Sicherungssysteme in den nordischen Ländern fangen eine Menge der Leute auf, bevor sie abstürzen.

Deswegen sollte uns allen die Arbeitslosenversicherung wichtig sein und

deswegen sollten wir eine Gesellschaft danach bewerten, wie sie ihre verletzlichsten Mitglieder behandelt. Weil die Angst davor, gefeuert zu werden, dafür sorgt, dass Brad, Belinda, Roger und Alice bis 8 Uhr im Büro bleiben, wirkt man selbst faul, wenn man um 7 Uhr geht, auch wenn man all seine Arbeit bis 5 Uhr erledigt hat.

Vielleicht ziehen sie wieder nach Kopenhagen, wenn die Kinder älter sind – aber im Moment ist es schwierig, einen anderen Ort zu finden, der ihnen eine noch bessere Lebensqualität bieten könnte. Cathy liebt es, Pilates zu unterrichten. Duncans Vorgesetzte ist eine ihrer Klientinnen, die jede Woche in den Kurs kommt: eine wichtige Auszeit von der Arbeit, um sich um ihre Gesundheit zu kümmern.

Cathys Geschichte ist nur ein Datenpunkt, aber sie ist ein Spiegelbild dessen, was wir auch in größeren Datenmengen sehen. Zum Beispiel hat der European Social Survey, eine akademische Umfrage über Ländergrenzen hinweg, die in Europa seit 2001 durchgeführt wird und Datensätze aus 38 Ländern beinhaltet, ▶



»Viel Zeit wird in Meetings verschwendet. Agenden werden vergessen, Themen fallen unter den Tisch und Leute lassen sich ablenken.«

– Richard Branson

gezeigt, dass eine der größten Bedrohungen für unser Glück die Arbeit ist, die sich in unsere Freizeit drängt.

Wenn Sie nach der Arbeit zu erschöpft sind, um etwas zu genießen; wenn Sie sich Sorgen über die Probleme in der Arbeit machen, während Sie nicht arbeiten; wenn Ihr Job dafür sorgt, dass Sie keine Zeit für die Familie oder Freunde haben, dann wird Ihr Glück gleich an mehreren Fronten untergraben. Es untergräbt Ihre Zufriedenheit in der Arbeit, Ihre Zufriedenheit mit dem Leben, wie glücklich Sie sich insgesamt fühlen und welche Emotionen Sie im Alltag durchleben. Es ist also interessant zu sehen, was passiert, wenn Unternehmen mit einer 4-Tage-Woche experimentieren.

Lektionen aus der 4-Tage-Woche

Forscher der Universitäten in Cambridge und Boston haben kürzlich das vielleicht größte Experiment zur 4-Tage-Woche

durchgeführt, das im Vereinigten Königreich stattfand. Es nahmen 61 Unternehmen teil und 2900 Individuen, die ein halbes Jahr lang vier Tage pro Woche arbeiteten.

Der Versuch war ein durchschlagender Erfolg: weniger Stress (etwa 39 Prozent) und Burn-out (71 Prozent) unter den Angestellten, weniger Kündigungen und Neuanstellungen (57 Prozent), weniger Krankheitstage (65 Prozent) und etwas höhere Umsätze (1,4 Prozent). Im Grunde alles positiv, oder?

Aber die Studie hat einige Verzerrungen. Die 61 Unternehmen, die teilnahmen, hatten sich alle freiwillig gemeldet. Das beeinflusst offensichtlich die Ergebnisse – nur Unternehmen, die bereits erkannt haben, dass eine 4-Tage-Woche für ihr Unternehmen machbar ist, würden sich dafür freiwillig melden, und sie hatten wahrscheinlich bereits darüber nachgedacht, wie man

das umsetzen könnte. Das erklärt vielleicht auch, wieso von den 61 Unternehmen, die teilnahmen, 56 Unternehmen – oder 92 Prozent – die 4-Tage-Woche beibehielten, wobei zwei von ihnen mit anderen Formen einer kürzeren Arbeitswoche experimentierten und nur drei wieder zur 5-Tage-Woche zurückkehrten.

Wie man fünf Tage Arbeit in vier Tagen erledigt

Um das zu ermöglichen, mussten die Unternehmen einen Weg finden, ihre Produktivität zu steigern, was im Grunde darauf hinausläuft, weniger E-Mails zu verschicken (oder an weniger Personen welche zu verschicken), andere weniger bei der Arbeit zu stören und Meetings zu streichen. Oder wie Richard Branson, der Gründer der Virgin Group, angeblich gesagt hat: »Viel Zeit wird in Meetings verschwendet. Agenden werden vergessen, Themen fallen unter den Tisch und



Leute lassen sich ablenken. Zwar gibt es Umstände, die Workshops und umfangreichere Präsentationen erfordern, aber es ist sehr selten, dass ein Meeting über ein bestimmtes Thema länger als fünf bis zehn Minuten dauern sollte.«

Dieser Test bot einige Lektionen, aus denen wir alle lernen können, um mehr in weniger Zeit zu erledigen, egal, wie viele Tage pro Woche wir arbeiten.

Und natürlich gibt es keinen allgemeingültigen Ansatz für die 4-Tage-Woche. Branchen, Unternehmen, Strukturen und Kulturen sind verschieden. Wir müssen uns verschiedene Modelle ansehen. Bei einem gestaffelten Modell können die Angestellten ihre freien Tage an unterschiedlichen Tagen nehmen, um ein Montag-bis-Freitag-Modell aufrechtzuerhalten, während ein dezentralisiertes Modell verschiedene Abteilungen nach unterschiedlichen Zeitmodellen arbeiten lässt, abhängig von ihren Bedürfnissen, und ein annualisiertes Modell, bei dem der jährliche Durchschnitt eines Angestellten 32 Stunden pro Woche betragen soll, aber kein bestimmter Tag als freier Tag festgelegt wird.

Aber was, wenn Ihr Unternehmen nicht mit der 4-Tage-Woche liebäugelt – und nach Skandinavien zu ziehen keine Option für Sie ist (vielleicht haben Sie einen dieser Skandinavienkrimis gesehen und glauben, die Mordrate dort sei ziemlich hoch)? Nun, es gibt dennoch eine Menge Möglichkeiten, wie Unternehmen der Work-Life-Balance auf die Sprünge helfen können. Vielleicht kann einer der folgenden Vorschläge an Ihrem Arbeitsplatz umgesetzt werden und Sie könnten einige davon Ihrem Vorgesetzten vorschlagen.

Fünf Möglichkeiten, wie Unternehmen die Work-Life-Balance verbessern können

1. Nutzen Sie, was übrig geblieben ist. Ein Unternehmen, mit dem das Happiness Research Institute zusammengearbeitet hat, gibt den Angestellten eingepacktes Essen mit nach Hause, das vom Mittagessen übrig geblieben ist, sodass die Angestellten kein Abendessen machen müssen, wenn sie nach Hause kommen, und gleichzeitig das Unternehmen die Menge an weggeschmissenen Lebensmitteln reduziert – eine Win-win-Situation!

2. Bieten Sie flexible Arbeitsbedingungen. Flexible Stunden, Homeoffice oder Jobsharing gestatten es den Angestellten, Arbeit und private Verpflichtungen besser in Einklang zu bringen.

3. Kinderbetreuung anbieten. Bieten Sie vor Ort Kinderbetreuung oder

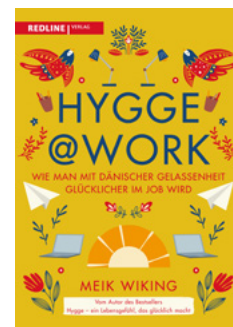
»Hygge @ Work« von Meik Wiking

244 Seiten

Erschienen: November 2024

Redline Verlag

ISBN: 978-3-86881-982-3



bezuschussen Sie jemanden von außerhalb, der sich darum kümmert, damit arbeitende Eltern ihren Verpflichtungen bei der Kinderbetreuung nachkommen können.

4. Schaffen Sie Richtlinien für die Kommunikation. Zum Beispiel hat das Unternehmen TaskUs eine Richtlinie, die »No Chat Weekends« heißt und die Angestellten davon abhalten soll, am

Wochenende E-Mails mit Arbeitsbezug und Chat-Nachrichten zu verschicken.

5. Implementieren Sie einen kulturellen Wandel, der vom Management angeführt wird. Wenn Manager früh den Arbeitsplatz verlassen, Elternzeit nehmen und keine E-Mails am Wochenende verschicken, werden die Angestellten mit größerer Wahrscheinlichkeit dem Beispiel folgen. ♦



»Implementieren Sie einen kulturellen Wandel, der vom Management angeführt wird.«

– Meik Wiking

Future Self!

Du hörst auf, etwas zu werden und beginnst, jemand zu sein.

EIN GASTBEITRAG VON CHIARA HARTMANN



Es gibt diesen Moment, in dem du aufwachst und weißt: Du willst etwas aufbauen. Du willst raus aus dem Alten, rein ins Neue. Du startest mit Energie, vielleicht mit einem Businessplan, ein paar Ideen, Visionen. Aber irgendwo auf dem Weg beginnt es zu bröckeln. Nicht laut. Nicht offensichtlich. Sondern subtil. Die Resonanz bleibt aus. Die Anfragen stocken. Du fängst an, dich zu fragen: Liegt es an mir?

Willkommen in der Lücke zwischen deinem Jetzt und deinem Future-Self

Wer heute beginnt, muss mehr sein als nur motiviert. Du brauchst ein inneres Bild, das stärker ist als dein Zweifel. Ein Selbst, das dir vorausgeht, dich zieht, dich erinnert, wer du werden willst. Kein Marketing-Mantra, kein Coaching-Slang, sondern psychologische Realität. Denn Menschen folgen dir nicht wegen deiner To-Dos. Sie folgen deiner Haltung.

Wer du morgen bist, entscheidest, wie du heute auftrittst

Nicht die Zahlen, nicht dein Feed, nicht die Likes. Sondern wie du dich in der Welt positionierst, lange bevor dein Umsatz es tut, ist entscheidend.

Die meisten Gründer scheitern nicht an der Idee. Sie scheitern an der fehlenden Identität. An einem inneren Bild, das nicht trägt. Sie versuchen, Erfolge zu produzieren, ohne vorher zu verkörpern, wer sie dafür sein müssen. Sie zweifeln an sich, weil sie noch keine Ergebnisse sehen und vergessen, dass Ergebnisse nie der Anfang sind, sondern die Konsequenz eines Selbstverständnisses, das andere spüren.

Denn Erfolg entsteht nicht aus Aktion. Er entsteht aus Ausstrahlung und das Bewusstsein, warum du relevant bist.

Du brauchst kein neues Tool, du brauchst Klarheit. Kein kurzfristiges Coaching-Programm, sondern die Entscheidung, heute so zu handeln, als wärest du längst dort. Nicht, um etwas vorzutäuschen, sondern um das Signal zu senden, das andere abholt, noch bevor du sprichst.

»Denn echte Positionierung beginnt nicht mit Reichweite, sondern mit Reife.«

– Chiara Hartmann

»Denn Erfolg entsteht nicht aus Aktion. Er entsteht aus Ausstrahlung und das Bewusstsein, warum du relevant bist.«

– Chiara Hartmann

Du ziehst keine Kunden an, wenn du dich selbst nicht siehst. Du überzeugst keine Investoren, wenn du dich selbst kleinredest. Und du wirst kein Team führen, wenn du dich selbst nicht führen kannst, sei es in Gedanken, in Entscheidungen, in Präsenz.

Das Future Self ist kein Ideal. Es ist dein Anker in der Zeit. Es ist das Zeichen, das dir visuell oder gedanklich zeigt, es wird dir gelingen. Dieser Glaube trägt dich. Es ist genau dein Gegenmittel gegen Verzettelung, gegen zu viel Aktionismus, gegen die leise Stimme, die fragt: »Bist du gut genug?« Es ist deine Erlaubnis, dich jetzt schon als der Mensch zu verhalten, der du in einem Jahr sein willst. Nicht, weil du es musst, sondern weil du es kannst.

Der entscheidende Shift

Was passiert, ist kein Wunder. Es ist Wirkung. Du ziehst andere Menschen an, stärkere Gespräche, klarere Aufträge. Nicht, weil du mehr weißt, sondern weil du mehr wirkst. Nicht, weil du besser performst, sondern weil du besser führst.

Nicht nur dein Business, sondern dich selbst. Dafür musst du dir bewusst werden: »Wer bin ich heute? Wen will ich erreichen – nicht überzeugen müssen? Warum muss ich etwas beweisen, was ich schon in mir als Potenzial habe?«

Viele haben das Wissen allerdings nicht und da ist der kleine Haken, der dafür sorgt, dass du etwas zeigst, was dir nicht entspricht, du es aber glaubst.

Wer kein Future Self hat, kann sich nicht ausrichten. Wer keins zeigt, wird nicht erkannt. Und wer nicht bereit ist, sich zu verkörpern, bevor andere es bestätigen, wird in der Masse der Austauschbaren untergehen.

Doch wer sich innerlich entscheidet und das auch lebt, wird zu dem, was andere suchen: glaubwürdig, klar, voraus.

Denn echte Positionierung beginnt nicht mit Reichweite, sondern mit Reife.

Reife entsteht, wenn du bereit bist, dich selbst zu lesen, bevor du andere beeindruckst. Sie wächst in den stillen Momenten, in denen du erkennst, warum du so handelst, wie du handelst.

Wenn dein Future Self ruft, wirst du leiser und zugleich klarer. Du beginnst zu begreifen: Sichtbarkeit ist keine Marketingstrategie, sondern Konsequenz. Menschen folgen nicht deinem Content, sondern deiner Identität.

Viele versuchen, das Außen zu optimieren, bevor das Innen bereit ist. Doch erst wenn deine Präsenz mit deinem Kern übereinstimmt, entsteht Wirkung ohne Anstrengung. Dann wird jedes Wort schwerer, jeder Blick deutlicher und jede Entscheidung messerscharf.

Die Märkte werden enger, die Stimmen lauter, aber du wirst tiefer. Und genau dort entscheidet sich, wer erinnert wird und wer verschwindet.

Denn am Ende gewinnt nicht der, der auffällt. Sondern der, der erkannt wird. Von anderen. Und zuerst: von sich selbst.

Du fragst dich, was dein nächster Schritt ist? Falsche Frage.

Frag dich: Wer bist du in einem Jahr und wie wirst du heute erkennbar? ♦

Die Autorin



Chiara Hartmann, »Die Profilerin«, begleitet Entscheider, die Verhalten präziser einschätzen und KI sowie Digital Humans sicher einsetzen wollen.

DOKU / REPORTAGE



Amazon Prime

Staffel 4: BERATER – Leben auf der Überholspur

Die Serie begleitet echte Berater in ihrer Berufs- und Lebenswirklichkeit. Alle Branchen sind vertreten: Immobilien, Finanzen, Marketing, Automobil, Fitness. Unterhaltung auf hohem Niveau, Spannung und Lernmomente zeichnen dieses Format aus.



Amazon Prime

Staffel 2: Wissen

Wie funktioniert unsere Wirtschaft? Von der Erfindung des Fließbands bis zu den modernen Tech-Giganten. In fünf Folgen geht es um Effizienz, Gold als Währung, Krisenmanager, neue Vertriebswege und seltene Rohstoffe. Ein Blick auf die wichtigsten Bausteine der modernen Wirtschaft.



Amazon Prime

Staffel 1: Deutschland, deine Unternehmer

Die Serie zeigt Gründer, die mit ihren Unternehmen den Alltag vieler Menschen beeinflussen haben. Die Serie gibt spannende Einblicke in die Anfänge und in die Unternehmerpersönlichkeiten der Protagonisten.

TALK



Do, 08.01.

Expertin: »Die Wissenslücke bei Edelmetallen ist erschreckend«

Heyla Akgül, Chief Sales Director von SWM und Gründerin von Heyla Edelmetalle, ist zu Gast im wirtschaft tv Talk. Im Gespräch mit Chefanchor Sascha Oliver Martin erklärt die Expertin, worauf es beim Edelmetall-Investment ankommt und ...

NEWS



Fr, 16.01.

Geopolitische Unsicherheiten: Bitcoin-Kurs steigt

Der Bitcoin profitiert weiter von der angespannten Lage im Iran und der Sorge vor geopolitischen Unsicherheiten in der Region am Persischen Golf. Eine stärkere Nachfrage nach der ältesten und bekanntesten Kryptowährung ließ den Kurs auf der ...



Di, 20.01.

Land rüstet sich gegen Stromausfälle und hybride Gefahren

Gegen Stromausfälle und sogenannte hybride Gefahren sieht Hessens Innen- und Heimatschutzminister Roman Poseck das Bundesland gut auf Krisenfälle vorbereitet. Ein wichtiger Baustein sei der im Jahr 2023 von der Landesregierung eingerichtete Sicherheits- und Resilienzrat, sagte er laut der ...

Di, 20.01.

Trotz Zollstreits: Chinas Außenhandel mit Rekordüberschuss

Chinas Außenhandel hat im vergangenen Jahr erneut einen Rekordüberschuss erreicht. Nach Daten des chinesischen Zolls stiegen die Exporte 2025 im Vergleich zum Vorjahr um 5,5 Prozent auf einen Gesamtwert von rund 3,8 Billionen US-Dollar (derzeit rund 3,26 Billionen Euro) an. Die Importe blieben ...



Mi, 07.01.

Experte: Finanzielle Bildung entscheidet früh

Viele Menschen wünschen sich finanzielle Stabilität, doch grundlegendes Finanzwissen kommt im Alltag – und vor allem in der Schule – oft zu kurz. Dr. Franz Hölzl, Vorstand von Auvesta Edelmetalle, ist zu Gast im wirtschaft tv Talk mit Chefanchor ...



Mo, 19.01.

Neuer Milliardenkredit der EU für Ukraine

Die Ukraine soll von der EU mit einem 90-Milliarden-Euro-Darlehen unterstützt werden. Wie ein von der EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen präsentierte Vorschlag vorsieht, soll das ukrainische Militär mit 60 Milliarden Euro unterstützt ...



Mi, 21.01.

Kälte und Gaspreis treiben Heizkosten nach oben

Verbraucher müssen sich auf höhere Heizkosten für das vergangene Jahr einstellen. Zu diesem Ergebnis kommen Berechnungen des Vergleichsportals Verivox sowie des Energiedienstleisters Techem, die der Deutschen Presse-Agentur vorab vorliegen ...

Do, 22.01.

Luxus-Warenhauskonzern meldet Insolvenz an

Der finanziell angeschlagene Luxus-Warenhauskonzern Saks Global hat in den USA Gläubigerschutz beantragt. Das Unternehmen meldete ein Restrukturierungsverfahren gemäß dem US-Insolvenzrecht an, wie es laut der Deutschen Presse-Agentur mitteilte ...

Nichts mehr verpassen!

Die aktuellsten Videos zu den Themen Wirtschaft, Unternehmen, Börse, Erfolg und Lifestyle jetzt wöchentlich als Übersicht.

Hier geht es zur Website:



Besuche uns auch auf unseren Social-Media-Kanälen



Moment
Mal!



Erfolg
Wikipedia wird 25:
Wie ein anarchisches
Experiment zur größten
Wissensinfrastruktur
der Welt wurde

Am 15. Januar 2001 ging die englische Wikipedia offiziell online. Niemand ahnte damals, dass aus einer improvisierten Textsammlung ein globales Wissensökosystem entstehen würde, das den Zugang zu Information grundlegend verändert. Ursprünglich sollte Wikipedia nur ein Nebenprodukt des deutlich strengeren Vorgängerprojekts »Nupedia« sein – einem Portal, bei dem Experten Artikel peer-reviewen mussten. Die Arbeit ging schleppend voran, die Plattform wirkte schwerfällig.

Wikipedia entstand als radikaler Gegenentwurf: offen, spontan, unkontrolliert. Jeder konnte schreiben, jeder konnte löschen. Kaum jemand hielt das Modell für stabil – geschweige denn für zukunftsfähig. Vom digitalen Experiment zur globalen Wissensinfrastruktur ...

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

Bild: Depositphotos / monticello



Das Geheimnis moderner Führung

von Christine Steinleitner
288 Seiten, erschienen: Oktober 2025
Wiley-VCH, ISBN: 978-3-527-51221-8

Christine Steinleitner zeigt in ihrem Buch, wie Führungskräften gesunde Beziehungen zu ihren Mitarbeitenden, Kollegen und auch zu sich selbst gelingen. Sie erläutert, was eine moderne Führungskraft von heute ausmacht und was für Beziehungskompetenzen sie wirklich braucht, um erfolgreich zu sein.

Meetings produktiv gestalten

von Hubertus Kuhnt
168 Seiten, erschienen: August 2024
GABAL Verlag, ISBN: 978-3-967-39188-6

Was ist die richtige Dauer eines Meetings? Der Meeting-Enthusiast Hubertus Kuhnt lässt keine Fragen unbeantwortet und macht deutlich, dass Meetings kein Studiengang, sondern ein Handwerk sind, das jeder erlernen kann. Viele motivierende Checklisten und hilfreiche Videos unterstützen dabei, das Gelesene direkt in der Praxis umzusetzen.



Redest du noch, oder überzeugst du schon?

von Wladislaw Jachtchenko
214 Seiten, erschienen: Mai 2022
Remote Verlag, ISBN: 979-1-955-65544-6



Es gibt hilfreiche Kniffe, mit denen man vom nervösen Anfänger zum eloquenten Fortgeschrittenen wird. Keynote Speaker und SPIEGEL-Bestsellerautor Wladislaw Jachtchenko muss es wissen, im Alter von 19 Jahren begann er seinen Werdegang als Rhetoriker. Die Theorie mit der Praxis verbindend teilt er wertvolle Erfahrungen und Tipps.

Setze deinen Fokus!

von Michael Hyatt
280 Seiten, erschienen: September 2021
Unimedica, ISBN: 978-3-962-57239-6

Wer kennt das nicht: Wir versuchen jede Stunde optimal zu nutzen – doch die Zeit reicht nie aus. Viele haben eine 70-Stunden-Woche und immer weniger Freiraum zum Abschalten, für die Familie und Freunde, für das Leben selbst. Der erfolgreiche New York Times-Bestseller-Autor Michael Hyatt rät: Lernen Sie, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren!



Storytelling für Unternehmen

von Miriam Rupp
288 Seiten, erschienen: Mai 2022
mitp-Verlag, ISBN: 978-3-747-50559-5



Storytelling ist für Marketingabteilungen ein wesentliches Fundament in der Kundenkommunikation über alte und neue Kanäle wie PR, Content Marketing und Social Media. Anhand konkreter Beispiele erfahren Sie in diesem Buch von Miriam Rupp, wie Storytelling erfolgreich im Marketing und in der Unternehmensführung eingesetzt werden kann.

Cover: Wiley-VCH, GABAL Verlag, Remote Verlag, Unimedica, mitp-Verlag

Jetzt bei
amazon
prime video
streamen!

w *wirtschaft tv*
wissen

Die Doku-Reihe rund um
das Thema Wirtschaft

EINE PRODUKTION VON WIRTSCHAFT TV

PRODUZENT JULIEN BACKHAUS, REDAKTION MORITZ NEUBRONNER, KAMERA UND TON MATHIAS BINDER,
SCHNITT UND POSTPRODUKTION MORITZ NEUBRONNER, SPRECHER SASCHA OLIVER MARTIN