

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 89

ALI MAHLODJI

Das Ende der **Generationen** ist der Beginn der Potenziale

MARTINA MUTTKE

Ihr **Gehirn** führt – ob Sie wollen oder nicht

PROF. DR. JÖRG KUPJETZ

Sind Sie ein **Prepper**?



MARTIN LIMBECK

Kein Bullshit:
Warum dein Unternehmen erst dann wächst, wenn du radikal aussortierst

Der blinde Fleck des Wachstums

Gertrude Paur über den Verlust strategischer Klarheit

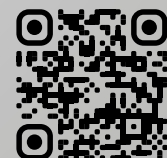


ERFOLG wird bei uns großgeschrieben. **Umwelt** aber auch: Das **ePaper**

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,
Stefanie Klief

redaktion@backhausverlag.de

Layout und Gestaltung

Objektleitung
Judith Iben

Grafik:

Christina Meyer,
Judith Iben,
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

Das Mindset macht's möglich:

Warum Wachstum Umdenken braucht

Ein höherer Umsatz, eine größere Reichweite und mehr Mitarbeiter: Von außen wirkt unternehmerisches Wachstum oft wie eine lineare Erfolgsgeschichte. Und doch bilden sich im Zuge der Skalierung zunehmend komplexe Strukturen heraus, die über die weitere wirtschaftliche Entwicklung entscheiden können. Welche Herausforderungen diese Phase des Umbruchs mit sich bringt, weiß Gertrude Paur nur allzu gut. Als Sparringspartnerin und Expertin für zukunftsorientierte Führungsarbeit begleitet sie Unternehmen in ihren Wachstumsprozessen. Im Cover-Interview beschreibt sie, welche Fähigkeiten und Eigenschaften notwendig sind, um alte Glaubenssätze zu durchbrechen und sich in neue Rollen einfinden zu können.

Auch die Healthcare-Führungskraft Martina Muttker beschäftigt sich mit Denkmustern – diesmal aus neurobiologischer Sicht. Weshalb gerade dieser Blickwinkel unser Verständnis von Führungsstilen grundlegend verändern könnte, zeigt sie in ihrem Gastbeitrag. In der Praxis offenbart sich erfolgversprechendes Handeln vor allem

darin, dass man aufhört, das Falsche zu tun. So sieht es jedenfalls Martin Limbeck. In seinem aktuellen Beitrag schildert der erfahrene Unternehmer, warum es den Fokus auf das Wesentliche braucht, um eine nachhaltige Wirkung zu erzielen. Führung bedeutet, Orientierung zu bieten – gerade in turbulenten Zeiten. Wie das gelingen kann, damit hat sich der international bekannte Unternehmer Ali Mahlodji in einem Auszug seines kürzlich erschienenen Buches beschäftigt. In diesem erläutert er, wieso der Blick in die eigene Vergangenheit oft der Schlüssel zum zukünftigen Erfolg ist. Doch so wichtig Selbstreflexion ist, so entscheidend ist auch Antizipation: Eine gründliche Vorbereitung kann somit den unternehmerischen Alltag und insbesondere Verhandlungsprozesse deutlich vereinfachen, meint der Vertragsexperte Prof. Dr. Jörg Kupjetz. Was Verantwortliche von Preppern lernen können, erfahren Sie in dieser Ausgabe.

Viel Vergnügen beim Lesen wünscht
Anna Seifert
Redakteurin



Der blinde Fleck des Wachstums

Gertrude Paur über den Verlust strategischer Klarheit

Der Übergang von der Gründungsphase in ein wachsendes Unternehmen bringt für viele Unternehmerinnen und Unternehmer einen tiefen Rollenwechsel mit sich. Aus der unmittelbaren Nähe zu Produkt, Markt und Kundschaft wird zunehmend operative Komplexität – und der strategische Überblick gerät leicht in den Hintergrund. Gertrude Paur, Expertin für zukunftsorientierte Führungsarbeit und für 21st Century Skills, spricht im Interview darüber, wie sich dieser Kipppunkt erkennen lässt, warum er so häufig unterschätzt wird und was hilft, den Blick für das große Ganze zu bewahren.

Frau Paur, viele Gründerinnen und Gründer starten mit einer klaren Vision und finden sich später stark im Tagesgeschäft gebunden. Woran erkennen Sie, dass dieser Punkt erreicht ist?

Es zeigt sich am deutlichsten in fehlenden Entscheidungen. In der frühen Phase sind Geschäftsführungen nah an Strategie, Produkt und Kundinnen und Kunden. Mit Wachstum wird es kritisch, wenn sich die Führungsrolle nicht mitentwickelt. Drei Indikatoren zeigen das zuverlässig.

Erstens bleiben Entscheidungen liegen, weil es keinen geschützten Raum für strategische Klärung gibt. Das Operative verdrängt Strategisches, Themen werden verschoben und ziehen sich über Wochen oder Monate.

Zweitens entsteht in mehrstufigen Organisationen ein Rückstau, weil Führungskräfte Entscheidungen nach oben delegieren. Ursache ist oft fehlende strategische Orientierung.

Drittens zeigt sich das in der Selbstwahrnehmung der Geschäftsführung: Begriffe wie Feuerlöschen, Krisenmanagement oder Abarbeiten dominieren, Zeit für Strategie fehlt über Wochen.

Ergänzend zur Harvard-Business-School-Studie von Porter und Nohria entfallen rund 36 Prozent der CEO-Zeit auf reaktive Aufgaben. Viele bereuen rückblickend vor allem, ihr Führungsteam nicht konsequent genug nach Kompetenzen aufgebaut zu haben.

Bei Gründerinnen und Gründern zeigt sich dasselbe Muster: Frühes Delegieren

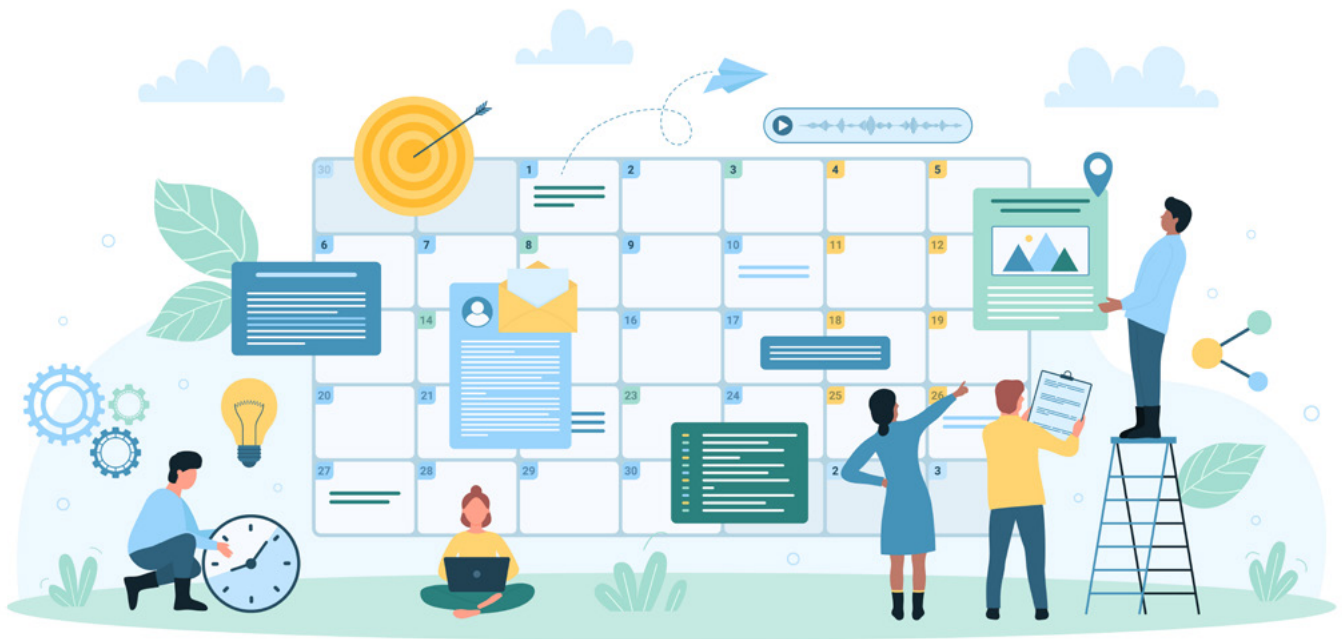
und ein starkes zweites Level sichern den strategischen Fokus – wer das verzögert, wird vom eigenen Unternehmen eingeholt.

Was sind aus Ihrer Erfahrung die häufigsten Ursachen dafür, dass Unternehmerinnen und Unternehmer den Blick für das große Ganze verlieren?

Die offensichtliche Antwort wäre: zu viel Arbeit, zu wenig Zeit. Meine ehrlichere Antwort darauf ist: fehlendes System.

Die erste Ursache ist systembedingt: Viele Unternehmen wachsen schneller, als ihre Strukturen mithalten können. Was bei 50 Mitarbeitenden funktioniert ▶





»Die meisten Unternehmerinnen und Unternehmer haben den Blick für das Große nicht bewusst aufgegeben, sondern schrittweise verloren [...].«

– Gertrude Paur

– kurze Wege, schnelle Entscheidungen, die Geschäftsführung als zentrale Anlaufstelle – wird bei 80 oder 120 zum Engpass. Die Geschäftsführung sitzt dann in einem selbst geknüpften Netz operativer Abhängigkeiten.

Die zweite Ursache ist identitätsbezogen: Gründerinnen und Gründer definieren sich über Gestaltung, Produkt- und Kundennähe und das eigene Machen. Genau das hat sie erfolgreich gemacht. Der Übergang in eine neue Rolle, in der Wirksamkeit über Struktur, Delegation und strategische Leitplanken entsteht, ist ein klarer Rollenwechsel – und der fühlt sich oft wie Kontrollverlust an.

Die dritte Ursache sind fehlende Sparing-Strukturen: Im Mittelstand gibt es selten ein institutionalisiertes Gegenüber für die Geschäftsführung – keinen Advisory Board, keine regelmäßige strategische Reflexion mit externem Blick. Strategische Fragen bleiben so oft im Kopf statt auf dem Tisch und werden von operativer Dringlichkeit überlagert.

Die meisten Unternehmerinnen und Unternehmer haben den Blick für das Große nicht bewusst aufgegeben, sondern schrittweise verloren – durch tägliche Priorisierungen zugunsten des Dringenden.

Gibt es typische Denk- oder Verhaltensmuster, die dazu führen, dass man sich immer tiefer im Alltagsgeschäft verstrickt?

Ja, und die meisten davon sind keine Schwächen, sondern Stärken, die aus ihrer ursprünglichen Funktion herausgewachsen sind.

Ein erstes Muster: »Ich mache es schneller selbst.« In der Gründungsphase war das ein Überlebensvorteil, in größeren Organisationen blockiert es Entwicklung. Aufgaben bleiben bei der Geschäftsführung, obwohl sie längst delegiert sein müssten – aus Gewohnheit, nicht aus Misstrauen. Das sendet ein problematisches Signal: Eigeninitiative ist nicht nötig.

Ein zweites Muster ist operative Exzellenz als Identitätsanker. Die Detailtiefe in Kundenbeziehungen, Projekten und Zahlen war einmal ein Vorteil, wird aber zur Falle, wenn sie strategisches Denken verdrängt. Wer den Tag im Operativen beginnt, verliert oft den Raum für die Frage, ob das Geschäftsmodell in drei Jahren noch trägt.

Ein drittes Muster ist die Vermeidung strategischer Entscheidungen durch operative Dauerbeschäftigung. Strategie erfordert Arbeiten mit Unsicherheit und langfristiger Verantwortung, während das Tagesgeschäft klare, schnelle Belohnung bietet – und damit eine wirksame Ablenkung ist.

Diese Muster lassen sich sichtbar machen. In meiner Arbeit nutze ich Visualisierungsmethoden, um Entscheidungslandschaften und Abhängigkeiten abzubilden. Wenn Führungskräfte erstmals sehen, wie viel Verantwortung bei wenigen Personen konzentriert ist, ist das oft der Moment, in dem sich etwas verändert.

Welche konkreten Schritte empfehlen Sie, um wieder mehr Raum für übergeordnete Themen und langfristige Ausrichtung zu schaffen?

Drei Hebel, in dieser Reihenfolge:

Der erste Hebel: Sichtbarkeit herstellen. Vor jeder Veränderung braucht es ein realistisches Bild der Ist-Situation. Eine Woche lang wird dokumentiert, wofür die eigene Zeit tatsächlich verwendet wird – nicht geschätzt, sondern protokolliert. Die Differenz zwischen Selbstbild und Realität ist oft erheblich. Die Harvard-Studie von Porter und Nohria zeigt zudem, dass CEOs im Schnitt 72 Prozent ihrer Zeit in Meetings verbringen, häufig ohne klare Trennung zwischen Strategie und Operativem. Ziel ist Transparenz über die eigene Zeit.

Der zweite Hebel: strategische Blöcke fest im Kalender verankern. Nicht »wenn Zeit ist«, sondern als fixer Bestandteil der Woche – idealerweise 90 Minuten ausschließlich für Strategie, ohne E-Mails, Operatives oder Unterbrechungen. Das ist kein Luxus, sondern Voraussetzung für klare Unternehmensrichtung.

Der dritte Hebel: Entscheidungslast bewusst reduzieren. Die Verantwortung bleibt, aber klare Leitplanken für das Führungsteam definieren, etwa für Budget, Personal oder Kundenentscheidungen. Das reduziert

»Unternehmerinnen und Unternehmer, die unter Druck gut entscheiden, haben meist vorher Klarheit über Prioritäten, Nicht-Prioritäten und die Richtung des Unternehmens geschaffen.«

– Gertrude Paur

Rückstau an der Spitze und erhöht die Wirksamkeit der Geschäftsführung.

Unterstützend wirkt ein zeitlich begrenztes Sparring, in dem Entscheidungsstrukturen geschärft und strategische Prioritäten verankert werden. Erfahrungsgemäß reichen sechs Monate, um die Grundlage für stabile strategische Steuerung zu legen.

Viele Entscheidungen müssen unter hohem Zeitdruck getroffen werden. Wie gelingt es, dabei dennoch konsistente und nachhaltige Weichenstellungen vorzunehmen?

Die Qualität einer Entscheidung unter Druck hängt von der Klarheit der Strategie ab, nicht von der Geschwindigkeit. Unternehmerinnen und Unternehmer, die unter Druck gut entscheiden, haben meist vorher Klarheit über Prioritäten, Nicht-Prioritäten und die Richtung des Unternehmens geschaffen. Dieses Richtungsbild wirkt als Filter: Bei dringenden Entscheidungen reicht die Frage, ob etwas auf die Strategie einzahlt oder nicht.

Fehlt diese Klarheit, wird jede Entscheidung zum Grundsatzfall. Ohne Leitplanken werden sie situativ getroffen – abhängig von Stimmung, Druck oder Lautstärke im Raum. Das führt zu Inkonsistenz, die intern und extern spürbar wird. Ein Werkzeug in meiner Arbeit ist die Visualisierung von Entscheidungen: Optionen, Konsequenzen und Abhängigkeiten werden sichtbar gemacht. Das schafft Struktur und erhöht die Entscheidungsqualität. Wer eine Entscheidung visuell durchdrungen hat, entscheidet schneller und belastbarer.

Das DDI Global Leadership Forecast 2025 benennt »Strategieentwicklung« und »Veränderungsmanagement« als zentrale Kompetenzlücken. Entscheidungskompetenz ist dabei kein Talent, sondern ein trainierbares Handwerk.

Aus Ihrer Arbeit mit Führungspersönlichkeiten: Was unterscheidet diejenigen, die sich bewusst Freiräume für die Weiterentwicklung ihres Unternehmens schaffen, von denen, die dauerhaft im Tagesgeschäft gefangen bleiben?

Ganz klar bewusst Freiräume für die Weiterentwicklung des Unternehmens

schaffen. Diese Freiräume brauchen drei Voraussetzungen:

1. Rollenklarheit: Wer strategische Freiräume schafft, weiß, wo die eigene Wirksamkeit liegt und welche Aufgaben delegiert werden können. Diese Klarheit muss regelmäßig überprüft werden.

2. Konsequenz in der Struktur: Zeit für Strategiearbeit im Kalender darf nicht beim ersten operativen

Impuls gestrichen werden. Sie muss wie ein fester Kundentermin behandelt werden: nicht verhandelbar.

3. Ein externes Gegenüber: Die Geschäftsführung im Mittelstand ist oft eine einsame Rolle. Ein Beirat, Netzwerk oder strukturiertes Sparring hilft, strategische Gedanken zu schärfen – im Gespräch wird aus Unklarheit schnell Klarheit.

Auffällig ist, dass es selten an Kompetenz fehlt, sondern an Umsetzung. Viele wissen, dass sie anders führen müssten, der entscheidende Schritt bleibt aus.

Ein Beispiel: Ein Geschäftsführer im produzierenden Mittelstand hielt eine Standortentscheidung über ein Jahr offen. Nach visueller Aufbereitung der Entscheidungslandschaft und wenigen Sparring-Sitzungen war sie klar, kommuniziert und umgesetzt. Führung beginnt mit Umsetzung, Strategie und Fokus. ♦ (L)



Gertrude Paur ist Expertin für zukunftsorientierte Führungsarbeit und für 21st Century Skills. Als Sparringspartnerin unterstützt sie Unternehmen dabei, Führung und Digitalisierung zu meistern.

»Menschen mit negativem Mindset, ohne Verbindlichkeit oder ohne echten Beitrag kosten Energie – oft schleichend, doch mit massiver Wirkung.«
– Martin Limbeck



Kein Bullshit:

Warum dein Unternehmen erst dann wächst, wenn du radikal aussortierst

EIN GASTBEITRAG VON MARTIN LIMBECK

Es gibt eine unbequeme Wahrheit im Unternehmertum, die viele kennen, jedoch nur wenige konsequent umsetzen: Erfolg entsteht nicht dadurch, dass du immer mehr machst. Erfolg entsteht dadurch, dass du endlich aufhörst, das Falsche zu machen. Genau hier liegt der Denkfehler der meisten Unternehmer. Sie versuchen, durch mehr Einsatz, mehr Projekte und mehr Aktivität voranzukommen – und wundern sich dann, warum trotz voller Tage kein echter Fortschritt entsteht. Ich verrate euch, woran das liegt: Wer sich verzettelt, arbeitet zwar viel, jedoch am falschen Ende. Und genau das kostet dich Wachstum, Energie und Geld.

Nutze deine Zeit klug!

Ich sage dir, wie es ist: Jede Ressource, die dir zur Verfügung steht – Zeit, Energie, Kapital – ist begrenzt. Gleichzeitig wächst mit jedem zusätzlichen Thema, jeder unnötigen Diskussion und jedem falschen Kontakt die Ablenkung. Die erfolgreichen Menschen dieser Welt wissen das. Du könntest dich theoretisch mit allem und jedem befassen. Ich habe auch ständig neue Business-Ideen. Wenn ich die alle verfolgte, würde ich vermutlich gar nichts wirklich voranbringen.

Daraus ergibt sich ein einfaches, gnadenlos ehrliches Prinzip: Deine Produktivität ist nichts anderes als das Verhältnis deiner eingesetzten Ressourcen zur vorhandenen Ablenkung. Je größer der Anteil an Störfaktoren wird, desto kleiner fällt dein Ergebnis aus. Das bedeutet im Klartext: Es ist völlig egal, wie sehr du dich anstrengst, wenn du deine Energie auf zu viele Baustellen verteilst. Du kannst dich abrackern, ohne wirklich voranzukommen. Also Schluss damit – und weg mit dem Bullshit!

Hör auf, dich mit Bullshit zu beschäftigen!

Wie sieht dein Terminplan für heute aus? Auch bei den Unternehmern, die ich als Sparringspartner begleite, erlebe ich

immer wieder, dass sie mehr als die Hälfte ihres Tages mit Dingen verplant haben, die zwar auf den ersten Blick sinnvoll, auf den zweiten jedoch klassische Zeitfresser sind. Ein Meeting nach dem nächsten, hier noch ein Call zum Brainstorming, schnell noch Feedback zu einem Angebot geben und so weiter. Kein Wunder, dass du dann auf der Stelle trittst! Wenn du so mit deiner Zeit umgehst, heißt das Ergebnis nicht Fortschritt, sondern Dauerbeschäftigung. »Ich habe so viel zu tun« ist deshalb noch lange kein Zeichen von Erfolg, sondern vielmehr der Beleg dafür, dass klare Prioritäten fehlen.

Wer wirklich erfolgreich ist, hat nicht mehr auf dem Tisch, sondern weniger – dafür jedoch das Richtige. Erfolgreiche Unternehmer treffen Entscheidungen schneller und konsequenter. Sie fragen sich bei jeder Aufgabe: Zahlt das auf mein Ziel ein oder nicht? Wenn die Antwort »nein« ist, fliegt es raus. Ohne langes Überlegen, ohne Rechtfertigung. Sei endlich konsequent!

»Wer wirklich erfolgreich ist, hat nicht mehr auf dem Tisch, sondern weniger – dafür jedoch das Richtige.«
– Martin Limbeck

Dein Umfeld entscheidet über dein Ergebnis

Und damit meine ich nicht nur die akuten Themen, die dir im Tagesgeschäft begegnen. Auch mit Blick auf das eigene Umfeld solltest du endlich Konsequenz walten lassen. Viele Unternehmer halten viel zu lange an Kontakten fest, die ihnen nicht guttun. Menschen mit negativem Mindset, ohne Verbindlichkeit oder ohne echten Beitrag kosten Energie – oft schleichend, doch mit massiver Wirkung. Wer sich dauerhaft mit solchen Personen umgibt, wird zwangsläufig ausgebremst. Erfolgreiche Unternehmer gehen hier deutlich klarer vor. Sie geben Chancen, setzen jedoch auch klare Grenzen. Und wenn jemand dauerhaft nicht liefert, nur schnorrt oder »Gedöns« produziert, dann ist die Entscheidung einfach: Diese Person gehört nicht mehr ins direkte Umfeld. Das ist keine Arroganz, sondern unternehmerische Notwendigkeit. Wer wachsen will, braucht ein Umfeld, das Leistung unterstützt und nicht blockiert. Du kannst dich nicht ▶

»Wer keinen kennt, kann keinen anrufen«

von **Martin Limbeck**

432 Seiten

Erscheint: April 2026

Next Level Verlag

ISBN: 978-3-689-36149-5





aufs Business konzentrieren, wenn dir dauernd von der Seite blöd reingequatscht wird. Oder du »mal eben schnell« zum dritten Mal in der Woche bei etwas helfen sollst, was für dich völlig unerheblich ist. Irgendwann ist Schluss mit lustig.

Sichtbarkeit entsteht durch Relevanz, nicht durch Lautstärke

Diese Klarheit zeigt sich auch in der Außenwirkung. Viele Unternehmer glauben, sie müssten nur laut genug sein, um wahrgenommen zu werden. Die Folge: Sie posten ständig, produzieren Inhalte am Fließband und setzen auf maximale Präsenz. Doch Sichtbarkeit entsteht nicht durch Masse, sondern durch Relevanz. Menschen folgen nicht dem Lautesten, sondern dem, der ihnen wirklich weiterhilft. Wer verstanden hat, dass Qualität Reichweite schlägt, kommuniziert anders.

Was das beispielsweise für deinen Social-Media-Auftritt heißt? Statt sich in Selbstdarstellung zu verlieren, geht es darum, Inhalte zu liefern, die einen echten Nutzen haben. Kein Geprotze, kein künstliches Aufblasen, sondern klare, hilfreiche Impulse. Wer so auftritt, wird nicht nur gesehen, sondern auch ernst genommen.

Natürlich poste ich auch mal eine Story, wenn ich auf irgendeiner Veranstaltung bin. Und ich mache auch hin und wieder Fotos mit anderen bekannten Personen, wenn ich sie zufällig treffe. Doch im Vergleich zu meinem restlichen Content macht das vielleicht fünf Prozent aus, wenn überhaupt. Und selbst wenn, ist es kein Posting, um anzugeben. Für mich ist entscheidend, dass für meine Follower auch immer ein Learning dabei ist. Dass im begleitenden Text eine Erkenntnis

rüberkommt, die für andere Unternehmer einen Mehrwert hat. Mein Tipp für dich: Frag dich in deiner gesamten Kommunikation: Hilft das jemandem? Ist es neu oder nützlich? Ist es ehrlich? Ist es wahr? Ist es gut? Ist es nötig? Was nicht ethisch gut ist, was falsch oder am Ende irrelevant ist – das bringst du nicht. Auch hier gilt: kein Bullshit.

Wirkung schlägt Originalität

Ein weiterer Denkfehler, der viele Unternehmer ausbremst, ist die Überbewertung von Originalität. In unzähligen Meetings wird versucht, besonders kreativ, besonders neu oder besonders anders zu sein. Doch genau das führt häufig am Ziel vorbei. Eine Idee ist nicht gut, weil sie originell ist. Entscheidend ist, dass sie funktioniert. Erfolgreiche Unternehmer denken nicht in Kategorien wie »kreativ« oder »innovativ«, sondern in Wirkung. Sie stellen sich die einfache Frage: Bringt es das Ergebnis? Löst es ein Problem? Zahlt es auf das Ziel ein? Wenn nicht, ist es egal, wie spannend die Idee klingt. Dann ist sie im unternehmerischen Kontext wertlos. Diese Haltung sorgt dafür, dass Entscheidungen klarer, schneller und vor allem wirksamer werden.

Weg mit allem, das dich ausbremst

Am Ende läuft es in allen Bereichen des unternehmerischen Wirkens auf eine Fähigkeit hinaus, die viele unterschätzen und gleichzeitig fürchten: konsequenten Aussortieren. Wer bereit ist, sich von unnötigen Aufgaben, falschen Kontakten, ineffizienten Prozessen und belanglosem Content zu trennen, schafft Raum für das, was wirklich zählt. Weniger Ablenkung bedeutet mehr Fokus, mehr Fokus bedeutet mehr Wirkung. Und genau daraus entsteht Wachstum. Wenn du also wirklich vorankommen willst, dann hör auf, dein Leben immer weiter zu füllen. Fang stattdessen an, es zu bereinigen. Kein Bullshit, kein Gedöns, keine Ausreden – sondern klare Entscheidungen und saubere Ergebnisse. ♦

Der Autor



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

»Doch Sichtbarkeit entsteht nicht durch Masse, sondern durch Relevanz. Menschen folgen nicht dem Lautesten, sondern dem, der ihnen wirklich weiterhilft. Wer verstanden hat, dass Qualität Reichweite schlägt, kommuniziert anders.«

– Martin Limbeck

Sind Sie ein Prepper?

BEST OF VERTRÄGE VERHANDELN

In Zeiten nationaler und globaler Krisen und Bedrohungslagen erreichen uns immer wieder Hinweise, wie wir uns auf den Krisenfall vorzubereiten hätten, insbesondere, wie wir unsere Vorräte aufstocken sollten. Zumeist entstehen hier Bevorrangungskosten, denen am Ende kein Gegenwert gegenübersteht, insbesondere wenn Lebensmittel verfallen, weil die Welt eben nicht untergegangen ist.

»Besser haben als brauchen«, lautet ein jahrhundertealtes Sprichwort, das seinen Ursprung im Wesen der Bevorrangung hat, sinngemäß aber für viele Situationen



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



Der Autor



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

anwendbar ist. Also auch – Sie ahnen es bestimmt schon – für Vertragsverhandlungen.

Die Vorbereitung einer Verhandlung ist entscheidend für deren Verlauf und deren Erfolg. Die wenigsten von uns verwenden hierauf aber ausreichend Zeit. Fast schon mit Tunnelblick argumentieren wir auf unser (einziges) Ziel zu, ohne uns alternative Szenarien und Verhandlungspakete im Vorfeld überlegt zu haben. Oft funktioniert das ja auch – aber halt nicht immer. Und genau für diese Fälle macht die Extra-Arbeit Sinn.

Wie ein Mandant einmal so schön sagte: »Die meiste Vorbereitung war jetzt für die Tonne. Das haben wir aber alles nicht gebraucht.« Meine Antwort können Sie sich bestimmt schon denken. Und wenn es in neun von zehn Fällen gutgegangen ist: Auch der zehnte Fall sollte für Sie zufriedenstellend ausgehen.

Nehmen Sie sich also die Zeit für eine gute Verhandlungsvorbereitung. Eruiieren und sondieren Sie, entwerfen Sie Szenarien und Alternativen zu Ihrem Wunschergebnis der Verhandlung. Seien Sie vorbereitet darauf, dass es anders kommt als Sie denken oder dass Ihr Gegenüber eine ganz andere Marschrichtung vorgibt. Seien Sie ein Prepper – auch wenn dieser Begriff gerne negativ belegt wird.

Aber lassen Sie uns im Bild bleiben: Da der Prepper stets Produkte mit langem Haltbarkeitsdatum kauft, könnten Sie Ihre Ideen und Vorbereitungsteile, die sich nicht für eine Verhandlung gebraucht haben, wieder in den Vorratsschrank stellen. Vielleicht kommt bald schon die passende Gelegenheit, bei der Sie dann die früher einmal durchdachten Verhandlungspakete auspacken können.

Dann sind Sie nicht nur ein Prepper, sondern gleichzeitig ein effizienter und nachhaltiger Verhandler! ♦

Ihr Gehirn führt – ob Sie wollen oder nicht

EIN GASTBEITRAG VON MARTINA MUTTKE



Bereits beim Lesen dieser Zeilen verändert sich Ihr Gehirn. Buchstäblich. Neuronale Verbindungen werden gestärkt, andere geschwächt, Botenstoffe ausgeschüttet. Das ist die Biologie unseres Körpers. Und genau diese Biologie entscheidet täglich darüber, ob Ihr Team motiviert zur Arbeit erscheint oder innerlich längst gekündigt hat. Die meisten Führungsprobleme werden als Kommunikationsprobleme behandelt. Dabei sind es in Wirklichkeit Gehirnprobleme. Nicht im pathologischen Sinne – sondern weil wir schlicht nicht verstehen, was in den Köpfen unserer Mitarbeitenden vorgeht. Und in unseren eigenen.

Sie haben nicht ein Gehirn, sondern drei

Unser Herz besitzt ein eigenes Nervensystem mit rund 40.000 Neuronen. Es verarbeitet Informationen, speichert Erfahrungen und sendet pausenlos Signale Richtung Kopf. Unser »Herzgehirn« reagiert auf Emotionen schneller, als unser Verstand bemerkt, dass etwas passiert. Und dann ist da der Darm – Heimat von Milliarden von Mikroorganismen, deren Einfluss auf unser Verhalten wir gerade erst begreifen. Darmbakterien docken direkt an Nervenenden an und senden Signale über den Vagusnerv ins Gehirn. Sie beeinflussen, wie wir Stress verarbeiten, wie wir fühlen, wie wir reagieren. Serotonin, der Botenstoff für emotionale Stabilität und soziale Zugehörigkeit, wird zu rund 90 Prozent im Darm produziert, nicht im Kopf. Drei Gehirne, die permanent miteinander kommunizieren. Wer Führung auf rationale Entscheidungsfindung reduziert, lässt zwei davon links liegen!

Was das für Teams bedeutet

Vier Botenstoffe orchestrieren täglich Motivation, Vertrauen und Leistung. Dopamin entsteht bei bedeutsamen Zielen und Fortschritt, ist Treibstoff für Mut und Ausdauer. Serotonin sorgt für Wohlbefinden und Zugehörigkeit. Oxytocin als Bindungshormon verwandelt Einzelkämpfer in ein Team. Und Kortisol, dauerhaft erhöht, schrumpft jene Hirnareale, die für Kreativität, Empathie und Entscheidungsfindung zuständig sind. Als Führungskraft steuern Sie diese Chemie. Mit jedem Feedback, das Sie geben oder nicht geben. Mit jeder Entscheidung, die Sie transparent kommunizieren oder im Nebel lassen. Emotionale Ansteckung ist hier ein spannendes, neurologisches Phänomen: unser emotionales Gehirn übernimmt Stimmungen aus der Umgebung, bevor wir bewusst registrieren, dass sich etwas verändert hat.

Gärtner, Magier oder Kapitän – welcher Typ sind Sie?

Wenn Führung biologisch ist, folgt daraus: Es gibt keinen universellen Führungsstil

– weil es kein universelles Gehirn gibt. Nicht jede Führungskraft tickt gleich, und unterschiedliche Situationen erfordern unterschiedliche Ansätze.

Drei natürliche Grundneigungen prägen, wie wir führen:

Der **Gärtner** schafft ein Umfeld, in dem Menschen wachsen können – er stärkt Vertrauen und Zusammenarbeit.

Der **Magier** gibt Ziele und Bedeutung – er aktiviert Energie durch Sinn und Perspektive.

Der **Kapitän** sorgt für Klarheit und Entscheidungen – er gibt Orientierung, besonders unter Unsicherheit.

Wir alle haben natürliche Präferenzen. Entscheidend ist, sie zu kennen und bewusst zu ergänzen: ein Team zu bauen, das den eigenen Stil mit den anderen Neigungen komplementiert. Erst dann entsteht das neurobiologische Gleichgewicht: mehr Vertrauen, mehr Stabilität, mehr Erfolg.

»Führung ist messbar geworden – nicht mit psychologischen Instrumenten, sondern durch die Neurowissenschaften.«

Praktisch, nicht theoretisch

Starten Sie Ihr nächstes Meeting mit zwei Fragen: Was gibt dir heute Energie? Was kostet dich Energie? Zwei Minuten, die

Die Autorin



Martina Muttke ist Ärztin, Autorin und internationale Healthcare-Führungskraft mit langjähriger Erfahrung im Aufbau und in der Leitung komplexer Organisationen.

zeigen, wessen Dopamin Bestätigung braucht und wessen Kortisol schon zu lange überhöht ist – und wo man als Führungskraft konkret ansetzen kann.

Führung im Sinne der Neurowissenschaft ist kein neues Soft-Skill-Programm. Es ist angewandte Biologie. Und das Beste daran: Unser Gehirn ist plastisch, es verändert sich mit jeder Erfahrung, mit jedem Gespräch. Eine Führungskraft, die anfängt zu fragen »Warum reagiert dieser Mensch so?« statt »Was stimmt mit dem nicht?« entwickelt nicht nur ihr Team, sondern ihr Gehirn. Alle drei. ♦

»Führung ist messbar geworden – nicht mit psychologischen Instrumenten, sondern durch die Neurowissenschaften.« – Martina Muttke





Das Ende der Generationen ist der Beginn der Potenziale

AUSZUG AUS DEM BUCH »(NULL) BOCK AUF ARBEIT« VON ALI MAHLODJI

In den letzten Jahren ist mir – und vielen Kolleginnen und Kollegen – etwas aufgefallen: Die Arbeitswelt hat sich in ein großes Generationen-Orakel verwandelt. Überall Panels, Whitepaper, Studien, Gegenthesen, Re-Studien, Re-Re-Studien. Alle erklären dir, wie GenZ »wirklich tickt«. Oder Gen X. Oder Alpha, die noch in den Schulbänken sitzen und angeblich schon wissen, wie sie später führen wollen. Und am Ende stehst du da wie vor einer Wetter-App, die alle fünf Minuten eine neue Prognose ausspuckt: sonnig, wolkgig, Gewitter – gleichzeitig.

Wenn du mich fragst: Wir versuchen, hochkomplexe Prozesse des Menschseins mit simplen Etiketten zu bändigen. Das ist so, als würdest du eine Studie verlangen, die »exakt« beschreibt, wie alle siebenundzwanzigjährigen Mütter in Frankfurt denken. Jeder von uns würde lachen. Weil wir wissen: Menschen sind Charaktere, Biografien, Brüche, Hoffnungen. Zwei Teenager unterm selben Dach – und sie könnten nicht unterschiedlicher sein. Aber in Unternehmen glauben wir ernsthaft, dass sich Menschen in Geburtsjahrgangsschubladen ordnen lassen. Weil es die Power-Point-Präsentation sauberer macht. Weil Prozesse glatte Kanten lieben. Weil es einfacher ist, ein Etikett zu kleben, als ein Gespräch zu führen.

Als die Welt noch berechenbar war

In der Welt der alten Stabilität hat das eine Zeit lang funktioniert. Da gab es Fünfjahrespläne, klare Karriereleitern, Rentenversprechen, die man ernsthaft glauben konnte. Die Maschine lief im Takt, und man sortierte Menschen wie Bauteile: rein, raus, nächste Position. Ausbildung, Beruf, Rente – alles vorhersagbar. Aber diese Welt ist vorbei. Heute verändert sich der Takt schneller als der Taktgeber. Was Unternehmen jetzt brauchen,

»Es sind nicht Generationen, die sich reiben. Es sind Lebensphasen, die aufeinanderprallen, und Generationen-Talks sind nur die Ausrede. Und sobald du Lebensphasen verstehst, ändert sich der Blick.«

– Ali Mahlodji

sind echte Potenziale – nicht Etiketten. Menschen, die sich anpassen können, die lernen wollen, die Verantwortung übernehmen. Und das hat wenig mit dem Geburtsjahr zu tun.

Die Erfahrung im Einzelhandel

Ich erinnere mich an einen Auftrag mitten in der Corona-Zeit. Ein großes deutsches Einzelhandelsunternehmen bat mich, die Führungskräfte zu trainieren – offiziell, um zwischen »den Generationen« zu vermitteln. Der Lebensmitteleinzelhandel musste funktionieren, egal wie. Systemrelevant. Während andere im Homeoffice saßen, standen diese Menschen jeden Tag an der Front.

Und alles, was vorher an Generationen-Reibung unter dem Teppich lag, stand plötzlich mitten im Raum. Schichtpläne, die nicht aufgingen. Masken, die manche trugen und andere verweigerten. Angst vor Ansteckung. Druck von Kunden, die ihre Frustration an den Mitarbeiter:innen ausließen. Da war keine Zeit mehr für Folien mit Stereotypen. Da ging es ums Überleben im Alltag. Die Erwartung am Anfang: »Erklären Sie uns bitte GenZ, GenY, GenX.« Die Frage dahinter: »Wie kriegen wir wieder Ruhe rein?« Also hörte ich zu. Ich ließ mir Teams schildern, reale Konflikte, echte Sätze. Menschen, die sich missverstanden fühlten. Führungskräfte, die nicht wussten, wie sie mit den unterschiedlichen Erwartungen umgehen sollten.

Der Wendepunkt

Und irgendwann, nach vielen Gesprächen, sagte ein Manager – Ende vierzig, solide, geradeaus – etwas, das den Raum

veränderte. Er schaute in die Runde und meinte: »Wissen Sie, Herr Mahlodji... Als ich so alt war wie unsere Azubis – ich war doch nicht anders. Ich hatte auch keinen Bock, auf Erwachsene zu hören, die mir erklären wollten, wie die Welt funktioniert. Ich dachte auch, die haben keine Ahnung. Und ganz ehrlich: Wenn ich damals mein eigener Chef gewesen wäre – hätte ich mir zugehört? Ich bin mir nicht sicher.«

Dieser eine Satz war der Wendepunkt. Der Mann legte das Rüstzeug der Rolle ab und erzählte als Mensch. Und plötzlich passierte etwas: Die anderen Führungskräfte erlaubten sich eine Zeitreise. Eine Frau erinnerte sich daran, wie sie mit siebzehn jede Schicht gehasst hatte, die nicht sinnvoll erklärt wurde. Jemand anderes daran, wie er mit dreißig das erste Kind bekam und die Nächte kurz, die Tage lang wurden – und jede blöde Bemerkung über »fehlende Performance« direkt ins Herz fuhr. Wieder eine andere Führungskraft erinnerte sich daran, wie sie mit siebenunddreißig die erste Führungsrolle bekam und niemand ihr jemals beigebracht hatte, wie man führt, statt nur »macht«. Wie sie sich durchgewurstelt hat, Fehler gemacht hat, gelernt hat.

Die Erkenntnis

Wir merkten: Es sind nicht Generationen, die sich reiben. Es sind Lebensphasen, die aufeinanderprallen, und Generationen-Talks sind nur die Ausrede. Und sobald du Lebensphasen verstehst, ändert sich der Blick. Du siehst nicht mehr »den frechen ▶



»Eine Organisation ist nicht die Summe ihrer Jahrgänge, sondern die Summe ihrer Beziehungsqualität.«

– Ali Mahlodji

Gen-Z-Azubi«. Du siehst einen jungen Menschen, der unter dem Dauerfeuer von Social-Media-Meinungen steht – was es heißt, ein »echter Mann« zu sein, eine »echte Frau«, »echten Erfolg« zu haben. Der sich orientieren muss in einer Welt, die ihm täglich neue Wahrheiten verkauft. Du siehst nicht mehr »die überlastete Gen-X-Führungskraft«. Du siehst Eltern, die seit Jahren am Limit laufen. Die zwischen Kindern, Karriere und kranken Eltern jonglieren. Die funktionieren müssen, auch wenn sie selbst Halt bräuchten.

Du siehst nicht mehr »die anspruchsvollen Millennials«. Du siehst Singles, die einsam sind, obwohl sie 10.000 Kontakte haben. Die nach Sinn suchen in einer Welt, die ihnen vor allem Konsum anbietet. Du siehst Menschen.

Die neue Führung

In dieser Runde sagte derselbe Manager später noch etwas: »Wenn ich heute auf manche unserer Juniors schaue, fühle ich mich manchmal eher wie Vaterersatz als wie Führungskraft. Und wenn ich ehrlich bin: Viele von ihnen brauchen genau das, was früher zu Hause war – jemanden, der zuhört. Jemanden, der Orientierung gibt, manchmal auch, ohne gleich zu urteilen.«

Das war keine Schwäche. Das war Führung. Weil er begriffen hatte: Eine Organisation ist nicht die Summe ihrer Jahrgänge, sondern die Summe ihrer Beziehungsqualität. Ab diesem Moment haben wir nicht mehr über »Definitionen« von Generationen gesprochen. Wir haben über Bedürfnisse gesprochen. Über Antriebe. Über Angst. Über Sinn. Und darüber, wie man Aufgaben nach Potenzial vergibt – nicht nach Geburtsdatum.

Die Wahrheit über Potenziale

Denn Hand aufs Herz: Kein Mensch bewirbt sich, um als Generation Karriere zu machen. Menschen kommen, weil sie eine Aufgabe reizt. Weil sie in der

Mission des Unternehmens etwas von sich selbst finden. Weil sie spüren: Hier darf ich wirken. Hier kann ich etwas bewegen. Hier werde ich gebraucht. Und Aufgaben werden in der Realität schon immer nach Skills, Haltung und Passung vergeben – nie nach Jahrgang. Es wird Zeit, dass unsere Sprache, unsere Prozesse, unser Miteinander das ehrlich abbilden.

Das Problem mit der Generationenbrille ist nicht, dass sie völlig falsch wäre. Sie ist nur zu grob. Sie gaukelt Orientierung vor, wo du eigentlich Beziehungsarbeit brauchst. Sie sortiert Menschen, wo du Neugier bräuchtest. Und sie schließt Türen, wo du Fragen stellen solltest.

Der Vorschlag – frag nach dem Potenzial!

Überall dort, wo wir in der Komplexität endliche Antworten verlangen, geben wir die Möglichkeit auf, gute Antworten zu finden. Darum dieser Vorschlag für jede Organisation – klein, groß, Konzern, Start-up (sogar in Familien möglich):

Schalte um von Generation auf Potenzial. Frag weniger: »Wie ticken die?« Frag öfter: »Was braucht diese Person – und was bringt sie? Wo steht sie gerade im Leben? Welche Rahmen geben ihr Kraft – welche nehmen Kraft? Welche Aufgabe lässt sie aufblühen?« Das heißt nicht, dass wir Strukturen wegwerfen. Im Gegenteil. Es heißt, dass wir Strukturen so bauen, dass Menschen darin wachsen können. Dass wir Entscheidungsteams mischen – nicht nur altersmäßig, sondern kompetenzmäßig. Dass wir Reverse-Mentoring ernstnehmen – nicht als PR-Gag, sondern als wechselseitige Lernbeziehung: Erfahrung trifft frische Sicht, Tiefe trifft Tempo.

Dass wir Rollen klarer definieren – und Wechsel erleichtern. Dass wir Entwicklung nicht als Belohnung am Ende, sondern als Startpunkt begreifen.

Die Arbeit, die sich lohnt

Und ja: Das bedeutet Arbeit. Es bedeutet Gespräche, die länger sind als eine Folie. Es bedeutet, dich für deine Leute zu

»Das Problem mit der Generationenbrille ist nicht, dass sie völlig falsch wäre. Sie ist nur zu grob. Sie gaukelt Orientierung vor, wo du eigentlich Beziehungsarbeit brauchst. Sie sortiert Menschen, wo du Neugier bräuchtest. Und sie schließt Türen, wo du Fragen stellen solltest.«

– Ali Mahlodji

interessieren – wirklich. Zu fragen, zu hören, zu justieren. Aber rate mal, was leichter ist: zehn Mal am Tag mit anonymen Generationenbildern zu kollidieren – oder einmal die Woche ein echtes Gespräch zu führen, das Reibung in Richtung Vertrauen dreht?

»Das Ende der Generationen ist der Beginn der Potenziale« heißt nicht, dass wir alles Alte verwerfen. Es heißt, dass wir endlich sehen, was immer schon da war: Menschen mit innerem Antrieb, mit Talenten, mit Lernlust – manchmal ver schüttet, oft verunsichert, immer formbar.

Wer so führt, holt die Zukunft ins Heute. Weil Potenziale – im Singular wie im Plural – nie starr sind. Sie wachsen dort, wo man sie sieht.

Das Bild am Ende

Wenn ich an diese Corona-Runde zurückdenke, sehe ich das Bild: ein Raum, der am Anfang voll war mit »Die Jungen...«

und »Die Alten...«. Und ein Raum, der am Ende voll war mit »Wir«. Nicht weichge spült, nicht konfliktfrei – aber verbunden.

Mit einer neuen Ehrlichkeit: Jeder von uns war mal siebzehn. Jeder von uns wird – wenn wir Glück haben – siebenundsechzig. Dazwischen sind wir viele Versionen von uns selbst. Führung ist die



»(Null) Bock auf Arbeit«
von **Ali Mahlodji**
192 Seiten
Erschienen: Februar 2026
GABAL Verlag
ISBN: 978-3-967-39269-2

Kunst, all diese Versionen in einem Team sprechen zu lassen – damit aus Einzelnen Potenzialfelder werden. Wie in einer Familie, in der sich alle gesehen fühlen. Und genau da beginnt Zukunftsfähigkeit: nicht bei den Etiketten, sondern bei der Kombination. Nicht beim Geburtsjahr, sondern beim Beitrag. Nicht bei der Schublade, sondern bei der Frage. ♦

»Jeder von uns war mal siebzehn. Jeder von uns wird – wenn wir Glück haben – siebenundsechzig. Dazwischen sind wir viele Versionen von uns selbst. Führung ist die Kunst, all diese Versionen in einem Team sprechen zu lassen – damit aus Einzelnen Potenzialfelder werden.«

– Ali Mahlodji



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 **neue Staffel**

Staffel 3: 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.

BÖRSE



Mo, 27.04.

Sind Trumps Zölle rechtswidrig?

Die Zollpolitik des US-Präsidenten Donald Trump hatte vor einigen Monaten international für Aufsehen gesorgt. Jetzt entschied ein Gericht, dass die auferlegten Zölle rechtswidrig seien. Was bedeutet das Urteil konkret für Unternehmer? Das beleuchtet Mick Knauff in seiner aktuellen Einschätzung ...



Di, 28.04.

Sixt: Was bremst das Aktienwachstum?

Der Autovermietungskonzern Sixt ist auf Expansionskurs – doch ausgerechnet in der Aktie spiegelt sich das kaum wieder. Woran das liegt und welche Prognosen hieraus abzuleiten sind, erläutert Börsenkorrespondent Mick Knauff in seiner aktuellen Einschätzung vom Börsenparkett.



Mi, 29.04.

Schwaches Wachstum, starke Industrie: Quo vadis, Standort Deutschland?

Die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands ist derzeit Gegenstand zahlreicher Diskussionen. Welche Faktoren könnten internationale Investoren locken oder abschrecken? Diese Frage stellt sich auch Börsenkorrespondent Mick Knauff. Welche Aspekte Anlass für Kritik bieten und wo die ...

NEWS



Fr, 24.04.

Lufthansa streicht 20.000 Flüge bis Oktober

Der Lufthansa-Konzern streicht mit dem angekündigten Aus der Regionaltochter Cityline bis Oktober 20.000 Kurzstreckenflüge. Das entspricht einer Einsparung von rund 40.000 Tonnen Kerosin, dessen Preis sich seit Beginn des Iran-Krieges ...



Fr, 24.04.

Insolvenzen gefährden über 200.000 Jobs laut Versicherer

Unternehmensinsolvenzen gefährden nach Einschätzung des Kreditversicherers Allianz Trade dieses Jahr mehr als 200.000 Arbeitsplätze in Deutschland. Das teilte die Allianz-Tochter aus Paris und Hamburg laut der Deutschen Presse-Agentur im ...



Mo, 27.04.

Rheinmetall: Unternehmen durch Ukraine verzehnfacht

Trotz wachsender Nachfrage nach Waffen sieht sich die deutsche Rüstungsindustrie laut Rheinmetall-Chef Armin Papperger in der Lage, die Produktion schnell auszuweiten. Wenn die Aufträge da seien, werde die deutsche Industrie auch liefern können. Das habe sein Unternehmen schon bisher in seiner ...



Di, 28.04.

Gasbohrungen vor Borkum: Klage abgewiesen

Nach jahrelangem Streit um die Rechtmäßigkeit der Gasförderung in der Nordsee vor der Insel Borkum gibt es zumindest für die deutsche Seite vorerst Klarheit: Das Niedersächsische Obergericht (OVG) in Lüneburg hat eine Klage der Deutschen Umwelthilfe (DUH) abgewiesen, berichtet die ...



Mi, 29.04.

Standort Deutschland immer unbeliebter

Deutschland hat aus Sicht internationaler Konzerne als Wirtschaftsstandort weiter an Attraktivität verloren. Das geht aus einer Umfrage des Wirtschaftsprüfungs- und Beratungskonzerns KPMG unter 400 in Deutschland tätigen Tochterunternehmen ausländischer Firmen hervor. Der aus den Antworten errechnete Standortindex ...



Do, 30.04.

Tabakverbot von Parlament beschlossen

Großbritannien wird rauchfrei – zumindest auf lange Sicht. Ein entsprechender Gesetzentwurf zum Verbot von Tabakverkauf hat nach langwierigen Beratungen nun die letzte Hürde im Parlament genommen. Das Gesetz, dem nur noch die förmliche Zustimmung des Königs fehlt, sieht schrittweise eine Anhebung des Alters vor, ab dem ...

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 110 Jahre Ferruccio Lamborghini: Wie ein Streit mit Ferrari eine Ikone schuf

Am 28. April 1916 wurde Ferruccio Lamborghini geboren und legte den Grundstein für eine Marke, die aus Trotz entstand und zur globalen Luxusikone wurde.

Manchmal beginnt eine unternehmerische Geschichte nicht mit einer Vision, sondern mit einem Problem. Oder genauer: mit gekränktem Stolz.

Als Ferruccio Lamborghini in den 1960er Jahren einen Ferrari fuhr, war er alles andere als zufrieden. Technische Schwächen, vor allem an der Kupplung, veranlassten ihn, sich direkt an Enzo Ferrari zu wenden. Die Antwort soll herablassend gewesen sein: Er solle sich besser weiter um Traktoren kümmern.

Was folgte, ist heute eine der bekanntesten Gründungsgeschichten der Wirtschaft – und zugleich der Beginn einer Marke, die aus einer persönlichen Kränkung heraus entstand.

Vom Traktor zum Technologietreiber Ferruccio Lamborghini war zu diesem Zeitpunkt längst ein erfolgreicher Unternehmer. Nach dem Zweiten Weltkrieg hatte er aus ausgemusterten Militärfahrzeugen ein florierendes Unternehmen für Landmaschinen aufgebaut. Seine Traktoren trafen den Nerv der Zeit und machten ihn wohlhabend ...

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

Bild: Depositphotos / panxumbin



Das Espresso-Prinzip

von Robert Steffen
240 Seiten, erschienen: Februar 2026
Frankfurter Allgemeine Buch, ISBN: 978-3-962-51234-7

Kommunikationstrainer und TEDx-Coach/TEDx-Speaker Robert Steffen hat eine ebenso einfache wie präzise Erkenntnis gewonnen: Wirksame Kommunikation funktioniert wie ein Espresso. Ein erfahrener Barista weiß: Ein guter Espresso entsteht nicht zufällig. Er beginnt mit sorgfältig gerösteten Inhalten und einer geklärten Persönlichkeit.

Mit Ignoranten sprechen

von Peter Modler
228 Seiten, erschienen: Januar 2026
Campus Verlag, ISBN: 978-3-593-52181-7

Wenn der Chef jeden wohlformulierten Einwand mit einem Dreiwortsatz kontert oder die Kollegin mit großer Geste den Konferenztisch dominiert – dann sind das klare Machtbotschaften. Doch dagegen kann man sich wappnen. Peter Modler analysiert Situationen in Politik und Unternehmenswelt, in denen die Machtspieler die Oberhand haben.



(Null) Bock auf Arbeit

von Ali Mahlodji
192 Seiten, erschienen: Februar 2026
GABAL Verlag, ISBN: 978-3-967-39269-2

Wie wir in der Zukunft arbeiten und leben werden, das weiß heute niemand genau. Wir können uns aber darauf vorbereiten und für unser eigenes Berufsleben das Heft in die Hand nehmen. An sich und seinen Kompetenzen zu arbeiten wird sich lohnen, denn so stehen uns mehr Möglichkeiten offen, unsere beruflichen Wünsche zu verwirklichen.

Was dir dein Chef nicht sagt

von Gunnar Barghorn
288 Seiten, erschienen: April 2026
Deutscher Wirtschaftsbuch Verlag, ISBN: 978-3-690-66169-0

Dein Chef lügt nicht. Er sagt dir nur nicht alles. Zum Beispiel: Dass er dich dringender braucht, als du ihn. Gunnar Barghorn lüftet in diesem Buch den Vorhang. Er zeigt dir, was dein Chef denkt, aber nie ausspricht. Was ihn antreibt. Was ihn nervt. Und vor allem: Welche Hebel du in der Hand hast – wenn du weißt, wo sie sind.



Wer keinen kennt, kann keinen anrufen

von Martin Limbeck
432 Seiten, erschienen: April 2026
Next Level Verlag, ISBN: 978-3-689-36149-5

»Netzwerken kann jeder. Doch echte Verbindungen schaffen nur wenige.« In seinem neuen – und letzten – Sales-Buch verrät Martin Limbeck seine vielleicht größten Erfolgsgeheimnisse. Klar, wahr und auf den Punkt erklärt er, wie sich jeder in einer lauten, oberflächlichen Welt ein starkes, vertrauensbasiertes Netzwerk aufbauen kann.

Cover: Frankfurter Allgemeine Buch, Campus Verlag, GABAL Verlag, Deutscher Wirtschaftsbuch Verlag, Next Level 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