

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 60

RÜDIGER MAAS

Generationen im
Clinch: Alles nur ein
Missverständnis?

ELLEN LUTUM

Wenn der Markt nicht
passt, hilft **gründen**

MARTIN LIMBECK

Wolfgang Grupp ist
abgetreten: Wer spricht
jetzt für das Unterneh-
mertum Deutschland?

David Fiorucci im Interview

OKTOKRATIE:

Oktopoden als
Organisationsstruktur

RICCARDO CAMPISI

UND MELINA WITZIGMANN

Werbung mit Instagram-Reels

Bilder: Oliver Oetli, Kobay, Depositphotos / Nik_Merkulov



4 190872 505003



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.





Anna Seifert
Redakteurin

Editorial

Leadership neu gedacht:

Wie viel Innovation verträgt der Arbeitsalltag?

Leadership – braucht es diese Fähigkeit in der heutigen Zeit noch? Schließlich werden die Hierarchien immer flacher; der Trend geht zu sich selbstverwaltenden Teams. Und auch die Verantwortlichen scheinen unter dieser Aufgabe zu leiden: So gaben im Jahr 2021 35 Prozent der Führungskräfte mit Personalverantwortung zu, sich »sehr häufig oder immer« ausgebrannt zu fühlen. David Fiorucci war über 25 Jahre in Führungspositionen tätig; dann hat er gegründet und eine neue Struktur ins Leben gerufen – die Oktokratie. In unserem Cover-Interview spricht er über seinen Beitrag zur Entwicklung des Leaderships.

Auch das Marketing hat sich weiterentwickelt; zum Teil findet Werbung nur noch in den sozialen Netzwerken statt. Instagram ist sogar derart gefragt, dass Riccardo Campisi und Melina Witzigmann ein Business ins Leben gerufen haben, welches sich hierauf beschränkt. Eine Marktlücke hat auch Ellen Lutum geschlossen. Da sie ihr Buch weder im etablierten Buchhandel noch durch Selfpublishing verlegen wollte, gründete sie einen Verlag. Bei uns berichtet

sie, warum diese Entscheidung auch weiteren Autoren weiterhelfen soll. Ein Mangel an Alternativen ist nicht der einzige Grund für eine Gründung, das führt uns Yasin Bilgitays Geschichte vor Augen. In dieser Ausgabe erzählt er, warum er sich trotz bester Karriereaussichten dafür entschieden hat, nochmal von vorn anzufangen. Der Wandel der Arbeitswelt steht ebenfalls bei Rüdiger Maas im Fokus; schließlich spaltet die Gen Z die Gesellschaft. Uns hat der Bestsellerautor einen Einblick in die Werte der jungen Arbeitnehmer verschafft. Auch in den Gastbeiträgen geht es um Veränderung: Dabei geht Yvonne Leyendeckers auf die Suche nach den Wurzeln des New-Work-Konzepts und Martin Limbeck befasst sich mit einem Unternehmertypus, den man kaum noch antrifft. Warum sich trotz ungewisser Zukunft ein Lächeln lohnen kann, weiß Prof. Dr. Jörg Kupjetz.

Viel Vergnügen beim Lesen wünscht
Anna Seifert
Redakteurin

Impressum

founders Magazin

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

Redaktion

Anna Seifert, Martina Karaczko, Lea Trägenap
redaktion@backhausverlag.de

Layout und Gestaltung

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

Onlineredaktion

verwaltung@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

Julien Backhaus

Anschrift:

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

Lektorat

Ole Jürgens Online Services
Celler Weg 3 | D-27356 Rotenburg
E-Mail: info@textelsior.de

Anna Kaltner Sprachdienstleistungen »Sprachenland«
Fockygasse 47/7/14 | A-1120 Wien
E-Mail: office@annakaltner.com

Alle Rechte vorbehalten

Autoren (Verantwortliche i. S. d. P.)

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

Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne Genehmigung.

INHALT

NR. 60

ERFOLG

- 06 Oktopoden als Organisationsstruktur**
David Fiorucci im Interview
- 24 Erst Businessman, dann Blockadenlöser**
Yasin Bilgitay im Interview

EINSTELLUNG

- 10 Wolfgang Grupp ist abgetreten: Wer spricht jetzt für das Unternehmertum in Deutschland?**
Martin Limbeck
- 20 Generationen im Clinch: Alles nur ein Missverständnis?**
Rüdiger Maas im Interview

Generationen im Clinch
Rüdiger Maas im Interview
Seite 20



»Niemand ist perfekt – die perfekte Führungskraft gibt es nicht. Wir sind Menschen mit unterschiedlichen Stärken und Entwicklungsmöglichkeiten, die es zu beachten gilt.«

– David Fiorucci

Oktopoden als Organisationsstruktur

David Fiorucci im Interview
Seite 06

WISSEN

14 Botschaften kommen beim Nutzer an

Riccardo Campisi und Melina Witzigmann im Interview

16 Wenn der Markt nicht passt, hilft gründen

Ellen Lutum im Interview

22 New Work – nur ein alter Hut?

Yvonne Leyendeckers

»Wir tun das, weil wir daran glauben, dass es auch anders geht.«

– Ellen Lutum

LEBEN

19 »Lach doch mal!«

Kolumne von Prof. Dr. Jörg Kupjetz

BUCHTIPPS

Alle Seite 27

Deal!

Jack Nasher

Frag nicht wie – frag wer

Dan Sullivan und Ben Hardy

Frau macht Million

Sarah Tschernigow

How to Marktführer

Matthias Aumann

The Diary of a CEO

Steven Bartlett

Ellen Lutum im Interview

Seite 16

BEST OF WEB

26 Galeria Karstadt Kaufhof hat neue Investoren



David Fiorucci war über 25 Jahre lang in Führungspositionen von zahlreichen nationalen und internationalen Unternehmen tätig. 2016 gründete er sein Unternehmen »LP³« und unterstützt zusammen mit über 30 Trainern und Partnern Unternehmen dabei, ein gemeinsames Verständnis von Leadership aufzubauen.



Oktopoden als Organisationsstruktur

David Fiorucci über verantwortungsbewusste Unternehmensbilder

Immer weniger Unternehmen setzen auf eine traditionelle autoritäre Organisationsstruktur. Die Hierarchien werden immer flacher, es werden Teams und Netzwerke gebildet, Flexibilität und Zusammenarbeit stehen an erster Stelle. Auch David Fiorucci, Mitglied im Beirat der Schweizerischen Vereinigung für Führungsausbildung, ist der Meinung, dass die alten Organisationsstrukturen ausgedient haben und beschreibt in seinem neuen Buch die von ihm entwickelte »Oktokratie«. Was diese neue Struktur auszeichnet, verrät er im Interview.

Herr Fiorucci, was macht Ihrer Meinung nach die perfekte Führungskraft aus und welche Fähigkeiten braucht sie?

Niemand ist perfekt – die perfekte Führungskraft gibt es nicht. Wir sind Menschen mit unterschiedlichen Stärken und Entwicklungsmöglichkeiten, die es zu beachten gilt. Eine gute Führungskraft ist eine Person, die sich selbst kennt, beherrscht und entwickelt und einen Rahmen schafft, in dem sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wohlfühlen und ihre Kompetenzen und Talente entfalten können. So können sie sich engagieren, die Initiative ergreifen und positiv voranschreiten.

Diese Führungskräfte schaffen somit eine Bewegung oder ein Momentum: Sie setzen Menschen durch einen anregenden, kreativen und inspirierenden Rahmen in Bewegung – in Richtung eines gemeinsamen Ziels oder einer attraktiven Vision.

In dieser sich ständig verändernden Welt sind ein tiefgreifendes Verständnis der menschlichen Bedürfnisse und Emotionen sowie die Fähigkeit, verschiedene Führungsparadigmen in eine kohärente und effektive Strategie zu integrieren, von entscheidender Bedeutung.

Wenn ich über dreißig Jahre Führungserfahrung zusammenfasse, kann ich diese drei Elemente als treibende Kraft für die Wirkung einer guten Führungskraft nennen:

- gemeinsame Sprache / gemeinsames Verständnis
- Kohärenz / Kongruenz
- Einfachheit / positive Emotionen

Mein Ansatz »LP³ Leadership« baut genau auf diesen drei Elementen auf und fördert die Integration, ein gemeinsames Verständnis und eine einheitliche Sprache innerhalb der Organisation.

Sie haben die »Oktokratie« entwickelt, die laut Ihnen einige Elemente der »Holakratie« enthält. Wofür stehen diese beiden Begriffe?

»OKTOKRATIE – Für sinnvolle, wirksame Zusammenarbeit«

von **David Fiorucci** und **Thomas Nast**

Erscheint: August 2024

jahr+tag

ISBN: 978-3-952-60380-2

Finanziert durch eine Crowdfunding-Kampagne by wemakeit



»Niemand ist perfekt – die perfekte Führungskraft gibt es nicht. Wir sind Menschen mit unterschiedlichen Stärken und Entwicklungsmöglichkeiten, die es zu beachten gilt.«

Um schneller zu werden und die wachsenden Herausforderungen unserer Gesellschaft zu bewältigen, versuchen immer mehr Unternehmen und Organisationen, die Macht zu verteilen und entscheiden sich für neue Organisationsformen. Man spricht von befreiten Unternehmen und es werden Formen wie die Soziokratie oder die Holakratie verwendet.

Manchmal hört man, dass sie keine Chefs mehr haben oder dass sich die Teams selbst verwalten und organisieren. Das klingt auf dem Papier sehr gut, allerdings kehren viele Unternehmen, die mit Holakratie oder ähnlichen Organisationsformen begonnen haben, wieder zurück zu ihrer alten Struktur, haben Probleme oder blockieren in bestimmten Elementen. Es gibt viele sehr gute Elemente in der Holakratie, aber sie ist oft zu kompliziert, nicht immer angemessen und es fehlt an Leadership.

»Oktokratie« ist ein neues Konzept, ein neuer Ansatz, der einige Elemente der Holakratie integriert, sie mit dem LP3-Ansatz kombiniert – denn es werden immer Leader gebraucht – und beide Elemente durch einen Oktopus verbindet, der seit zwei Jahren zu meinem Lieblingstier geworden ist.

Warum haben Sie einen Oktopus als Orientierung für Ihr Logo und Ihren Namen gewählt? Welche Gemeinsamkeiten sehen Sie zwischen Ihrer Organisationsform und dem Tier?

Es ist ein faszinierendes, wendiges, schnelles, flexibles und intelligentes Tier, dessen

Neuronen im ganzen Körper identisch verteilt sind, was sich mit einer Machtverteilung gleichsetzen lässt. Wenn Gefahr droht oder man an einen bestimmten Ort gehen muss, geht der Kopf zuerst – was sich mit »Leadership« oder einer Vorbildfunktion gleichsetzen lässt – und die acht Arme folgen trotz der enormen Autonomie, die sie haben. In Krisensituationen braucht man also genau diese »Leader«.

Worin bestehen Ihrer Meinung nach die Unterschiede zwischen den beiden Organisationsformen »Oktokratie« und »Holakratie«?

Man sollte nicht von Unterschieden sprechen, sondern von gesetzten Akzenten. Die »Oktokratie« beginnt mit einer Reflexion über die Absicht und gibt den Organisationen wieder einen Sinn, wobei sie den Begriff »Leadership« beibehält und auf eine einfache Sprache und ein gemeinsames Verständnis auf allen Ebenen setzt. Darüber hinaus gewährleistet sie innerhalb der Organisation eine starke Kohärenz zwischen strategischen und operativen Aspekten sowie auf der Ebene der Prozesse und Instrumente. Sie fördert auch die Tatsache, dass man konsequent ist, während man auf die Energie der Mitarbeiter und ihre Gesundheit achtet und ihre Autonomie entwickelt, ohne die Schwächsten auf der Strecke zu lassen. Meiner Meinung nach ist es wichtig, einen inklusiven Ansatz zu verfolgen und gleichzeitig die Leistung im Auge zu behalten.

Was war Ihre Motivation, eine neue Organisationsstruktur zu entwickeln und ein Buch darüber zu schreiben? ▶

»Die ›Oktokratie‹ beginnt mit einer Reflexion über die Absicht und gibt den Organisationen wieder einen Sinn, wobei sie den Begriff ›Leadership‹ beibehält und auf eine einfache Sprache und ein gemeinsames Verständnis auf allen Ebenen setzt.«



Um diese Frage zu beantworten, muss ich meine größte Lehre, meine größte Entwicklung, erklären. Zu Beginn meiner Karriere, als ich 24 Jahre alt war, wollte ich meinen eigenen Erfolg. Ich war »eingebildet« von mir selbst, nicht unbedingt sehr demütig – und erfolgreich damit.

Als Nächstes wollte ich den Erfolg der Unternehmen, in denen oder für die ich arbeitete. Aber der eigentliche Auslöser war, als ich begriff, dass nicht mein Erfolg oder der Erfolg des Unternehmens wichtig ist, sondern dass ich den Erfolg anderer ermöglichen, fördern oder unterstützen muss – den meiner Mitarbeiter, meiner Kollegen, meiner Kunden, meiner Partner, meiner Kinder, meiner Frau und meiner Familie. Wenn andere auf diese Weise erfolgreich sind, ist das Unternehmen erfolgreich und auch ich bin erfolgreich. Das Sahnehäubchen ist, dass die Mitarbeiter Spaß daran haben, gemeinsam mit dem Leader zu arbeiten, und so gewinnt dieser an Legitimität.

LP³ wird 2024 acht Jahre alt und hat die Reife erreicht, um eine neue Stufe zu erklimmen und der Gesellschaft und der Menschheit noch mehr zurückzugeben und zu schenken. So möchte ich »Oktokratie« für alle Unternehmen und Organisationen zugänglich machen und die Ressourcen größtenteils kostenlos und mehrsprachig zur Verfügung stellen.

Aus diesem Grund haben mein Co-Autor Thomas Nast, ein Freund und Partner, der unseren Büchern eine Seele verleiht, und ich beschlossen, dieses vierte Buch als Leitfaden für die Oktokratie zu schreiben, mit einem Ansatz, der sich an drei Achten orientiert: acht Indikatoren, acht Schritte und acht Prinzipien. Bemerkenswert ist außerdem, dass die liegende Acht die Schleifen des Unendlichkeitszeichens, also die beiden Lernschleifen des lernenden Unternehmens sowie die Dimension der Kreislaufwirtschaft repräsentiert, die mir so wichtig ist, um zu einer besseren Welt beizutragen.

Im Vorwort Ihres Buches ist die Rede davon, dass die Leser selbst zu »Cofluencern« werden sollen. Was bedeutet dieses Wort für Sie?

»Cofluencer« ist eine Neuschöpfung, die die Bedeutung von Zusammenarbeit und gemeinsamen Bemühungen hervorhebt. Es ist ein Aufruf, Teil einer Bewegung zu werden, die sich für einen sinnvollen und nachhaltigen Wandel einsetzt. Das Konzept des »Cofluencers« bildet den Kern meiner Vision für eine inklusive und kollaborative Zukunft. Ein »Cofluencer« zu sein bedeutet für mich, sich nicht selbst in den Vordergrund zu stellen,

sondern meine Fähigkeiten, mein Wissen und meine Energie einzusetzen, um gemeinsam mit anderen positive Veränderungen in der Gesellschaft und Umwelt zu bewirken. Diese Neuausrichtung von Einflussnahme soll eine Brücke zwischen individuellen Ambitionen und den Bedürfnissen der Gemeinschaft schlagen.

Inwieweit hat Ihr beruflicher Werdegang Ihr Idealbild von einem Unternehmen beeinflusst?

Ich würde nicht sagen, dass ich ein ideales Unternehmensbild habe, sondern ein verantwortungsbewusstes Unternehmensbild. Wie bereits erwähnt, ist es wichtig, dass wir uns unserer Wirkung und unserer Absichten bewusst sind.

Mein Werdegang hat mich geformt, mich wachsen lassen, mich infrage gestellt und mir vor allem die Möglichkeit gegeben, unzählige »schöne« Menschen auf allen Ebenen kennenzulernen. So ist eine Person, die sich um die Reinigung der Toiletten kümmert, für mich genauso wichtig wie ein Vorstandsvorsitzender, und ich schenke ihr die gleiche Aufmerksamkeit und das gleiche Gehör. Um auf allen Ebenen ein guter Gesprächspartner und verlässlicher Partner zu sein, musste ich breite, solide und erprobte Grundlagen und Erfahrungen erwerben.

Als Teenager wollte ich Astronaut werden. Nach einem kurzen Aufenthalt in Physik an der EPFL – der »Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne« – studierte ich in der Ingenieurschule Freiburg Chemie und begann meine Karriere in der Industrie im Energiebereich. Ich habe nie aufgehört zu lernen, anzuwenden, zu schreiben, zu teilen, zu geben und zu empfangen und das in der Schweiz und im Ausland, in KMUs und multinationalen Unternehmen, im privaten und öffentlichen Bereich.

So hat mir mein Werdegang Legitimität und praktische Beispiele für die Umsetzung der von mir entwickelten Prinzipien und Vorgehensweisen verliehen. Dies hat meine Vision, durch die endlich vereinten Hebel der »Leadership« und der »Oktokratie« zu einer besseren Welt beitragen zu wollen, nur noch verstärkt.

Welche weiteren Ziele haben Sie für Ihre berufliche Zukunft?

Meine Ziele für die Zukunft sind nicht nur ambitioniert, sondern auch tief mit meinem Wunsch verbunden, der Gesellschaft einen maximalen Nutzen zu geben und Inspirationsquelle für möglichst viele zu sein. Es ist mein Anliegen, die »Oktokratie« weltweit als revolutionäre Organisationsform zu etablieren, die es ermöglicht, auf einfache und relevante Weise



»Es ist mein Anliegen, die ›Oktokratie‹ weltweit als revolutionäre Organisationsform zu etablieren, die es ermöglicht, auf einfache und relevante Weise positive Veränderungen in Unternehmen und der Gesellschaft zu bewirken.«

positive Veränderungen in Unternehmen und der Gesellschaft zu bewirken. Indem ich Trainer, Partner und Unternehmer dazu inspiriere, die »Oktokratie« anzuwenden, strebe ich danach, ein Netzwerk von »Cofluencern« aufzubauen, die gemeinsam für einen sinnvollen und nachhaltigen Wandel eintreten.

Darüber hinaus ist es mein Ziel, mich selbst überflüssig zu machen, indem ich möglichst viele dazu bewege, unabhängig zu agieren und somit autonom zu einer besseren Welt beizutragen. Dies erlaubt mir, Zeit in die nächste Stufe

meiner Beiträge zu einer besseren Welt zu investieren: die Realisierung meines Traumes, das »Kloster der aufgehobenen Zeit« zu schaffen. Dieser Ort, fernab vom religiösen Verständnis, sondern tief in spiritueller Bedeutung verankert, soll Menschen auf einem siebentägigen Initiationsweg begleiten, um drei Projekte zu entwickeln – für sich selbst, ihre Familie und die Gesellschaft. Durch diese Projekte und die Weitergabe ihrer Erfahrungen in einem Video-Testimonial regen sie andere an, den gleichen Weg zu beschreiten. So tragen wir gemeinsam zu einer besseren Welt bei. ♦ LT (L)



Wolfgang Grupp
2017 bei der
Aufzeichnung
der ZDF-Talkshow
Markus Lanz.

EIN GASTBEITRAG VON MARTIN LIMBECK

WOLFGANG GRUPP IST ABGETRETEN: Wer spricht jetzt für das Unternehmertum in Deutschland?

Nach 54 Jahren an der Spitze des Trigema-Konzerns hat Wolfgang Grupp die Geschäftsführung zum Jahreswechsel 2023/24 an seine Kinder übergeben. Wieso das ein Anlass ist, sich Gedanken zur Sicht- und Hörbarkeit des deutschen Mittelstandes zu machen und warum Unternehmertum in meinen Augen eine Verantwortung mit sich bringt, beleuchte ich in diesem Beitrag.

Unternehmer aus Leidenschaft

Anlässlich des Führungswechsels bei Trigema gab Wolfgang Grupp Focus Online ein Interview, über das ich zufällig bei Recherchen für mein nächstes Buch gestolpert bin. Einige Dinge, die er gesagt hat, haben mich zum Nachdenken gebracht. Angesprochen auf seinen Rückzug aus der Führungsabteilung sagte er fast schon trotzig: »Das ist ein ganz normaler Prozess, irgendwann hört alles auf. Ich bin ja nicht morgen tot oder gehe nicht mehr in die Firma.«

Ich habe diesen Satz mehrfach gelesen und für mich ist jetzt rückblickend klar: Das, was da passiert ist, war nicht einfach nur ein Geschäftsführer, der die Zügel seinen Kindern überlassen hat. Es bedeutet auch das Ende einer Ära. Denn wo findest du heute noch Unternehmer, die wie Grupp mit Leib und Seele für ihre Company eintreten? Und die als Unternehmer weiterdenken und handeln und sich um ihren Betrieb bemühen werden, solange sie dazu gesundheitlich in der Lage sind? Weil sie Freude daran haben, ihren Sinn daraus beziehen – und sich als Unternehmer auch in der gesellschaftlichen Verantwortung sehen? Solche Menschen sind leider selten geworden.

Was wird auf deinem Grabstein stehen?

In diesem Zusammenhang möchte ich gerne von einem Erlebnis erzählen, das ich

letztes Jahr im Frühling hatte. Ich war nach einem Termin in Berlin unterwegs und hatte spontan Lust, mir ganz in der Nähe den Dorotheenstädtischen Friedhof an der Chausseestraße anzusehen. Ein guter Freund hatte mir erzählt, dass dort viele Prominente ihre letzte Ruhe gefunden haben, unter anderem Bertolt Brecht und Johannes Rau.

Mehr oder weniger zufällig gelangte ich bei meinem Spaziergang an das Grab von Hans Wall. Geboren in Künzelsau, also ein schwäbisches »Käpsele« wie Reinhold Würth. Hans Wall ist der, der die Städte mit diesen Stadtmöbeln ausgestattet hat, die dann Werbeflächen bieten ▶

»Das ist ein ganz normaler Prozess, irgendwann hört alles auf. Ich bin ja nicht morgen tot oder gehe nicht mehr in die Firma.«
– Wolfgang Grupp



Die Familiengrabstätte
in Burladingen.



Der Firmensitz in Burladingen.



»Aber das Schönste
im Leben ist nicht, sein
Geld zu zählen,
sondern dass man von
anderen das Gefühl
bekommt, noch
gebraucht zu werden.«
– Wolfgang Grupp

– Litfaßsäulen, Bushaltestellen, beleuchtete Glaswände. Was mich jedoch vor allem hat innehalten lassen, war die Inschrift auf seinem Grabstein. Unter seinem Namen und den Lebensdaten steht einfach nur: »Unternehmer«. Das ist ein Statement. Ich habe mir diesen Grabstein lange angesehen, und ich muss sagen, ich war berührt. Und fasziniert. Ich finde, das ist nicht nur eine Tätigkeitsbezeichnung. Es ist auch ein Vermächtnis, eine Mission. Unternehmertum ist etwas, worauf wir durchaus stolz sein können, auch wenn wir im Wind stehen und manchmal sogar im Feuer.

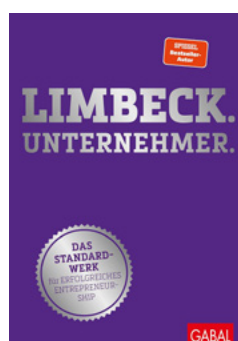
Als wahrer Unternehmer hörst du nie richtig auf

Danach gefragt, was er denn nun mit seiner Zeit anfangen werde, antwortete Grupp im Interview ganz lapidar: »Der

Tagesablauf wird ähnlich bleiben. Vielleicht stehe ich eine halbe Stunde später auf, weil ich nicht mehr so verplant bin. Aber das Schönste im Leben ist nicht, sein Geld zu zählen, sondern dass man von anderen das Gefühl bekommt, noch gebraucht zu werden.« Dem musst du nichts mehr hinzufügen. Das ist für mich Unternehmertum auf den Punkt gebracht.

Wenn es nur ums Geld gehen würde, hätte ich schon längst aufhören können. Doch was dann? Soll ich den ganzen Tag mit der Angel am See sitzen? Durch die Welt reisen? Mich darum bemühen, Präsident von Rot-Weiss Essen zu werden? Das wäre zwar irgendwie cool, keine Frage. Doch der Grund, warum ich morgens aufstehe, ist ein anderer. Solange es Menschen gibt, die ich in ihre Kraft bringen und bei der Umsetzung ihrer Vision unterstützen kann, mache ich weiter. So einfach ist das. Diese Einstellung vermisste ich allerdings bei vielen Entrepreneuren. Ich erlebe immer öfter junge Gründer, zuletzt beim Founder Summit in Wiesbaden, die schon beim Erstellen des Business-Plans nur einen Fokus haben. Ihnen geht es im Kern gar nicht darum, wie sie mit ihrem Produkt oder ihrer Dienstleistung Menschen helfen, eine konkrete Herausforderung zu lösen oder ein Bedürfnis zu stillen. Nein – alles zielt darauf hin, den Laden möglichst schnell zu skalieren und zu verkaufen. Und das finde ich wirklich schade. Bitte

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



nicht falsch verstehen: Ich habe nichts dagegen, eine Company irgendwann zu verkaufen. Doch schon von vornherein als einziges Ziel den Verkauf zu haben? Das ist eine Motivation, die ich persönlich nicht nachvollziehen kann.

Wir haben eine Verantwortung!

In meinen Augen bist du als Unternehmer mehr als »nur« der Gründer oder Eigentümer eines Unternehmens. Wenn du dich dafür entscheidest, hast du auch eine Verantwortung deinen Mitarbeitern gegenüber. Und du bist natürlich auch in der Haftung. Wenn du dich verzockst, war es das schlimmstenfalls mit deiner Company und du musst Insolvenz anmelden. Dieses Bewusstsein scheint jedoch immer mehr Menschen zu fehlen. Auch dazu hat Wolfgang Grupp etwas gesagt, was in meinen Augen den Nagel auf den Kopf trifft: »Alles verändert sich; wir versuchen, mit der Zeit zu gehen, auch wenn heute seltsamerweise oft der Ehrliche der Dumme ist.«

Ein Gedanke, den ich gerade in den letzten Jahren auch immer wieder hatte. Ich kenne viele Mittelständler, die sich ein Bein ausgerissen und während der Corona-Pandemie oder aufgrund der Inflation schlaflose Nächte hatten. Sie haben die Gehälter aus eigener Tasche bezahlt, weil die Unterstützung durch die Regierung abgelehnt wurde oder viele Monate auf sich hat warten lassen – und dann nicht mehr als ein Tropfen auf den heißen Stein war. Wie kann es sein, dass Konzerne wie

Karstadt, Kaufhof und viele mehr mit Millionen bezuschusst wurden und nun einfach heimlich, still und leise in die Insolvenz verschwinden? Mehrere Tausend Menschen verlieren deswegen ihre Arbeitsstelle. Was läuft da ab? Wieso wird da niemand zur Verantwortung gezogen?

Lasst uns für den Mittelstand eintreten!

Für mich steht fest: Wenn du als Unternehmer darauf wartest, dass die Politik dir hilft, kannst du den Laden auch direkt dichtmachen. Geht schneller und kostet dich weniger Nerven. Wenn du es schaffen willst, solltest du dich in erster Linie auf dich selbst verlassen. Ich kann daher gut verstehen, warum es nicht wenige Unternehmer sind, die sich aus der Öffentlichkeit heraushalten, sich auf ihr Business und ihre Kunden fokussieren und ansonsten unter dem Radar fliegen. Allerdings halte ich es auch für wichtig, dem Unternehmertum eine Stimme zu geben. Darin sehe ich als Unternehmer meine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft. Auch wenn du dich damit angreifbar machst und dir ein dickes Fell wachsen lassen musst, denn der Gegenwind ist manchmal ganz schön rau.

Das hat Wolfgang Grupp nie gestört. Mich auch nicht. Ich hoffe, dass sich noch andere ein Beispiel an Grupp nehmen werden und ihre Stimme dafür einsetzen, dass der Mittelstand in Deutschland endlich wieder als das erkannt, gesehen und gehört wird, was er ist: die tragende Säule, auf der unsere Wirtschaft steht. ♦

Der Autor



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

»Alles verändert sich; wir versuchen, mit der Zeit zu gehen, auch wenn heute seltsamerweise oft der Ehrliche der Dumme ist.«

– Wolfgang Grupp

Wolfgang und Elisabeth Grupp mit Tochter Bonita und Sohn Wolfgang bei der Verleihung des Deutschen Gründerpreises 2015 in Berlin.





Riccardo Campisi und **Melina Witzigmann** sind Instagram-Marketing-Experten und helfen Unternehmern, ihr Marketing zu automatisieren. Sie sind außerdem ERFOLG Magazin Top-Experten.

Botschaften kommen beim Nutzer an

Werbung mit Instagram-Reels fügt sich ins kreative Umfeld ein

Influencer haben die Werbebranche in den vergangenen Jahren bereits nachhaltig verändert. Inzwischen haben Reels den Status als Hunde- und Katzen-Content überwunden und sind zu einem wichtigen Tool fürs Marketing geworden. Riccardo Campisi und Melina Witzigmann haben dieses Potenzial erkannt und zu ihrem Business gemacht. Für die beiden Instagram-Marketing-Experten ist die Vermittlung von Fakten in einem kreativen Umfeld der Schlüssel zu mehr Aufmerksamkeit. In unserem Interview erklären sie, worauf es dabei ankommt.

Riccardo, Melina, mit Instagram-Marketing hat Werbung ein neues Kapitel

aufgeschlagen. Was ist aus eurer Sicht daran besonders?

Instagram-Marketing hat die Werbung revolutioniert, indem es Unternehmern ermöglicht, eine direkte und interaktive Beziehung zu ihrer Zielgruppe aufzubauen. Die Plattform bietet einzigartige Möglichkeiten, durch visuell ansprechende Inhalte wie Fotos und Videos Geschichten zu erzählen und Markenidentitäten zu stärken. Zudem ermöglicht Instagram eine zielgerichtete Ansprache der Zielgruppe, um die Reichweite und Glaubwürdigkeit zu steigern.

Reels, die hauptsächlich der Unterhaltung dienen, sind inzwischen zu einem wichtigen Tool geworden. Wann und wie habt ihr das für euch als Business erkannt?

Die Bedeutung von Reels als wichtiges Marketing-tool haben wir erkannt, als wir sahen, wie effektiv sie Aufmerksamkeit generieren und die Reichweite steigern können. Durch ihre kurze unterhaltsame Form eignen sich Reels hervorragend, um die Zielgruppe anzusprechen und Botschaften auf kreative Weise zu vermitteln. Die Produktion von Reels



ist zu einem wichtigen Bestandteil des Instagram-Marketings geworden. Die Erstellung ansprechender Inhalte erfordert jedoch Zeit und Ressourcen. Dieses Problem haben wir erkannt. Um Erfolge zu erzielen, ist es wichtig, hochwertige, professionelle Reels zu produzieren und die Skripte dafür maßgeschneidert zu entwickeln, um das Potenzial auch wirklich zu nutzen und die Zielgruppe optimal anzusprechen.

Ein gutes Reel ist das eine – aber wie erreicht man auf Instagram Reichweite?

Um auf Instagram Reichweite zu erzielen, ist es wichtig, qualitativ hochwertige und ansprechende Inhalte zu erstellen, die die Zielgruppe interessieren. Eine klare Call-to-Action in den Reels kann die Interaktion mit den Zuschauern steigern und zu mehr Engagement führen. Zudem ist es wichtig, regelmäßig zu posten, relevante Hashtags zu verwenden und mit der Community zu interagieren, um die Sichtbarkeit zu erhöhen. Auch die Nutzung von Instagram-DM-Marketing und Chat-Automatisierungen kann helfen, die Reichweite zu steigern und Interessenten in Kunden umzuwandeln.

Ist Instagram-Marketing ein vollwertiges Feld in der Marketinglandschaft oder gibt es auch Branchen, für die das nicht geeignet ist?

Instagram-Marketing ist ein vollwertiges Feld in der Marketinglandschaft und eignet sich für eine Vielzahl von Branchen, insbesondere für solche, die visuell ansprechende Inhalte nutzen können, um ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Allerdings gibt es auch Branchen, für die Instagram weniger geeignet sein könnte, insbesondere wenn die Zielgruppe nicht aktiv auf der Plattform ist oder wenn die Produkte oder Dienstleistungen visuell schwer darstellbar sind.

Auf Instagram gibt es viele Trends, die bewusst kopiert und modifiziert werden. Ist das dem Marketing dienlich oder eher nicht?

Das Kopieren und Modifizieren von Trends auf Instagram kann dem Marketing dienlich sein, solange es kreativ und authentisch umgesetzt wird. Trends bieten die Möglichkeit, aktuell und relevant zu bleiben und die Zielgruppe auf eine unterhaltsame Weise anzusprechen. Allerdings ist es wichtig, die eigene Markenidentität nicht zu vernachlässigen und sicherzustellen, dass die Trends zur Marke und zur Zielgruppe passen.

Werbung war nie so unkonventionell wie heute. Macht es das einfacher oder ist die Herausforderung, Aufmerksamkeit zu gewinnen, noch größer geworden?

»Die Produktion von Reels ist zu einem wichtigen Bestandteil des Instagram-Marketings geworden.«

Die unkonventionelle Natur der heutigen Werbung bietet neue kreative Möglichkeiten, Aufmerksamkeit zu gewinnen, kann aber auch die Herausforderung vergrößern, da die Konkurrenz um die Aufmerksamkeit der Nutzer intensiver geworden ist. Um sich abzuheben, ist es wichtig, einzigartige und ansprechende Inhalte zu erstellen, die die Zielgruppe fesseln und einen Mehrwert bieten.

Könnt ihr schon neue Trends ausmachen?

Instagram Broadcast Channels, die im vergangenen Jahr eingeführt worden sind, ermöglichen es Unternehmern, praktische Updates an alle Mitglieder des Channels zu senden. Wir haben in diesem Interview bereits über Engagement gesprochen, und Broadcast Channels bieten genau das: Du kannst exklusive Inhalte, Updates, Umfragen, Links zu neuen Produkten und andere Ankündigungen direkt in die Posteingänge deiner Mitglieder des Channels senden. Sie sind auch großartig, um Nutzer auf alte Beiträge hinzuweisen, die möglicherweise übersehen wurden. Um Feedback zu Produkten, Dienstleistungen oder sogar

nur zum Inhalt zu erhalten, könnten Umfragen ein Instagram-Trend sein, dem man im Jahr 2024 folgen sollte. Sie sind einfach einzurichten, in den Kommentaren und Storys verfügbar und ermöglichen es den Nutzern, ihre Meinung zu äußern, ohne die App verlassen zu müssen. Umfragen sammeln nicht nur wichtige Informationen, sondern lassen auch die Menschen in der Community sich wertgeschätzt fühlen. Sie werden nach ihrer Meinung gefragt und durch die Umfrage interagieren sie mit dir. Wenn du wissen möchtest, was deine Follower wirklich denken, beginne mit dem Erstellen von Umfragen.

Das Instagram-Marketing im Jahr 2024 bietet Unternehmern vielfältige Möglichkeiten, ihre Marke zu präsentieren und neue Kunden zu gewinnen. Automatisierte Prozesse und professionelle Unterstützung können die Präsenz auf Instagram nachhaltig stärken und lassen das Geschäft skalieren. Wer sich von den aktuellen Trends inspirieren lässt, kann das Potenzial von Instagram-Marketing nutzen, um den Erfolg zu steigern. ♦MK (L)



Ellen Lutum ist Autorin, Verlegerin und Coach. Sie ist Unternehmerin geworden, um ihre Ziele unabhängig erreichen zu können.



Wenn der Markt nicht passt, hilft gründen

Ellen Lutum findet ihren Weg über den eigenen Verlag

Selfpublishing ist eine interessante Alternative zum etablierten, aber oft sperrigen Verlagswesen. Auch Leser werden immer offener für diese Methode und schauen nicht nur auf bekannte Verlagsnamen. Diese Erfahrung hat Autorin und Coach Ellen Lutum gemacht. Ihr erstes Buch, das sie 2020 veröffentlicht hat, stieß auf großes Interesse bei den Lesern. Jedoch stellte sie fest, dass der Vertrieb über den Buchhandel nicht zufriedenstellend war und monetäres Potenzial verschenkt wurde. Sie beschloss deshalb, ihren eigenen Verlag zu gründen. Was für Vorteile es hat, selbst Verlegerin zu sein, und welchen Weg sie als Gründerin gegangen ist, erzählt Ellen Lutum in unserem Interview.

Frau Lutum, Sie haben einen eigenen Verlag gegründet. Warum war Selfpublishing keine Alternative für Sie?

Beim Selfpublishing gibt es einen Haken, den ich persönlich sehr ärgerlich finde: der stationäre Buchhandel. Die Buchhändler haben kaum eine Chance, die Bücher zu bestellen. Und wenn, haben diese Lieferzeit von zwei bis drei Wochen. Wer wartet denn heute noch so lange auf ein Buch?

Ich fand es sehr ungünstig, dass der Buchhandel so ausgeschlossen wird. Die Lösung war deshalb: Mein Mann und ich gründen einen eigenen Verlag. Mit meinen sechs Büchern hatten wir ja schon eine gute Basis, dazu hatten wir ein Kartenset und gingen mit den Großhändlern ins Gespräch. Heute sind wir mit unserem Verlag bei allen drei Großhändlern gelistet und so sind die Bücher ohne Probleme in den Buchhandlungen erhältlich. Das war für uns irgendwie der nächstlogische Schritt.

Ein Buch zu schreiben und ein Unternehmen zu führen, sind zwei unterschiedliche Dinge. Woran haben Sie erkannt, dass das Unternehmertum etwas für Sie ist? Da haben Sie vollkommen recht. Woran erkennt man das? Ich kann es gar nicht

so genau sagen – irgendwann habe ich angefangen, mein »Ellen Lutum Life Coaching«-Unternehmen zu vergrößern. Ich habe Freelancer beschäftigt, ein Team aufgebaut und Arbeiten outgesourct – da wurde mir erstmalig bewusst, dass ich ein Unternehmen führe.

Bei dem Verlag ist es wieder so: Wir haben auch wieder einen großen Pool von Freelancern, ich betreue die neuen Autorinnen, führe die Gespräche, begleite beim Schreiben, bis das Manuskript in das Lektorat geht. Mein Mann ist für den Vertrieb und die technische Umsetzung des Marketings und der ganzen Bücher zuständig. Ich wusste nicht, dass ich Lust auf Unternehmertum habe. Bis ich es einfach gemacht habe.

»Wir tun das, weil wir daran glauben, dass es auch anders geht.«

Was hat Ihnen auf dem Weg zum Ziel geholfen?

Zu erkennen, dass es gar kein Ziel gibt. Es ist ein Weg. Und dieser Weg ist voller Höhen und Tiefen. Diese müssen wir irgendwie lernen zu reiten und zu genießen. In mein Unternehmen bin ich über das Tun hineingewachsen.

Wofür steht Ihr Verlag und wo wollen Sie damit hin?

Wir möchten uns bewusst vom Mainstream unterscheiden. Ich habe mit so tollen Autorinnen gesprochen, die einfach nur frustriert waren. Selbst langjährige Autoren sind von vielen Verlagen enttäuscht. Heute zählen nur Follower-Zahlen, Reichweite,

Profit – dabei brauchen wir mehr denn je Geschichten und Inspirationen. Wir möchten Autoren ermutigen, nicht auf diese Zahlen-Daten-Fakten-Vorwände zu hören, sondern trotzdem zu schreiben und auch zu veröffentlichen. Zu fairen Tantiemen und offenem Marketing. Wir tun das, weil wir daran glauben, dass es auch anders geht. Ich habe als Selfpublisherin veröffentlicht und kaum einer hat an diesen Erfolg geglaubt. Trotz der ganzen Zweifler ist etwas Großartiges entstanden. Das möchten wir auch anderen ermöglichen. Nicht jeder hat die finanziellen Ressourcen, um selbst ein Buch herauszubringen.

Welche Bücher nehmen Sie unter Vertrag und warum?

Wir haben uns entschieden, uns auf Ratgeber zu konzentrieren. Das ist ein unfassbar breites Feld und ermöglicht so auch ganz viele unterschiedliche Themen. Die Menschen sind oftmals bei vielen Dingen und in gewissen Lebenssituationen überfordert oder verunsichert – wir möchten mit unseren Büchern gerne helfen.

Was sind Ihre Tipps für den Weg von der Buchidee zum gedruckten Exemplar?

Erstens: Schreiben. Es nützt nichts, nur eine gute Idee zu haben. Bitte setzt euch hin und tut es!

Zweitens: Schreibt mit einer Schreibbegleitung. Denn wir sind selber großartig darin, uns selber Dinge mieszureden. Der Zweifel ist ein treuer Begleiter beim Schreiben und da braucht es einen Cheerleader von außen, der diesen Prozess unterstützt.

Drittens: Macht euch klar, dass euer Buch nicht für jeden etwas ist. Ihr müsst nicht allen gefallen. Nehmt euch miese Kritik nicht so zu Herzen und habt auch keine Angst davor.

Viertens: Es gibt schon so viele Bücher, aber noch keins aus eurer Sicht, mit euren Erfahrungen und mit eurer Tonalität. Schreibt es. Bringt es raus! ♦ NP



TALK

Do, 02.05.

Experte: Unternehmensnachfolge rechtzeitig planen

Thorsten Luber von Luber Consulting ist zu Gast im wirtschaft tv Talk mit wirtschaft tv Chefanchor Sascha Oliver Martin. Der Experte für Unternehmensnachfolge ist der Meinung, dass sich Konzerne so früh wie möglich um ihre Nachfolge ...



NEWS

Fr, 26.04.

US-Kongress: Milliarden für die Ukraine

Nach monatelanger Hängepartie hat der US-Kongress mit Zustimmung des Senats milliarden schwere Hilfen für die Ukraine gebilligt. US-Präsident Joe Biden hat das Gesetz unmittelbar nach der Entscheidung bereits unterzeichnet. Es sieht Hilfen in Höhe ...



BÖRSE

Fr, 26.04.

Experte: Risiken und Chancen des Immobilienmarkts

Gordon Grundler, Geschäftsführer von Primus Valor, ist Experte für den Immobilienmarkt und zu Gast im wirtschaft tv Börsentalk. Im Gespräch mit Börsenkorrespondent Mick Knauff geht er auf die große Unruhe in der Immobilienbranche ...



Do, 18.04.

Experte: Vertriebsstrategien im dynamischen Markt

Reik Mollenhauer, Gründer und CEO von TripleA Trainer und Triple A Concept, ist zu Gast im wirtschaft tv Talk und erklärt im Gespräch mit wirtschaft tv Chefanchor Sascha Oliver Martin, welche Veränderungen er in der Arbeitswelt seit der ...



Mo, 29.04.

Militärausgaben steigen auf Rekordwert

Die weltweiten Militärausgaben haben 2023 einen neuen Höchststand erreicht. Für diesen beispiellosen Anstieg sei auch der Krieg zwischen Russland und der Ukraine ...

Di, 30.04.

Einzelhandel wartet vor Geisterstädten

Die Zahl der Einzelhandelsgeschäfte sinkt in Deutschland seit Jahren. Der Handelsverband Deutschland (HDE) warnt jetzt vor sogenannten »Geisterstädten« und ruft die ...

Di, 30.04.

Bargeld: Handel will keine Gebühren mehr zahlen

Vergangene Woche hatten wir von einer Studie des Kölner Handelsforschungsinstituts EHI berichtet. Demnach hatten deutsche Kunden im Einzelhandel ...

Do, 02.05.

Drohnen überwachen Schienennetz

Das Netz der Frankfurter Straßen- und U-Bahnen soll künftig enger mit Hilfe von Drohnen überwacht werden. Die Verkehrsgesellschaft Frankfurt (VGF) hat nach eigenen Angaben ...



Di, 29.04.

Expertin: Zu wenig weibliche Anleger an der Börse

Vermögensexpertin **Dr. Daniela Sußmann** ist der Meinung, dass zu wenig Frauen an der Börse investieren. Im wirtschaft tv Börsentalk mit Börsenkorrespondent Mick Knauff geht sie auf die Chancen von weiblichen Anlegern ein. Sind deren ...



DOKU / REPORTAGE

Amazon Prime Video

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.



Reportage

Geschäfte unter Palmen – Die Mallorca Reportage

Mallorca: Hier trifft man nicht nur deutsche Urlauber, sondern auch immer mehr deutsche Unternehmer. Die Insel lockt mit 300 Sonnentagen im Jahr, mediterranem Klima und der spanischen Lebensart. Arbeiten, wo andere Urlaub machen.



LIFESTYLE

Online

Frank Thelen: Scheitern für den Erfolg!

Unternehmer und Investor Frank Thelen und seine Frau, die Kieferorthopädin Nathalie Thelen-Sattler stellen sich auf der Remus Lifestyle Night den Fragen von wirtschaft tv Moderatorin Nele Ludwig. Auf der Remus Lifestyle Night 2023 verraten sie, was sie beruflich und privat wirklich weitergebracht hat.

Online

Rihanna bricht Spotify-Rekord ohne neuen Song

Rihanna bricht Rekorde mit ihrer Musik obwohl sie seit Jahren keinen eigenen Song mehr veröffentlicht hat. Wie der Streamingdienst »Spotify« im Juli 2023 auf Instagram verkündet hat, ist Rihanna die erste weibliche Künstlerin, deren zehn Songs eine Milliarde Mal gestreamt wurden. Auch Rihanna teilte diesen ...

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



BEST OF VERTRAG UND VERHANDELN

»Lach doch mal!«



münden, der als Eisbrecher in verfahrenen Situationen helfen kann.

Ich selbst hatte mich vor Jahren einmal in eine eher suboptimale Verhandlungsposition gebracht, aus der man argumentativ eigentlich nur schwer wieder herauskommen konnte. Hier half nur Flucht nach vorne und Charmeoﬀensive. Ich war erfolgreich mit der Einleitung »Ich würde es gerne mit Konrad Adenauer halten: Was interessiert mich mein Geschwätz von gestern, können wir es doch anders machen?«.

Hiermit habe ich einerseits eine gewisse Inkonsequenz in meinem Verhandlungsverhalten zugegeben, gleichzeitig aber augenzwinkernd mich selber nicht so ernst genommen und dem Gegenüber signalisiert, dass auch auf der anderen Seite ein Mensch und keine Maschine sitzt. Und am Ende sind es Menschen, die sich vertrag(en) wollen.

Natürlich sollen Sie in Verhandlungen immer authentisch sein, aber Humor hat noch nicht geschadet und diskreditiert Sie auch nicht als guten und seriösen Verhandler. Denn, wie Arthur Schnitzler richtig sagte: »Ein ernster Mensch sein und keinen Humor haben, das ist zweierlei.« ♦

Manchmal hat man bei Verhandlungen das Gefühl, dass man sich eher in einem Kriegsgebiet als an einem Verhandlungstisch befindet. Schnell spricht man dann auch vom »Gegner« statt vom »Partner«. Das wohl bekannteste Verhandlungskonzept, das Harvard-Konzept, hat daher schon vor Jahrzehnten empfohlen, in der Sache hart, aber weich zu den Menschen zu verhandeln.

Das bewährte Konzept macht auch vor dem Hintergrund Sinn, dass in den meisten Fällen Verhandlungen am Ende in eine vertragliche Beziehung münden, die Sie manchmal über Jahre an den Partner bindet. Ist dann eine zu harte Vorgehensweise im Vorfeld der ideale Start?

Auch wenn Sie nicht dem Epizentrum des rheinischen Frohsinns entsprungen sind, versuchen Sie es doch einmal mit Humor und Freundlichkeit. Das beginnt schon bei einem freundlichen Lächeln (was man auch mit den Augen machen kann), setzt sich über ein interessiertes Nicken fort und darf auch gerne einmal in einen Scherz

Der Autor



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

... versuchen Sie
es doch einmal
mit Humor und
Freundlichkeit.

Rüdiger Maas studierte Psychologie und Philosophie. Seit 2012 forscht er zum generationenbedingten Verhalten. Mit seinen Büchern wurde er zum Spiegel-Bestsellerautor.

Generationen im Clinch: Alles nur ein Missverständnis?

Sie fordern die Vier-Tage-Woche und streben nach einer Work-Life-Balance, die mit ihrem Lifestyle matcht – die Gen Z setzt derzeit alles daran, die Arbeitswelt mächtig umzukrempeln; so scheint es zumindest. Welche wirtschaftlichen Folgen aus einer solchen Haltung resultieren können und wie eine Integration der jungen Generation in das Arbeitsleben gelingen kann, weiß der Spiegel-Bestsellerautor und Generationenforscher Rüdiger Maas. Im Interview spricht er über sein neues Buch und erläutert, warum der viel zitierte Generationenkonflikt seiner Meinung nach auf einem großen Missverständnis basiert.

Herr Maas, seit über zehn Jahren forschen Sie jetzt zum Thema generationenbedingtes Verhalten. Welches Ihrer bisherigen Ergebnisse hat Sie dabei am meisten überrascht – und warum?

Wie wenig junge Menschen tatsächlich hinter der Nachhaltigkeit stehen. Das wurde, bevor wir es untersucht haben, medial völlig anders dargestellt.

Nun haben Sie mit »Generation arbeitsunfähig« ein Buch über die Generation Z und ihren Einfluss auf die Arbeitswelt geschrieben. An wen richtet sich das Buch und was wollen Sie damit erreichen?

Tatsächlich an alle Lesergruppen: jung wie alt. Der Kern behandelt zwar die Arbeitswelt, aber die Auswirkungen und Perspektiven treffen uns gesamtgesellschaftlich.

Der Konflikt zwischen der Gen Z und den Boomern ist derzeit in aller Munde. Aber wie kommt es zu einem Aufeinanderprallen der laut Medienberichten unterschiedlichen Ansichten? Spielen die Generationen X und Y dabei überhaupt keine Rolle? Das »Aufeinanderprallen«, worauf das Wort Konflikt ja rekurriert, sehe ich gar nicht. Mittlerweile glaube ich tatsächlich, dass die Generationen komplett aneinandervorbeisprechen. Wie zwei Autos in einem Parkhaus, die eben nicht zusammenprallen können, da sie auf unterschiedlichen Ebenen fahren, aber sich dennoch die Schuld an einem potenziellen Unfall vorwerfen.

Denn ist es nicht widersprüchlich, den Jüngeren vorzuwerfen, weniger zu machen, und ihnen gleichzeitig alles anzubieten und somit erst die Chancen zu ermöglichen, weniger machen zu können ...?

Am Ende widmen Sie sich der Frage, wie Unternehmen Gen-Z-Mitglieder erfolgreich einbinden können. Gibt es Ihrer Erfahrung nach bereits gelungene oder weniger gelungene Beispiele für eine Integration der Generation Z?

»Generation arbeitsunfähig«

von **Rüdiger Maas**

320 Seiten

Erschienen: März 2024

Goldmann Verlag

ISBN: 978-3-442-31739-4



Jede Menge! Im Buch beschreibe ich auch genau diese. Grob zusammengefasst geht es eben nicht darum, wieder neue Incentives anzubieten, sondern sich wieder gemeinsam auf die Arbeit zu konzentrieren. Also weniger der Fokus auf Vier-Tage-Woche und Goodies als vielmehr auf die Frage, was der/die Neue denn acht Stunden am Tag machen soll?

Ist es sinnvoll, sich langfristig auf die Gen Z einzustellen? Inwiefern gibt es bereits Erkenntnisse darüber, wie die Generation Alpha ihre berufliche Zukunft gestalten will?

Die nächste Generation, die kommt, wird nicht einfacher! Ignoriere ich die Generation, tue ich mich bei der nächsten Generation eventuell noch schwerer. Wir sprechen von einem Dominoeffekt: Bleibt ein Stein aus und die Lücke ist zu groß, können die weiteren Steine nicht mehr angestoßen werden.

Was aber nicht bedeutet, dass ein Unternehmen sich für jede neue Generation komplett ändern muss. Vielmehr muss ein Unternehmen es ermöglichen, dass die Neuen auch eine Chance haben, das Unternehmen und die Tätigkeit wahrnehmen zu können. Im wahrsten Sinne des Wortes! ♦ AS

»Grob zusammengefasst geht es eben nicht darum, wieder neue Incentives anzubieten, sondern sich wieder gemeinsam auf die Arbeit zu konzentrieren.«



Ein Blick in die Geschichte zeigt, dass Veränderungen und Wandel immer existierten und Unternehmer davon auch profitierten, nicht zuletzt durch Wachstum.

New Work

– nur ein alter Hut?

EIN GASTBEITRAG VON YVONNE LEYENDECKERS

TEIL 1 VON 4: DIE VERGANGENHEIT DES ZUKÜNFTIGEN ARBEITENS

Warum ist der Begriff »New Work« heutzutage in Verbindung mit dem Ruf nach Wandel so relevant?

Möglicherweise liegt es daran, dass unsere Wirtschaft noch weit davon entfernt ist, die langjährigen Forderungen der Arbeitswelt zu erfüllen. Vielleicht, weil der individuelle Gewinn immer noch über dem langfristigen Erfolg des Unternehmens oder sogar des Landes steht. Oder vielleicht, weil einige Menschen aufgehört haben, ihr Handeln zu hinterfragen, während andere nicht länger bereit sind, physisch oder psychisch geschwächt, angegriffen zu werden oder zu leiden. In den vergangenen 150 Jahren gab es immer Stimmen, die arbeitnehmer- und familienfreundliche Arbeitsmodelle forderten. Immer mehr Unternehmen und Führungskräfte mussten sich verändern, um erfolgreich zu sein oder zu bleiben.

Arbeitskräftemangel ist nicht neu!

Und auch der Arbeitskräftemangel ist uns nicht unbekannt. Die ersten Gäste, die Deutschland offiziell ins Land bat, um fleißig beim Wirtschaftswunder Hand anzulegen, kamen aus Italien. 1955 schloss die Bundesrepublik mit Rom ein Anwerbeabkommen für italienische Arbeitskräfte ab. Im Jahr 1960 folgten Griechenland und Spanien, bis zum Ende der Sechziger zudem Marokko, Portugal, Tunesien und das damalige Jugoslawien. Den größten Einfluss auf diese Entwicklung sollte aber ein nur zwei Seiten umfassendes Papier haben, das am 30. Oktober 1961 unterzeichnet wurde: Das Anwerbeabkommen mit der Türkei führte zum Beginn der Einwanderung von Türkinen und Türken.

Und heute wird deutlich, dass wir erneut eine vergleichbare Situation haben, die sich in den nächsten Jahren noch weiter ausweiten wird, um freie Vakanzen in den

Unternehmen mit Fachkräften zu füllen, die unter anderem durch Unternehmen selbst ausgebildet werden müssen, um den Ansprüchen gerecht zu werden.

Wandel gab es immer schon!

In meinen verschiedenen Rollen in nationalen und internationalen Unternehmen setzte ich kontinuierlich Veränderungen in Gang. Globalisierung, neue Arbeitsformen, Führungsstile und Digitalisierung sind keine neuen Themen. Auch Generationskonflikte gab es schon immer. Ein Blick in die Geschichte zeigt, dass Veränderungen und Wandel immer existierten und Unternehmer davon auch profitierten, nicht zuletzt durch Wachstum.

Eine kurze Reise in die Vergangenheit!

In den 1880er Jahren ereignete sich eine der bedeutendsten Veränderungen in Bezug auf unser Thema. Während der industriellen Revolution vollzog sich ein gewaltiger Wandel in der Arbeitswelt. Viele Menschen verließen die Agrarwirtschaft, um in den Fabriken zu arbeiten. Doch dieser Übergang führte zunächst zu unmenschlichen Lebens- und Arbeitsbedingungen.

Die Arbeiter waren den Fabrikbesitzern vollkommen ausgeliefert, während in den Städten Wohnraum knapp und das Arbeitsumfeld unsicher und ungesund war. Diese Zustände führten zu Arbeiterbewegungen. Eine der prominentesten Figuren dieser sozialen Revolution war der damalige Reichskanzler Otto von Bismarck.

In seiner Autobiographie »Gedanken und Erinnerungen« beschreibt er, wie er sich für die Regulierung der täglichen Arbeitszeit als Normal- oder Maximalarbeitstag einsetzte, damals auf zehn Stunden festgelegt. Seine Bemühungen führten 1878 zur Einführung des Mutterschutzgesetzes, dem Verbot der Kinderarbeit (unter zwölf

Jahren) und der Inspektionen durch Fabrikinspektoren, die heute als Fachkräfte für Arbeitssicherheit oder Auditoren bekannt wären. 1883 folgte die Einführung der Krankenversicherung, 1885 der Unfallversicherung und 1891 der Rentenversicherung. Trotz des Widerstands der Unternehmen wurden diese Maßnahmen umgesetzt. Die Fabrikanten fürchteten, im Wettbewerb nicht mithalten zu können, und sahen ihre Existenz durch finanzielle Belastungen und drohende Verluste bedroht. Haben Sie in unserer Zeit ähnliche Begründungen auch in Ihrem Unternehmen gehört?

Und dennoch können wir uns heute nicht vorstellen, auf diese errungenen Vorteile zu verzichten oder sie nicht zu nutzen. In den nächsten Teilen gehen wir dieser Entwicklung weiter auf den Grund und arbeiten heraus, worum was es wirklich geht.

Freuen Sie sich auf Teil 2 in der founders Magazin Ausgabe 61:

»Die Auswirkungen von New Work auf den Arbeits- und Gesundheitsschutz!« ♦

Die Autorin



Yvonne Leyendeckers ist CHRO, Speakerin, Autorin und Gründerin von Gradus Primus. Sie sammelte 15 Jahre Erfahrung im Personalmanagement.

Erst Businessman, dann Blockadenlöser

Yasin Bilgitay gründet aus der Komfortzone heraus

Yasin Bilgitay hatte eine Manager-Position in einem globalen Konzern. Er reiste geschäftlich durch Europa, hat sehr gut verdient und hat – gekündigt. Nun ist er ein in den USA zertifizierter NLP-Coach mit Business-Hintergrund und hat seine eigene »Neurofly«-Strategie entwickelt. Mit der Gründung seiner eigenen Akademie hat er sich einen Traum erfüllt. Warum er seine Komfortzone mit sechsstelligem Income verlassen hat, und welche Erfahrungen er als Gründer gemacht hat, erzählt er nun in unserem Interview.

Herr Bilgitay, Sie waren oben auf der Karriereleiter, haben eine Kehrtwende gemacht und trotz weiterer Aufstiegsmöglichkeiten selbst ein Unternehmen gegründet – warum im Bereich Persönlichkeitsentwicklung?

Eigentlich war alles super in meinem Leben mit besten Karriereaussichten. Mit den Jahren fing ich an, mein Leben zu hinterfragen und ob das alles gewesen sein soll. Aber ich kam irgendwie nicht aus meiner Komfortzone raus. Ich habe eine Blockade gespürt und fing an, mich mit mir selbst zu beschäftigen und habe mich entschlossen, ein professionelles Coaching

für mehrere tausend Euro zu besuchen. Ich habe das zunächst für mich selbst gemacht und bis zu jenem Zeitpunkt nicht einmal daran gedacht, als Coach tätig zu werden. Im Coaching sind wir auf die Ursache im Unterbewusstsein gestoßen. Ein Thema, von dem ich dachte: »Ach, das liegt ja fast 20 Jahre zurück und ist längst vergessen«. Und dann ging ein Lämpchen auf: »Krass, man kann von einer Person die Blockaden lösen, auch wenn sie die Ursache nicht mal kennt?!«. Da hat mich die Leidenschaft gepackt und ich habe angefangen, alles Wissen aufzusaugen. Heute bin ich aber auch überzeugt: Wenn man Menschen bei ihren

Themen und Blockaden helfen möchte, sollte man vorher seinen eigenen Keller aufgeräumt haben.

Nun hatten Sie ein Ziel. Was waren Ihre nächsten Schritte?

Ich habe zunächst sehr viele Seminare besucht und in meine Ausbildung als Trainer über 100.000 Euro investiert, weil mir eine professionelle Ausbildung wichtig ist. Am Anfang habe ich nur Einzelcoachings angeboten. Später kam immer öfter die Frage, ob man das bei mir lernen kann. Deswegen habe ich mein Geschäftskonzept weiterentwickelt und begonnen, es auszubauen und zertifizierte Elite Trainer auszubilden.

Wie setzt sich Ihre Zielgruppe zusammen?

Es gibt drei Zielgruppen: Menschen, die ihre Blockaden lösen wollen, Menschen, die zusätzlich anderen in ihrem Umfeld helfen wollen und jene, die damit professionell Geld verdienen möchten. Und ich achte ehrlich gesagt sehr darauf, dass nur Teilnehmer in meinen Seminaren sitzen, die auch wirklich lernen wollen und nicht einfach nur, weil man gehört hat, man könne damit gut Geld verdienen.

Sie waren mit Ihrer »Neurofly« Strategie erfolgreich. Warum geben Sie Ihr Wissen weiter?

Eine sehr gute Frage. Ich bin mit meinem Unternehmen gestartet, um anderen Menschen professionell zu helfen und zur Gesellschaft etwas Sinnstiftendes beizutragen. Das bedeutet mir sehr, sehr viel. Dieser Ansatz gibt mir Recht, denn ich

komme dem Anfrage-Ansturm gar nicht nach und ich kann auf eine sehr hohe Empfehlungsquote schauen. In meiner Welt wäre es völlig falsch, zu sagen: Ich behalte das jetzt alles für mich. Also gebe ich das Wissen weiter.

Haben Sie das Unternehmertum in Ihrem Umfeld vorgelebt bekommen?

Ich kann jetzt nicht diese Geschichte erzählen: »Ich war ein armer Schlucker, wir hatten nichts und ich musste bei null anfangen.« Ich bin als Gastarbeiterkind nach Deutschland gekommen und mein Vater hat am Fließband bei Opel gearbeitet. Uns ging es gut, wir hatten alles was wir brauchten. Doch sehr früh, mit 17 Jahren, habe ich dann meinen Vater verloren und für mich gab es nur eine Option. Ich muss etwas aus meinem Leben machen. Später habe ich BWL mit internationalem Schwerpunkt studiert und meine Management-Karriere gestartet. Für die Firma war ich eine Woche in Stockholm, die nächste in Barcelona oder Mailand und habe mit vielen Geschäftsleuten zu tun gehabt. Irgendwann hat mich das nicht mehr erfüllt. Parallel dazu hatte ich meine Leidenschaft für das Coaching entdeckt und begonnen, meine Selbständigkeit

Schritt für Schritt aufzubauen. Und ich hatte viele Kritiker auf diesem Weg. Deswegen mein Tipp an Menschen, die auch gründen wollen: Erstens, nicht sofort das große Geld machen zu wollen, sondern nachhaltig mit Qualität zu wachsen. Zweitens kenne dein »Warum« und halte dir bei Zweifeln die Ohren zu.

Wer ein Unternehmen gründen will, sollte von Beginn an eine Strategie haben. Was schlagen Sie vor?

Wie für einen guten Film benötigt man zuerst ein konkretes Drehbuch. Man sollte schließlich noch vor Drehbeginn wissen, ob man einen Horrorfilm, eine Romanze, oder eine Komödie drehen will. Dann erst sagt der Regisseur, wo es langgeht und stellt die richtigen Fragen. Auf welche Fragen es dabei ankommt, bringe ich den Teilnehmern auch in meinen Seminaren bei. Und dann sorgt der Kameramann für den richtigen Fokus. Als Gründer ist man alle drei in einer Person. Außerdem ist es von Vorteil, wenn das Geschäftsmodell auf eine selbstentwickelte Strategie basiert, denn das hilft dabei, exklusiv zu sein und seine Persönlichkeit einfließen zu lassen. Das ist besonders wichtig, wenn man direkt mit Menschen arbeitet. ♦MK (L)

»In meiner Welt wäre es völlig falsch, zu sagen: Ich behalte das jetzt alles für mich. Also gebe ich das Wissen weiter.«

Yasin Bilgıtay ist ehemaliger Manager und Gründer der internationalen »Neurofly Akademie«. Er ist aus U.S.A. zertifizierter NLP-Coach und hat seine eigene »Neuro-fly«-Strategie entwickelt.



BEST OF WEB

Galeria Karstadt Kaufhof hat neue Investoren



Die insolvente Kaufhauskette Galeria Karstadt Kaufhof hat mit Richard Baker und Bernd Beetz endlich neue Investoren gefunden – und beide Unternehmer sind keine Unbekannten. Der US-Amerikaner Richard Baker hatte schon einmal mit der deutschen Kaufhauskette zu tun: Von 2015 bis 2019 war er über das Warenhausunternehmen Hudson Bay Company Eigentümer von Galeria Kaufhof. Zwischen 2018 und 2019 wurde es dann an die Signa-Gruppe verkauft und mit Karstadt fusioniert. Auch der deutsche Unternehmer Bernd Beetz hat bereits Erfahrung mit der Kaufhauskette: Von 2018 bis 2019 war er Aufsichtsratsvorsitzender der noch neuen Galeria-Karstadt-Kaufhof-Gruppe, bevor er das Unternehmen nach der vollständigen Fusion verließ. »Was uns verbindet, ist die Liebe zum Warenhaus. Es ist Teil der deutschen Lebenskultur«, erklärte Beetz sein Verhältnis zu Baker.

Über die letzten zwei Tage wurden offiziell die Verträge unterschrieben. Diese treten jedoch erst in Kraft, wenn das Amtsgericht Essen und die Gläubigerversammlung dem ausgearbeiteten Insolvenzplan Ende Mai zustimmen. Dieser sieht vor, dass mehr als 70 der ursprünglich 92 Filialen sollen auch weiterhin erhalten bleiben, meinte Galeria-Insolvenzverwalter Stefan Denkhäus ...

Den gesamten Beitrag finden Sie auf founders-magazin.de

Finanzen



Unternehmen halten sich mit Investitionen zurück

Die Unternehmen in Deutschland haben ihre Investitionsvorhaben für das laufende Jahr nach unten korrigiert. Die ifo Investitionserwartungen fielen auf -0,1 Punkte im März, nach +1,2 Punkten im November. »Die globale Nachfrage nach Investitions- und Vorleistungsgütern bleibt schwach und wirtschaftspolitische Unsicherheiten bestehen weiter. Viele Unternehmen verschieben daher ihre Investitionsentscheidungen«, wird Lara Zarges, Konjunkturfachexpertin am ifo Institut, in einer Pressemitteilung zitiert.

Die Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe haben ihre Investitionsvorhaben ...

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

Unternehmen



Problem Unternehmensnachfolge: Traditionsbrauerei schließt nach 672 Jahren

Die Brauerei Karmeliter muss ihren Betrieb nach 672 Jahren einstellen. Grund ist eine fehlende Nachfolge. Am 30. Juni ist im unterfränkischen Salz bei Bad Kissingen der letzte Tag. Laut eines Berichts auf der Onlineplattform t-online geht Inhaber Herbert Brust in den Ruhestand, und seine beiden Söhne verfolgen andere berufliche Pläne. Damit reiht sich die Traditionsbrauerei in eine Reihe von Unternehmen, die mit einer geeigneten Nachfolge zu kämpfen haben. Fünf Jahre sei nach einem geeigneten Nachfolger gesucht worden, heißt es, doch entweder seien Interessenten wieder abgesprungen oder die Banken hätten die Übernahme ...

Den gesamten Beitrag finden Sie auf founders-magazin.de

Unternehmen



Standort Deutschland ist nur Mittelfeld in Europa

Der Standort Deutschland liegt bei der gegenwärtigen Attraktivität für Firmen aus dem eigenen Land nur im Mittelfeld Europas. Dies zeigt eine Umfrage des ifo Instituts und des Instituts für Schweizer Wirtschaftspolitik unter Wirtschaftsexpertinnen und -experten in verschiedenen Ländern. In Deutschland bewerten die einheimischen Befragten die Standortattraktivität mit 61,3 von 100 möglichen Punkten. Österreich erzielte 72,4 Punkte; die Schweiz sogar 72,6 Punkte. »Das ist kein besonders tolles Ergebnis für die deutsche Volkswirtschaft. Insbesondere meinen 78 Prozent der Befragten hierzulande, dass der Wirtschaftsstandort ...

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

Moment
Mal!



Unternehmen

Aldi hat Geburtstags-Tag: Deutschlands Kult-Discounter wird 111 Jahre alt

Im April 1913 wagten Karl und Anna Albrecht den Schritt in die Selbstständigkeit – und legten so den Grundstein für eine beispiellose Erfolgsgeschichte. Denn 111 Jahre später ist aus dem kleinen Laden für Backwaren eine der bekanntesten Discounter-Ketten Deutschlands geworden. Immerhin zählen die »Aldi«-Brüder auch im Jahr 2024 mit 15,3, beziehungsweise 13,5, Milliarden US-Dollar zu den reichsten Personen Deutschlands.

Mit Innovation ins Wirtschaftswunder
Was als kleiner Bäckereibetrieb in der Essener Huestraße begann, führen die beiden Geschwister nach dem zweiten Weltkrieg fort – allerdings nehmen sie dabei gravierende Änderungen im Geschäftsmodell vor: 1948 entschieden sie, die Lebensmittelgrundversorgung günstiger zu gestalten. Ein Selbstbedienungskonzept sollte das ...

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

Bilder: IMAGO / Mannigold, Depositphotos / sajarlawka@gmail.com / Photozitka / olgacox, IMAGO / Peter Endig



Deal!

von Jack Nasher
288 Seiten, erschienen: August 2023
Campus Verlag, ISBN: 978-3-593-51756-8

War Ihr Auto ein Schnäppchen? Ja? Dann können Sie hier aussteigen. Allen anderen verrät Jack Nasher, wie man das bekommt, was man will – durch effektives Verhandeln. Er zeigt, wie wenige Sekunden über große und kleine Vermögen entscheiden, und wie man diese kurze Zeit nutzt. Das Handwerkszeug für die besten Deals.

Frag nicht wie – frag wer

von Dan Sullivan und Ben Hardy
240 Seiten, erschienen: Juni 2021
Redline Verlag, ISBN: 978-3-868-81844-4

Wie man die besten Helfer für die jeweilige Aufgabe findet und ins Boot holt, zeigen Dan Sullivan und Ben Hardy. Entscheidend ist es etwa, offen zu kommunizieren, Potenziale richtig einzuschätzen und To-dos geschickt an geeignete Personen zu delegieren. Das schafft Vertrauen, fördert die Motivation und spart Zeit.



Frau macht Million

von Sarah Tschernigow
352 Seiten, erschienen: Februar 2024
FinanzBuch Verlag, ISBN: 978-3-959-72739-6

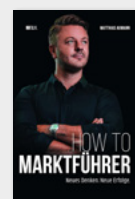


Ladys, play big! In ihrem neuen, ganz persönlichen Buch zeigt Sarah dir unterhaltsam und praxisnah, wie auch du dir das Leben aufbaust, das du dir wünschst. Praktische Tipps und Anekdoten aus dem Alltag helfen dir als Angestellte, dein Gehalt zu verhandeln, und als Selbstständige, höhere Preise zu verlangen.

How to Marktführer

von Matthias Aumann
272 Seiten, erschienen: Februar 2024
Next Level Verlag, ISBN: 978-3-949-45879-8

»How to Marktführer« von Matthias Aumann ist DIE Pflichtlektüre in deinem Büro, um dir all deine unternehmerischen Träume zu verwirklichen. Denn du allein bist die größte Hoffnung für den Wohlstand unseres Landes. Unser Erfolg liegt allein in deiner Hand. Bist du bereit für ein neues Kapitel in deinem Leben?



The Diary of a CEO

von Steven Bartlett
384 Seiten, erschienen: März 2024
Ariston, ISBN: 978-3-424-20295-3



In diesem Buch geht es um Dauerhafteres: um die 33 fundamentalen Gesetze des Lebens und der Arbeit, die auch in 100 Jahren noch gültig sein werden. Die Gesetze, die darüber entscheiden, ob Sie große Dinge verwirklichen und selbst zu einer großartigen Persönlichkeit werden. Ganz egal, in welcher Branche oder Position Sie sind.

Cover: Campus Verlag, Redline Verlag, FinanzBuch Verlag, Next Level Verlag, Ariston

Jetzt streamen
prime video

DIE NEUE
**REALITY
SERIE**

BERATER

LEBEN AUF DER ÜBERHOLSPUR

STAFFEL 1+2

EINE PRODUKTION VON WIRTSCHAFT TV

PRODUZENT JULIEN BACKHAUS, REGIE ALESSANDRO ESPOSITO, FELIX LENG

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

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

W *wirtschaft tv*