

DIE GRÜNDER-ELITE **founders** MAGAZIN

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 74

ELLEN FLIES
**Emotionale
Intelligenz**

in Zeiten der
Transformation

JÖRG KUPJETZ
Kleider
machen Leute



MARTIN LIMBECK
»Was sollen denn
die Leute denken?«
Der größte **Erfolgs-
verhinderer**
unserer Zeit

RUSSELL BRUNSON
Ein richtig genutzter
Funnel

ERFOLG ist nicht **GENUG**

Maximilian Fritz über das Erkennen des
Lebensplans für unternehmerische Ziele



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
Unternehmen, Chancen, Ideen

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:

Judith Iben,
Christina Meyer,
Stefanie Schulz

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 geschwiege 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

Höher, schneller, weiter? Was unternehmerischen Erfolg wirklich ausmacht

»Millionäre nutzen keine Astrologie, Milliardäre schon« – dieses Credo wird dem US-Unternehmer und Banker J.P. Morgan zugeschrieben. Es polarisiert, widerspricht es doch den gängigen Vorstellungen vom rationalen, faktenbasierten Unternehmertum. Doch der Satz eröffnet zugleich eine interessante Perspektive: Welche Rolle spielt die Intuition auf dem Weg zum Erfolg? Denn erfolgreiches Unternehmertum braucht mehr als Kennzahlen und Prozesse! Davon ist jedenfalls der spirituelle Business Mentor Maximilian Fritz überzeugt: In unserer Coverstory erklärt er, warum intuitive Entscheidungen mit unternehmerischer Zielstrebigkeit vereinbar sind.

Doch wer neue Wege gehen will, wird nur allzu oft auf Widerstand stoßen. »Was sollen denn die Leute denken?« – diesen Satz hat der Vertriebsexperte Martin Limbeck schon oft gehört. In seinem Gastbeitrag beschreibt er, wie Zweifler nicht nur bremsen, sondern sogar den Erfolg grundlegend verhindern können, wenn

man ihnen Glauben schenkt. Auf der anderen Seite kann die Anpassung an andere auch ein kluger Schachzug sein, weiß Prof. Dr. Jörg Kupjetz. Das zeigt sich zum Beispiel in Verhandlungssituationen. In seiner Kolumne erklärt er, warum »Kleider machen Leute« in der Geschäftswelt mehr als nur ein Sprichwort ist. Psychologie spielt auch im Marketing eine entscheidende Rolle. Der Buchauszug aus »Dotcom Secrets« von Russell Brunson verdeutlicht, wie ein durchdachter Funnel Kundenbeziehungen stärkt und langfristiges Wachstum ermöglicht. Kein Wunder also, dass der emotionalen Komponente in den letzten Jahren ein immer größerer Stellenwert beigemessen wird! Aber gilt das auch für Führungskräfte? In ihrem Gastbeitrag erläutert die Diplom-Psychologin Dr. Ellen Flies, wann sich emotionale Intelligenz zu einer zentralen Führungsqualität entwickeln kann.

Viel Vergnügen beim Lesen wünscht
Anna Seifert
Redakteurin

»Meine prinzipielle Definition von Erfolg ist, sein Leben gemäß den eigenen Vorstellungen und Zielen realisieren zu können.«

- Maximilian Fritz



Erfolg ist **nicht** genug

Maximilian Fritz über das Erkennen des Lebensplans für unternehmerische Ziele

Nicht wenige Unternehmer starten voller Enthusiasmus ihr Business, um dann nach einiger Zeit festzustellen, dass der erhoffte Erfolg und vor allem die Zufriedenheit ausbleiben – auch, wenn das Konzept stimmt. Viele von ihnen sind desillusioniert, weil sie oftmals alles riskiert haben, um sich ihren Traum von der Selbständigkeit zu erfüllen. Maximilian Fritz, einer der erfahrensten spirituellen Business Mentoren im D-A-CH-Raum, hat erkannt, dass vielen von ihnen das Wissen und die Verbindung zur persönlichen Berufung fehlt. Er meint, dass der Fokus nicht nur auf Kennzahlen gerichtet sein dürfe, sondern auch auf den Wert, den ein Unternehmer an die Gesellschaft weitergeben möchte. Wie der Lebensplan mit dem wirtschaftlichen Erfolg und damit auch

mit dem persönlichen Glück zusammenhängen, erläutert Maximilian Fritz in unserem Interview.

Herr Fritz, wie definieren Sie persönlich ein erfülltes Leben – und inwiefern unterscheidet sich das von klassischen Erfolgsvorstellungen, die man von Unternehmern hat?

In der klassischen Wirtschaftswelt geht es vor allem um Fragen nach dem »Höher, ▶

»Wer bin ich wirklich? Was will ich? Warum bin ich hier? Was ist mein Geschenk und mein Beitrag für die Welt?«

– **Maximilian Fritz**



Bilder: Ana Kontoullis Photographer

»Worauf ist mein Leben langfristig ausgerichtet? Wo ist mein persönlicher Sinn und Beitrag in meinem täglichen Wirken – weit über den wirtschaftlichen Nutzen hinaus?«

– Maximilian Fritz



Schneller, Weiter«. Ich widme mich schon sehr lange der Frage, wie sich Erfolg und Erfüllung authentisch miteinander kombinieren lassen. Meine prinzipielle Definition von Erfolg ist, sein Leben gemäß den eigenen Vorstellungen und Zielen realisieren zu können. Die Frage nach der Sinnhaftigkeit geht deutlich tiefer. Unternehmer stellen sich zunehmend Fragen wie: Worauf ist mein Leben langfristig ausgerichtet? Wo ist mein persönlicher Sinn und Beitrag in meinem täglichen Wirken – weit über den wirtschaftlichen Nutzen hinaus?

Unternehmer sind Unternehmer und Menschen sind Menschen, so kommt es einem manchmal vor. Wie können Unternehmer abseits vom Business wieder mehr Mensch sein?

Ich verwende gerne die Metapher der Honigbiene. Eine Biene folgt zwar dem eigentlich egoistischen Motiv des Einsammelns von Nektar, sie dient aber einer viel größeren Bestimmung – nämlich der Bestäubung und dem Fortbestand der gesamten Pflanzenwelt. Man könnte sagen, ohne Bienen gibt es kein Leben auf diesem Planeten.

Und jetzt die spannende Frage: Weiß die Biene das? Wahrscheinlich nicht. Ich helfe Unternehmern, Experten und Erfolgspersönlichkeiten, genau diesen übergeordneten Wert in ihrem eigenen Business zu finden und zu verstehen.

Ich nenne es den Seelenplan. Das Einsammeln von Nektar lässt sich mit dem reinen monetären Streben, also dem Einsammeln von Geld, in der Metapher der Honigbiene übertragen. Wenn ein Unternehmer den wahren Sinn seines Lebens und Wirkens erkennt, führt dies zu tiefer Sinnhaftigkeit und Zufriedenheit. Gleichzeitig entsteht meist eine kraftvolle Vision, weil die persönliche Lebensmission und der eigene Beitrag für die Welt vollständig verstanden wurden.

Burnout ist ein häufiges Problem unter Unternehmern. Wie integriert man bewusst Erholung und Sinnhaftigkeit in seinen Alltag, um nachhaltig leistungsfähig zu bleiben?

In meinem Buch »Erfolg ist nicht genug« verwende ich ein Zitat von Jim Carrey: »Ich denke, jeder sollte reich und berühmt werden und alles tun, wovon er je geträumt

hat, damit er erkennen kann, dass dies nicht die Antwort ist.« Jeder Unternehmer und Selbstständige hat ein hohes Maß an Herausforderungen, dem er sich täglich stellen muss. Ausgebrannt sein bedeutet aus meiner Sicht, konsequent gegen die eigene Seelenwahrheit zu leben.

Wer es wirklich schafft, seine Passion mit dem persönlichen Purpose zu verbinden, wird wahrscheinlich niemals ausbrennen. Leider richten sich die meisten Unternehmer ausschließlich nach äußeren Faktoren aus, anstatt sich mit den wichtigsten Fragen ihres Lebens auseinanderzusetzen: Wer bin ich wirklich? Was will ich? Warum bin ich hier? Was ist mein Geschenk und mein Beitrag für die Welt?

Business und Berufung bilden im Idealfall einen Einklang. Wie können Unternehmer ihre »Lebensaufgabe« erkennen – und welche Rolle spielt Intuition dabei?

Nach meinem Studium bin ich zunächst dem Karriereweg in der klassischen Wirtschaft gefolgt, bis ich mein eigenes Unternehmen kaufen konnte. Ich habe mich fast 15 Jahre mit der Frage beschäftigt: Wann wird der Beruf zur Berufung?

Ich war auf den ausgefallensten Seminaren und habe mit Top-Mentoren aus den USA, aber auch mit indigenen Schamanen und Heilern gearbeitet. Ich habe die verrücktesten Menschen und wildesten Coachingmethoden kennengelernt. Zusammenfassend muss ich sagen, dass es aus meiner Sicht keine bessere, ganzheitlichere und wirkungsvollere Methode als die karmisch-astrologische Analyse gibt. Diese bietet ein ganzheitliches Verständnis des eigenen Seelenwegs und ich setze sie täglich sehr erfolgreich mit Klienten in Business und Privatleben ein.

Das Wort Astrologie löst die verschiedensten Reaktionen bei Unternehmern aus, weil sie vor allem die plumpen und vagen Aussagen aus Mainstream-Medien kennen. Dies hat allerdings nicht das Geringste mit meiner Arbeit zu tun. Ich helfe Erfolgspersönlichkeiten, ihre Persönlichkeit im Einklang mit den universellen Kräften zu verstehen. Ich lade jeden Unternehmer ein, dies selbst auszu probieren – frei nach den Worten des legendären Bankers und ersten Milliardärs seines Landes, J.P. Morgan: »Millionaires don't use astrology, billionaires do...«.

Viele Unternehmer erkennen erst spät, dass ihr Geschäftsmodell nicht zu ihren Werten passt. Wie kann es gelingen, Unternehmen und persönliche Vision in Übereinstimmung zu bringen?

Als spiritueller Business Mentor gebe ich hier auf drei Feldern konkrete Unterstützung. Wenn Seelenweg, Lifestyle-Design und Business-Design in Einklang stehen, dann lebt ein Mensch nicht nur seine persönliche Wahrheit, sondern hat dabei auch noch jede Menge Freude, Erfolg und Erfüllung. Der Seelenweg kann mit der Frage »Warum bin ich hier und was ist meine Bestimmung auf dieser Welt?« verstanden werden. Lifestyle- und Business-Design definieren sich durch die Fragen »Was will ich haben?« und »Wie will ich es haben?«

Wie misst man »inneren Reichtum«, wenn äußere Kennzahlen wie Umsatz oder Followerzahlen nicht mehr im Vordergrund stehen?

Am Ende unseres Lebens werden wir uns nicht die Frage stellen, wie viele Rechnungen wir an Kunden gestellt haben, sondern wie viele Herzen wir berührt und wie viele Leben wir verbessert haben. Und wenn wir

das ganz natürlich im Business-Umfeld tun, wird neben unserem Beitrag und dem Value auch einiges an Umsatz erfolgen. In einem Interview wurde Michael Jackson einmal gefragt, wie man denn jahrzehntelang der King of Pop sein könne und wie er es geschafft habe, viele, viele hundert Millionen Dollar mit Musik zu verdienen. Seine einzige Antwort war: »I just love music.« Ich wünsche mir von Herzen, dass jeder von Sonnenaufgang bis Sonnenuntergang etwas tut, das sein Herz mit Freude erfüllt.

Die Angst vor Veränderung hält viele davon ab, ihr (Unternehmer-)Leben radikal neu auszurichten. Welche konkrete Methode kann helfen, den ersten Schritt zu wagen?

Ich bin ein Fan von Evolution und nicht von Revolution. Wenn ich in meinem Business oder in meiner Karriere nicht erfüllt bin, kann ich natürlich von heute auf morgen alles hinschmeißen, die Frage ist nur: zu welchem Preis? Es gibt einige Beispiele von Unternehmern, die von heute auf morgen alles verkauft haben, die dann nach Indien, Thailand oder in den brasilianischen Regenwald abhauen, um sich selbst zu finden.

Diese Vorgehensweise kann vielleicht in Einzelfällen sinnvoll sein, sie ist aber meist völlig chaotisch und willkürlich. Besser halte ich die Analyse des eigenen Seelenweges, den Aufbau einer neuen Vision und Identität und einen evolutionären

»Am Ende unseres Lebens werden wir uns nicht die Frage stellen, wie viele Rechnungen wir an Kunden gestellt haben, sondern wie viele Herzen wir berührt und wie viele Leben wir verbessert haben.«

– Maximilian Fritz

Umsetzungsplan für den neuen Lebensweg. Oder mit der Sprache von Sportwagenfahrern ausgedrückt: Niemand würde bei Tempo 300 mit einem Sportwagen einen ruckartigen Spurwechsel durchführen.

Wer wirklich im Einklang mit seiner eigenen Wahrheit leben möchte, der kommt nicht um die Frage herum: »Was ist mein persönlicher Seelenplan?« – frei nach dem berühmten Schriftsteller Mark Twain, der gesagt hat: »Die zwei wichtigsten Tage in deinem Leben sind der Tag, an dem du geboren wirst, und der Tag, an dem du herausfindest, warum.« ♦ MK (L)



Maximilian Fritz ist langjähriger spiritueller Business Mentor, Unternehmer und Gründer der Marke »Soulmentor«, außerdem Autor des Buches »Erfolg ist nicht genug«.



»Was sollen denn die Leute denken?«

Der größte Erfolgsverhinderer unserer Zeit

EIN GASTBEITRAG VON MARTIN LIMBECK

Wie oft hast du dir diese Frage schon mal gestellt? Oder sie – schlimmer noch – von anderen gehört: »Was sollen die Leute von dir denken?« Und wie oft hast du daraufhin nicht den nächsten Schritt gemacht, obwohl er dich deinem Traum nähergebracht hätte? In diesem Beitrag beleuchte ich, warum wir uns selbst immer wieder Steine in den Weg legen – und was nötig ist, damit du deinen größten Gegner überwindest: dich selbst.

Du lebst nicht, um das Leben der Anderen zu leben

Im Laufe meiner mehr als 30 Jahre als Unternehmer habe ich einige Erfahrungen gesammelt. Was ich heute deutlich erkenne: Wir leben in einer Gesellschaft, in der viele Menschen lieber den Erwartungen anderer entsprechen, als sich selbst treu zu bleiben. Sie ducken sich weg, passen sich an und hoffen dadurch, gemocht zu werden.

Ein Verhalten, das ich absolut nicht nachvollziehen kann. Klar ging es mir als Teenager auch gegen den Strich, dass ich nicht zu den coolen Kids gehörte. Doch ich wollte mich nicht verbiegen, um dabei zu sein. Damals fing ich an, meinen eigenen Weg zu gehen – und tue es auch heute noch. Egal, was andere Menschen sagen. Seitdem habe ich einiges um die Ohren gehauen bekommen. Das fing an mit: »Einen Job im Vertrieb? Das ist kein Zuckerschlecken!« über »Selbstständig machen? Denk doch an deine Familie, das ist viel zu riskant!« bis zu: »Ein neues Unternehmen gründen? Das ist doch Quatsch, komm lieber zur Ruhe und mach mal halblang!«

Ich bin mir sicher, niemand wird sich am Ende seines Lebens an die Momente erinnern, in denen er oder sie besonders angepasst war. Wir werden uns an die

Augenblicke erinnern, in denen wir mutig waren. In denen wir unserem Herzen gefolgt sind – auch gegen den Widerstand anderer. Ich weiß nicht, wie es dir geht: Doch ich möchte mir dann, wenn es zuende geht, nicht vorwerfen, ein Leben nach den Normen, Regeln und Wünschen anderer gelebt zu haben. Ich möchte mein Leben leben – und das in vollen Zügen, so wie es sich für mich richtig anfühlt.

Was ist dein See?

Ich hätte nie gedacht, dass ich mal an meinem eigenen See wohnen würde. Noch weniger hätte ich mir träumen lassen, dass

jetzt bin, wenn ich immer mein Fähnchen nach dem Wind gerichtet hätte. Und auf die ganzen Stimmen gehört hätte, die mir sagen wollten, was sich wie gehört, was ich machen sollte und was nicht. Als Unternehmer, als Führungskraft, als Partner, als Freund, als Mensch. Wie sieht es mit dir aus? Was ist dein See?

In meinen Gipfelstürmer Mentorings arbeite ich intensiv mit Unternehmern zusammen, die zum Teil vor genau dieser Herausforderung stehen. In jedem von uns steckt so viel mehr, als wir glauben. Doch selbst erfolgreiche Unternehmer sind

»Wir werden uns an die Augenblicke erinnern, in denen wir mutig waren. In denen wir unserem Herzen gefolgt sind – auch gegen den Widerstand anderer.«

– Martin Limbeck

aus diesem See irgendwann das Meer in Spanien wird – ein Symbol dafür, was alles möglich ist, wenn du in der Lage bist, deine eigenen Begrenzungen hinter dir zu lassen! Ich wäre sicherlich nicht dort, wo ich

manchmal nicht in der Lage, das zu sehen. Weil sie viel zu sehr damit beschäftigt sind, den Erwartungen von Familienmitgliedern, von Partnern, Investoren und Mitarbeitern gerecht zu werden. Und dabei innerlich ▶

»Limbeck. Unternehmer.«
von Martin Limbeck

352 Seiten

Erschienen: November 2023

GABAL Verlag

ISBN: 978-3-96739-153-4



immer mehr zerreißen, anstatt ins Handeln zu kommen. Ich habe auch schon in meinem Everest-Programm Unternehmer-Ehepaare gecoacht, die sich selbst im Weg gestanden haben – und mit meiner Hilfe erkennen konnten, dass es völlig in Ordnung ist, wenn jeder von ihnen auch seine eigenen Ziele verfolgt.

Wir sind nicht auf dieser Welt, um auf Nummer sicher zu gehen. Wir sind hier, um zu wachsen, zu lernen, zu scheitern – und es wieder zu versuchen. Auf unsere eigene Weise. Und idealerweise unabhängig davon, was andere über uns denken oder sagen. Entscheidend ist, was wir wirklich wollen.

Dein »Why« ist dein Kompass

Ich werde oft gefragt, warum ich tue, was ich tue. Warum ich mich nicht zur Ruhe setze und das Leben genieße. Die Antwort ist einfach: Weil ich genau das mache. Ich will Menschen helfen, das Leben zu führen, das sie sich wirklich wünschen. Nicht das Leben, das die Eltern für sie wollten. Nicht das Leben, das die Gesellschaft für sie vorgesehen hat. Sondern ihr eigenes Leben – selbstbestimmt, mutig, klar. Das ist mein »Warum« – und ich genieße es, mein Wissen weitergeben und Menschen dabei unterstützen zu können, in ihre Kraft zu kommen.

Hast du dein »Why« schon gefunden? Wenn nicht, dann wird es höchste Zeit. Denn ohne ein »Why«, das dich antreibt, ist jeder Tag irgendwann nur noch ein Abarbeiten. Mit einem klaren Ziel vor Augen und einem Feuer, das in dir brennt, wird hingegen jeder Tag zu einem Schritt in die Richtung, die für dich wirklich zählt.

Die größte Lüge: »Ich kann nicht«

Lass dir eins gesagt sein: Die meisten Grenzen, die dich davon abhalten, dein Ding zu machen, existieren nur in deinem Kopf. »Ich kann nicht«, »Ich bin nicht gut genug«, »Ich habe nicht die richtigen Voraussetzungen« – alles Ausreden!

Der Autor



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



»Am Ende zählt nicht, was die Leute gedacht haben. Sondern ob du stolz auf dich bist, weil du dein eigenes Ding gemacht hast, und deine Träume hast Wirklichkeit werden lassen.«

– Martin Limbeck

Ich sage den Teilnehmern meiner Mentorings klar ins Gesicht, woran es hapert. Es sind nicht die Anderen. Du willst es nicht genug. Denn wenn dein Wunsch und dein Antrieb stark genug sind, dann findest du immer Wege. Wenn nicht – dann findest du Ausreden. Ich möchte Menschen besser machen. Nicht bequemer und nicht angepasster. Ich habe auch nie behauptet, dass der Weg zum Erfolg ein Spaziergang ist. Wenn du stärker, klarer und unabhängiger werden willst, ist heute der bestmögliche Tag, um damit anzufangen.

Denn dein größter Gegner sind nicht die anderen und was sie über dich sagen. Auch keine äußeren Umstände wie Wirtschaftslage, Markt, Kundenbedürfnisse oder die Großwetterlage. Dein größter Gegner bist du selbst. Hör auf, die Schuld für deine fehlende Weiterentwicklung im Außen zu suchen. Es ist immer einfacher, in die Opferrolle zu gehen, als die volle Verantwortung für das eigene Leben zu übernehmen. Doch weißt du was? Damit fängt der Spaß erst richtig an. Worauf wartest du noch? Es ist dein Leben. Wenn du Veränderung willst, mehr Erfolg – los geht's!

Und bitte, hör auf, Rollen zu spielen, nur weil du glaubst, dass du sonst nicht »dazugehörst«. Du brauchst keine Menschen in deinem Umfeld, die dich nur »mögen«,

wenn du dich für sie verbiegest. Um erfolgreich zu sein, brauchst du vor allem dich selbst als die wichtigste Person, die zu dir steht. Gerade in deinem Unternehmen ist das entscheidend. Kunden kaufen nicht bei dir, weil du die perfekte Website oder das teuerste Branding hast. Sie kaufen bei dir, wenn sie dir glauben. Wenn sie spüren, dass du brennst für das, was du tust. Wenn du ehrlich, echt und authentisch bist. Deshalb sage ich: Geh nicht ins Drama – geh in die Klarheit! Bleib dir selbst treu. Immer. Auch wenn's unbequem wird.

Fazit: Lass die Leute reden!

Der größte Erfolgsverhinderer ist nicht deine Kindheit, es sind nicht die schlechten Lehrer deiner Schulzeit, nicht deine Eltern oder deren Nachbarn, nicht die Politik. Es ist die Angst davor, was andere denken könnten. Sobald du das erkennst, hast du die Macht, dich davon zu befreien. Geh deinen Weg. Aus dem Herzen heraus. Egal ob im Business, im Privatleben oder irgendwo dazwischen. Mach Schluss mit den Ausreden – und fang an, Verantwortung für dich und deinen Weg zu übernehmen. Am Ende zählt nicht, was die Leute gedacht haben. Sondern ob du stolz auf dich bist, weil du dein eigenes Ding gemacht hast, und deine Träume hast Wirklichkeit werden lassen. ♦

»Kleider machen Leute«

BEST OF VERTRÄGE VERHANDELN

Ich habe einen guten Bekannten, und der ist Inhaber einer großen Gewerbeimmobilie in Ostdeutschland, für die er im letzten Monat die Miete mit seinem Mieter neu verhandeln wollte. Da er (natürlich) mehr Geld von seinem Mieter fordern, gleichzeitig aber nicht den Anschein des kapitalistischen Ausbeuters aus dem Westen erwecken wollte, ließ er seinen Oberklassewagen in der Garage und mietete sich für die Fahrt zum Verhandlungsort einen Fiat 500 – was bei seiner Größe von 1,92 Metern schon eine Leistung für sich war.

Ein kluger Schachzug, der allein nicht zum erfolgreichen Vertragsabschluss führt,

Der Autor



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

der aber einen möglichen Angriffspunkt (»reicher Wessi« oder »kapitalistischer Vermieter«) aus der Verhandlung schon im Vorfeld herausnimmt.

Wenn Sie in gängige Bücher zum Thema Verhandeln schauen, dann wird Ihnen dort oft geraten, dass Sie sich elegant, gerne auch eine Spur eleganter als der Verhandlungspartner, kleiden sollen. Wenn Sie Distanz zum Verhandlungspartner schaffen wollen, ist das bestimmt richtig. Aber ist Distanz oder gar die Demonstration von Macht, Reichtum und Einfluss der richtige Weg? Aus meiner Sicht ein etwas antiquierter Ansatz, der auch nicht zu einer partnerschaftlichen Verhandlung passt. Und dabei haben wir noch nicht berücksichtigt, dass die jüngeren Generationen ganz andere Statussymbole als die älteren Verhandler schätzen und von vielen vermeintlichen Statussymbolen überhaupt nicht mehr beeindruckt sind.

Ob nun mit oder ohne Krawatte (für die Herren unter uns) ist dann mehr als eine Frage des Kleiderstils. Es wird zu einer Frage des Verhandlungsstils. Ich selber versuche im Vorfeld immer, den Kleidungsstil meiner Verhandlungspartner herauszufinden (über die Firmenhomepage, Social Media, etc.) und mich dann anzupassen – mit meiner persönlichen Untergrenze, dass ich nicht unter »business casual« in eine Verhandlung gehen würde. Nach oben wie nach unten auf der Skala der Statussymbole muss die Glaubwürdigkeit gewahrt werden. Und was gibt es Fataleres in einer Verhandlung, als die Glaubwürdigkeit und Authentizität zu verlieren?

Seien Sie sich daher immer bewusst, was Sie mit Statussymbolen wie Autos, Uhren und Kleidung ausdrücken wollen und wie Sie auf andere wirken! Sie haben den Gang der Verhandlung damit in der Hand – oder am Körper. ♦



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







Ein richtig genutzter Funnel

AUSZUG AUS DEM BUCH »DOTCOM SECRETS: DIE GEHEIMEN HACKS DES ERFOLGREICHSTEN ONLINE-MARKETERS« VON RUSSELL BRUNSON

Der verstorbene Gary Halbert sagte einst: »Wenn sie richtig ausgeschöpft wird, ist eine gute Idee, die Ihnen bei einem Strandspaziergang einfällt, mehr wert als zehn Leben harter Arbeit.« Ich würde diese Feststellung einen Schritt weitertragen und behaupte: »Wenn er richtig ausgeschöpft wird, ist ein guter Funnel mehr wert als zehn Leben harter Arbeit.« Es lohnt sich, die Zeit und Energie zu investieren, um Ihren Funnel von einem Rohrkrepierer über einen mäßig erfolgreichen bis zu einem echten Sieger zu transformieren, denn wenn es Ihnen gelingt, einen dieser Funnels in eine Verkaufsmaschine zu verwandeln, verändert sich Ihr ganzes Leben.

Vor Kurzem sprach ich am Telefon mit einem meiner neueren Inner-Circle-Mitglieder. Er hatte Monate damit verbracht, seinen Funnel startklar zu machen und wollte ihn mir zeigen. Dann zeigte er mir eine Funnel-Map, die aus mehr als 50 Seiten bestand, die Dutzende von »Wenn-dann«-Pfeilen enthielten, die ihrerseits zahllose unterschiedliche Pfade aufzeigten, denen jemand folgen konnte. Außerdem gab es zahllose verschiedene Follow-up-Sequenzen, die auf Basis der Handlungen bei irgendeinem Schritt des Funnels ausgelöst werden konnten. Zwar wirkte diese komplexe Funnel-Strategie und Funnel-Map auf den ersten Blick sehr beeindruckend, aber ich war völlig verwirrt. Ich fragte meinen Kunden, wie die Conversion-Rate seines Funnels sei, und er gestand mir, sie sei nicht besonders gut. Er wollte meinen Rat, aber ehrlich gesagt gab es Tausende

von Sachen, die in diesem Labyrinth möglicherweise nicht funktionierten, und ich wusste nicht, wo ich hätte anfangen sollen.

Sie müssen verstehen, dass Komplexität im Umgang mit Funnels keine gute Idee ist. Achttausend Varianten an verschiedenen

»Wenn er richtig ausgeschöpft wird, ist ein guter Funnel mehr wert als zehn Leben harter Arbeit.«

Möglichkeiten zu haben, kann vielleicht dazu beitragen, die Conversion-Rate um einen Bruchteil eines Prozents anzuheben – vielleicht. Aber wenn irgendein Element korrupt ist oder nicht konvertiert, ist es fast unmöglich, herauszufinden, welches es ist, und es zu reparieren (ganz zu schweigen von den zahllosen Monaten an Arbeit, die in den Aufbau dieser hypothetischen Customer Journey fließen). Auf den ersten Blick mag eine derart komplexe ▶

Struktur zwar beeindruckend wirken, aber üblicherweise steckt dahinter nur ein Unternehmensberater, der versucht, den Anschein einer Wertgenerierung zu erwecken.

Meine Funnels sind alle sehr, sehr einfach. Sie werden an den Beispielen in diesem Buch gemerkt haben, dass die meisten aus drei bis fünf Seiten mit einer guten Seifenoper-Sequenz bestehen. Und das hat seine Gründe. Erstens können wir sie schnell erstellen und unsere Ideen schnell auf den Markt bringen. Der Grund, warum die meisten Unternehmer scheitern, ist nicht, dass ihre Ideen nicht gut wären, sondern weil ihnen entweder die Zeit oder das Geld ausgeht, bevor ihre Ideen marktreif sind. Einfache

Funnels können in wenigen Stunden oder vielleicht einem Wochenende fertiggestellt werden, damit Sie sofort Traffic hineinleiten können. Darin liegt die wahre Macht. Einer meiner ersten Mentoren, Joe Vitale, sagte mir einst: »Geld folgt der Geschwindigkeit« – eine Regel, die sich im Laufe meiner Karriere immer wieder bewahrheitet hat.

Der zweite Grund ist, dass ich sehr schnell sehen möchte, was falsch läuft, nachdem ich Traffic in den Funnel geleitet habe. Bei einem komplexen Funnel könnte es einer von Hunderten Punkten sein, der nicht funktioniert. Bei meinen einfachen Funnels reduziert sich diese Zahl auf wenige Punkte, die ich schnell nachjustieren kann.

Je weniger Hebel ich bewegen muss, desto weniger muss ich testen, um die Profitabilitätsschwelle zu erreichen.

Die meisten Funnel haben zunächst eine schlechte Conversion-Rate, und das ist in Ordnung. Unsere Aufgabe ist es, alle hier vorgestellten Best Practices umzusetzen, den bestmöglichen Funnel zu erstellen und ihn schnellstmöglich livezuschalten. Dann müssen Sie Traffic hineinleiten und sehen, was passiert. (In meinem Buch Traffic Secrets zeige ich Ihnen viele Wege, um kostenlosen und bezahlten Traffic in Ihre Funnels zu leiten und diese mit Ihren Traumkunden zu füllen. Daher sollten Sie diesen Schritt beherrschen, bevor Sie das dritte Buch dieser Trilogie lesen.)

Nachdem mein Funnel live ist, investiere ich den Gegenwert eines Kundeneinkaufs in den Erwerb von Traffic. Wenn ich ein Webinar veranstalte und 1.000 Dollar für die Teilnahme verlange, probiere ich es mit 1.000 Dollar für Traffic. Wenn ich einen Book-Funnel mit zwei Upsells habe, addiere ich die Preise aller Produkte in diesem Funnel (0 Dollar = Buch plus 37 Dollar Order-Bump plus 97 Dollar OTO plus 197 Dollar TOT = 331 Dollar). Das

»Sie müssen verstehen, dass **Komplexität** im Umgang mit Funnels **keine gute Idee** ist.«



ist die Summe, die ich bei meinem ersten Test für Werbung ausbe. Mein Ziel bei diesem Test ist ein Breakeven.

Ich gebe 1.000 Dollar für Werbung für meinen Webinar-Funnel aus und versuche, damit einen einzigen Verkauf zu generieren, um meine Ausgaben wieder einzuspielen. Wenn es klappt, habe ich einen sogenannten Breakeven-Funnel, weil wir unsere Werbekosten wieder eingespielt haben. Oftmals verfehle ich das bei meinem ersten Test, aber das macht nichts. Ich schreibe

»Die **einzigsten Meinungen**, die Ihnen **wichtig** sein sollten, sind die **Meinungen Ihrer Kunden**.«



den Verlust als Marktforschung ab und nehme auf Basis der Erkenntnisse, die ich aus dem Test gezogen habe, anschließend Veränderungen vor und versuche es erneut.

Ich gebe das Werbegeld auf Facebook und Google aus (oder welche Werbequelle jeweils sinnvoll erscheint), und dann lehne ich mich zurück und warte, dass der gekaufte Traffic meinen Funnel betritt, sich auf meiner Website registriert, meine Seifenoper-Sequenzen durchläuft und alle Seiten des Funnels sieht. Das dauert meist einige Tage bis zu einer Woche nach dem Kauf.

Und dann lasse ich den Markt entscheiden, ob der Funnel funktioniert. Ich werde immer wieder gebeten, mir Funnels

anzusehen und zu sagen, ob sie funktionieren werden oder nicht, und meine Antwort lautet immer: »Nein. Ich könnte Ihren Funnel möglicherweise zerstören, denn ich bin nicht Ihr Markt. Die einzigen Meinungen, die Ihnen wichtig sein sollten, sind die Meinungen Ihrer Kunden.« Die Frage, die wir mit dem ersten Test beantworten wollen, lautet: »Werden meine Traumkunden ihre Brieftasche zücken und mit ihrer Kreditkarte für dieses Angebot, das ich entwickelt habe, stimmen?«

Die Meinung meiner Kunden ist die einzige Meinung, die mir etwas bedeutet. Ich vertraue nicht einmal meiner eigenen Meinung. Ich habe genug Split-Testing gemacht, um zu wissen, dass ich die meiste Zeit falsch liege. Sie sollten Ihrer eigenen

Meinung auch nicht vertrauen. Erstellen Sie mit den Funnel-Hacking-Fähigkeiten, die Sie sich angeeignet haben, den möglichst großartigsten Funnel und investieren Sie dann die Summe, die Sie verdienen, wenn Sie einen Kunden gewinnen würden, der alles in Ihrem Funnel kauft.

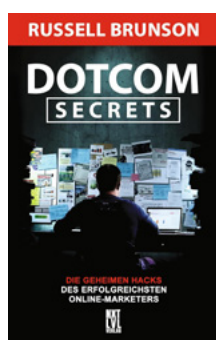
Anschließend warten wir und lassen uns vom Markt sagen, ob unsere Aufhänger stimmen, ob unsere Storys genügend Wert vermitteln und unser Angebot auch wirklich unwiderstehlich ist. Der Markt lügt nie. Die Menschen votieren mit ihren Kreditkarten – und das ist die einzige wichtige Stimme.

Wenn dieser Test fertig ist, müssen wir die Zahlen betrachten. Sie sagen uns genau, was wir verändern müssen. Nachdem diese Änderungen vorgenommen wurden, investiere ich erneut den Gewinn, den ich von einem Verkauf erziele und mache einen zweiten Test. Dann warte ich einige Tage und warte auf die Marktreaktion, die mir verrät, ob meine Anpassungen funktionieren.

Ich sehe mir erneut die Zahlen an, dann justiere ich gegebenenfalls noch einmal nach und mache einen dritten Test. Üblicherweise wiederholen wir diesen Prozess drei- bis viermal, bevor unser Funnel ein echter Sieger ist. ♦

»Dotcom Secrets«
von **Russell Brunson**
472 Seiten

Erschienen: Oktober 2021
NXT LVL GmbH
ISBN: 978-3-949-45803-3



Emotionale Intelligenz in Zeiten der Transformation

Warum wir wieder lernen müssen, zu fühlen

EIN GASTBEITRAG VON DIPLOM-PSYCHOLOGIN ELLEN FLIES



Führungskräfte stehen unter dem enormen Druck, inmitten ständiger Veränderung Stabilität zu schaffen. Dabei reicht kognitive Klarheit allein nicht mehr aus.

Wer heute führen will, muss emotional präsent sein – für sich selbst und andere. Emotionale Intelligenz wird damit zur zentralen Führungsqualität unserer Zeit. Nicht als Etikett oder Soft Skill – sondern als gelebte, verkörperte Kompetenz.

In disruptiven Kontexten droht nicht nur die äußere Komplexität uns zu überfordern, sondern emotionale. Unsicherheit, Kontrollverlust, Rollenkonflikte und Spannungen erzeugen emotionale Ladung, die im Führungsalltag kaum reflektiert wird. Wer emotional intelligent führen will, muss zu erst sich selbst regulieren können.

Emotionen sind nicht per se hinderlich. Das Gegenteil ist der Fall. Sie werden es erst, wenn sie unbewusst wirken und vermieden werden. Emotionale Intelligenz heißt deshalb: Emotionen nicht vermeiden, sondern bewusst mit ihnen umgehen! Wir unterscheiden zwischen automatischen Mustern und echten Bedürfnissen, Motiven, Werten.

Primäre und sekundäre Emotionen unterscheiden

Ein zentraler Schlüssel liegt in der Unterscheidung von primären und sekundären Emotionen:

- **Primäre Emotionen** sind direkte, situationsangemessene Reaktionen. Also zum Beispiel Freude oder Stolz über ein gelungenes Projekt, Ärger über eine Ungerechtigkeit.
- **Sekundäre Emotionen** entstehen im Laufe der Lebensgeschichte und dienen als gelernte Schutzmechanismen. Sie sichern die bestmögliche Bedürfnisbefriedigung – zum Beispiel Härte statt Verletzlichkeit, Sarkasmus statt Scham, Daueraktivität statt Angst.

Gerade in Stresssituationen greifen Führungskräfte häufig auf sekundäre Muster zurück. Das geschieht automatisch, meist ohne bewusste Entscheidung – aber es kostet Energie und verstellt den Zugang zur inneren Klarheit.

Erst wenn primäre Emotionen wieder wahrnehmbar, spürbar und führbar werden, entsteht die Grundlage für emotionale Intelligenz, die in komplexen Kontexten wirklich trägt.

Embodiment ist Führungsarbeit

Emotionale Intelligenz zeigt sich nicht in der Theorie – sondern im Körper: in Stimme, Atmung, Mimik, Haltung, Präsenz. Embodiment bedeutet, dass Führung nicht nur gedacht, sondern verkörpert wird.

»Wer heute führen will, muss emotional präsent sein – für sich selbst und andere.«
– Dipl.-Psych. Ellen Flies

Das lässt sich trainieren – nicht abstrakt, sondern über konkrete emotionale Erfahrungen im Körper. Achtsames Wahrnehmen, Atemarbeit, Haltungsbewusstsein oder Techniken wie ALBA Emoting ermöglichen, Emotionen bewusst zu steuern – bevor sie übersteuern.

So entsteht nicht nur Selbstregulation, sondern auch emotionale Resonanz: die Fähigkeit, in Kontakt zu bleiben – auch unter Druck. Das ist keine Esoterik. Das ist Führungsarbeit auf neurophysiologischer Grundlage.

Ein Beispiel aus dem Coaching: Wut als Ressource

Wie das konkret aussieht, zeigt ein Beispiel aus meiner Coachingpraxis:

Eine begnadete Juristin war als Bereichsleiterin in einem internationalen Tech-Unternehmen im Umbruch lange leistungsstark, beliebt – und erschöpft.

Im Coaching erarbeiteten wir den Zugang zu einer Emotion, die sie über Jahre erfolgreich vermieden hatte: Wut.

Anlass für das Coaching war eine Situation mit dem Vorstand, die sie stark verunsichert hatte. Ihre Stimme versagte. Mit äußerster Anstrengung unterdrückte sie aufsteigende Tränen. Sie verließ bei der nächsten Gelegenheit den Raum. Sagte nicht mehr das, was ihr unter den Nägeln brannte, und versuchte nur noch, die Contenance zu wahren.

Erst im geschützten Rahmen des Coachings konnte sie erleben, wie wütend sie in diesem Moment tatsächlich war. Durch die Einbeziehung des Körpers und mithilfe von Embodiment-Techniken konnte sie sekundäre und primäre Emotion unmittelbar erfahren.

Das geschah nicht nur besonders schnell – es wirkte auch nachhaltig.

Durch das bewusste Spüren der Wut wurde ihr klar, wie oft sie über ihre Grenzen ging, Konflikte mied und sich selbst unterordnete. Diese Wut wurde zur Ressource: Sie setzte Grenzen, sprach Klartext, stellte sich neu auf.

Prof. Dr. Carsten Schermuly beschreibt in seinem Buch, dass gesunde Führung nicht auf Kontrolle, sondern auf Beziehung beruht. Emotionale Intelligenz schafft diese Beziehung – nicht durch Techniken, sondern durch emotionale Bewusstheit, Akzeptanz, emotionale Differenzierungsfähigkeit, Empathie, Klarheit und Flexibilität.

Fazit: Wer führen will, muss fühlen
Emotionale Intelligenz ist keine weiche Kompetenz.

Sie ist mutig. Verkörpert. Klar.

In einer Welt, in der Transformation der Normalzustand ist, wird sie zur tragenden Führungskompetenz: Sie ermöglicht Klarheit in der Unsicherheit, Präsenz in der Komplexität und Verbindung in der Vielfalt. Und sie beginnt im Körper. ♦

Die Autorin



Dipl.-Psych. Ellen Flies ist psychologische Psychotherapeutin, Wirtschaftspsychologin und Executive Coach. Sie hilft Führungskräften beim Ausbau ihrer emotionalen Intelligenz.

DOKU / REPORTAGE



Reportage

Geschäfte unter Palmen – Die Mallorca Reportage

Immobilienunternehmer **Benjamin Dau** hat im vergangenen Jahr expandiert und auf Mallorca eine Niederlassung seines Unternehmens »Mayer & Dau« gegründet. Wir haben ihn begleitet und berichten, ob Dau seine ehrgeizigen Pläne umsetzen konnte.



Amazon Prime

Staffel 4: BERATER – Leben auf der Überholspur

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



Amazon Prime

Staffel 1: Deutschland, deine Unternehmer

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

TALK



Mo, 26.05.

Experte zu energiepolitischen Entwicklungen

Dr. Ludwig Möhring, der Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Erdgas, Erdöl und Geoenergie ist zu Gast im wirtschaft tv Talk. Der Experte nimmt im Gespräch mit wirtschaft tv Chefanchor Sascha Oliver Martin die Entscheidungen der Bundesregierung ...

NEWS



Fr, 23.05.

EU beschließt Ende der Sanktionen

Rund ein halbes Jahr nach dem Sturz von Langzeit-herrscher Baschar al-Assad haben die Außenminister der EU-Staaten die vollständige Aufhebung von Wirtschaftssanktionen gegen Syrien beschlossen. Das teilte EU-Chefdiplomatin Kaja Kallas laut der Deutschen Presse-Agentur in Brüssel mit ...

BÖRSE



Mi, 28.05.

Experte: In Krisen nicht hektisch kaufen und verkaufen!

Wie kann man als Investor auch die Krisenzeiten für sich nutzen? Wie kann man daraus lernen? Und was sollte man auf keinen Fall machen? Diesen Fragen geht der Vorstand von Primus Valor, **Gordon Grundler**, im wirtschaft tv Börsentalk ...



Fr, 23.05.

Experte: Nachfolge wird zur Überlebensfrage

Nils Koerber, der CEO von KERN – Zukunft für Lebenswerke, ist zu Gast im wirtschaft tv Talk. Der Experte appelliert an die Unternehmer in Deutschland, sich schon rechtzeitig um einen passenden Nachfolger zu kümmern, denn viel zu oft ...

Mo, 26.05.

Verteidigungsausgaben von 3,5 Prozent geplant

Bundesverteidigungsminister Boris Pistorius hat ein grobes Konzept für das Erreichen des geplanten neuen Nato-Ziels bei den Verteidigungsausgaben ...

Di, 27.05.

Milliardenausfall durch Handelskrieg

Der Chipkonzern Nvidia schätzt das entgangene Geschäft durch die verschärften Ausfuhr-Beschränkungen der US-Regierung auf 15 Milliarden Dollar. Dieser Umsatzausfall ...

Di, 27.05.

Autozulieferer legen Investitionen auf Eis

Angesichts der schwachen Konjunktur und weltweiter Unsicherheiten treten deutsche Autozulieferer auf die Investitionsbremse. Laut einer Umfrage des Verbands der Automobilindustrie ...

Mi, 28.05.

EU will China-Pauschale für Versandhandel

Chinesische E-Commerce-Giganten wie Temu und Shein liefern mittlerweile massenhaft Pakete in die EU. Angesichts der rasant steigenden Zahl von ...



Do, 22.05.

Experte zur Entwicklung der Immobilienpreise

Immobilien geraten immer mehr in den Fokus von Investoren, wenn es darum geht, das eigene Geld zu vermehren. Doch wie geht man hierbei am besten vor? **Peter Vogt**, der Geschäftsführer von Vogt Immobilien, ist zu Gast beim wirtschaft tv ...

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





Erfolg Luxus neu gedacht – die Karriere des François-Henri Pinault

Am 28. Mai 2025 wurde François-Henri Pinault 63 Jahre alt. Der CEO des Luxuskonzerns Kering zählt zu den einflussreichsten Unternehmern Frankreichs – nicht nur, weil Marken wie Gucci oder Balenciaga das Portfolio seiner Unternehmensgruppe schmücken, sondern vor allem, weil er gezeigt hat, dass Luxus und gesellschaftliche Verantwortung kein Widerspruch sein müssen.

Vom Baustoffhandel zum Modeimperium

»Luxus kauft man nicht, um in eine Gemeinschaft einzutreten, sondern um sich von anderen zu unterscheiden« – dieses Credo hat wohl die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg gelegt. Dem heutigen Milliardär gelang es jedenfalls schon früh, aus der Masse hervorzustechen. Nach dem Abschluss an der renommierten École des Hautes Études Commerciales (HEC) in ...

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

Bild: IMAGO / Vincent Isole



Die Not-To-Do-Liste

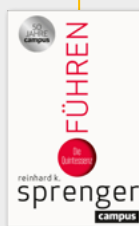
von Rolf Dobelli
352 Seiten, erschienen: Oktober 2024
Piper, ISBN: 978-3-492-07315-8

Rolf Dobelli präsentiert die Sammlung von Verhalten und Denkmustern, die man tunlichst nicht nachmachen sollte – eine Art Kompendium der Idiotie. Und er zeigt: Wenn wir die größten Glücks- und Erfolgskiller im Blick haben und ihnen aus dem Weg gehen, tut sich der richtige Weg automatisch vor uns auf.

Familienunternehmen 4.0

von Arnold Weissman
216 Seiten, erschienen: März 2025
GABAL Verlag, ISBN: 978-3-967-39232-6

Alle Unternehmen sehen sich permanenter und rasanter Veränderung der Rahmenbedingungen und Märkte gegenüber, in denen sie agieren. Um künftig bestehen zu können, müssen sie sich anpassen, sich immer wieder infrage stellen und neu erfinden. Veränderungsbereitschaft wird zu einer Kernkompetenz.



Führen – Die Quintessenz

von Reinhard K. Sprenger
112 Seiten, erschienen: März 2025
Campus Verlag, ISBN: 978-3-593-52025-4

Der renommierte Führungsexperte Reinhard K. Sprenger bringt in diesem Buch seine wesentlichen Erkenntnisse auf den Punkt. Führungskräfte aller Ebenen und Branchen bekommen damit einen unverzichtbaren Kompass an die Hand. In Zeiten voller Veränderung, Zeitdruck und Unsicherheit.

Menschen überzeugen, die Recht haben wollen

von Marie-Theres Braun
247 Seiten, erschienen: Oktober 2023
Campus Verlag, ISBN: 978-3-593-51757-5

Marie-Theres Braun zeigt anhand von realen Beispielen aus Beruf und Alltag die Macht der kooperativen Gesprächstechniken. Lebensnah und anwendungsorientiert vermittelt die Kommunikationsexpertin rhetorische Methoden, mit denen Sie Ihr Gegenüber für sich gewinnen und sich in Diskussionen behaupten können.



Stay Hungry

von Dr. Dominik Benner
224 Seiten, erschienen: April 2025
ForwardVerlag, ISBN: 978-3-987-55142-0

Karriere im Mittelstand ist kein Zufall – sondern Strategie! Dr. Dominik Benner, CEO und Familienunternehmer in der 5. Generation, gibt einen exklusiven Einblick hinter die Kulissen. Er zeigt dir, welche ungeschriebenen Gesetze wirklich über Erfolg oder Stillstand entscheiden – und wie du sie für dich nutzen kannst.

Cover: Piper, GABAL Verlag, Campus Verlag, ForwardVerlag

W *wirtschaft* tv original

LEBEN AUF DER ÜBERHOLSPUR

BERATER

STAFFEL 4

Die Reality
Serie

Jetzt
streamen



Verfügbar auf

Amazon
Prime Video

Apple TV
iTunes

EINE PRODUKTION VON WIRTSCHAFT TV

PRODUZENT JULIEN BACKHAUS, REGIE NIKOLAOS ILIADIS, CARLOS NUÑEZ, KAMERA NIKOLAOS ILIADIS, CARLOS NUÑEZ,
MATHIAS BINDER, POSTPRODUKTION NIKOLAOS ILIADIS, SPRECHERIN MAJA BYHAHN, MUSIK ENVATO UND ARTLIST,
LIZENZEN STEVEN PRIESS, KOORDINATION MICHAEL KERASIDIS, FOOTAGE SHUTTERSTOCK, FATIH KOCAK