



Die besten Bücher des Jahres

Kurz und gut

Ziemlich genau 20 Jahre ist es jetzt her, dass mein Kollege Peter Lau im damals noch jungen Wirtschaftsmagazin *brandeins* eine kleine Geschichte über ein waghalsiges Start-up aus der Schweiz geschrieben hat. Dessen Gründer hatten sich ursprünglich vorgenommen, die Bücher der Library of Congress in Washington, also quasi das gesammelte Weltwissen, elektronisch verfügbar zu machen. Das Vorhaben erwies sich als zu gewaltig, aber so wahnsinnig weit weg von der Ursprungsidee ist es nicht, was Thomas Bergen und Patrick Brigger seitdem erfolgreich praktizieren: Die beiden Unternehmer machen jedem, der will, ein breites Spektrum an Wissen zugänglich.

Zusammen mit etlichen festen und mehreren Hundert freiberuflichen Helfern sichten sie Jahr für Jahr im deutsch- und englischsprachigen Raum alle neuen Bücher aus den Bereichen Wirtschaft, Gesellschaft und Persönlichkeitsentwicklung, aber auch Texte und Aufsätze auf Websites und aus Magazinen. All das verdichten sie mit Sorgfalt und Sachverstand auf den jeweiligen Kern. Mehr als 22 000 Abstracts in sieben Sprachen sind so entstanden, die das Unternehmen über die Jahre mit mehr als 15 Millionen Neugierigen geteilt hat.

Der International Book Award, den getAbstract am Ende eines jeden Jahres verleiht, ist – wenn man so will – die Essenz der Essenzen: Er feiert die Bücher, die man gelesen haben muss. Welche das in diesem Jahr sind und warum, erzählt dieses Heft.

Ich freue mich, dass *brandeins* und getAbstract für dieses Projekt Partner geworden sind. Schließlich waren wir nicht nur die Ersten, die vor 20 Jahren über die Idee berichtet haben. Uns eint seit unserer Gründung kurz vor der Jahrtausendwende auch unsere Liebe zum gedruckten Wort und das Bestreben, relevante Informationen zu filtern, zu verdichten, anzureichern und einzuordnen – kurz: Wissen zu teilen.

Susanne Risch
Chefredaktion

Liebe Leserinnen und Leser,

die Geschichte von getAbstract als weltweit führendem Anbieter komprimierten Wissens ist eng mit der Geschichte des getAbstract International Book Award verbunden. Was im Jahr 1999 als Schweizer Start-up mit 20 deutsch- und englischsprachigen Partnerverlagen begann, ist auf ein Netzwerk aus heute mehr als 800 internationalen Verlagspartnern gewachsen. Sehr früh war klar, dass wir ihren herausragenden Publikationen eine zusätzliche Bühne bieten wollten.

Aus den jährlich mehr als 10 000 Business-Büchern, die unsere Fachredaktion sichtet, werden seitdem diejenigen zehn deutsch- und englischsprachigen Titel ermittelt, die aufgrund ihrer Qualitäten – Originalität, Zuverlässigkeit, Treffsicherheit, Leserfreundlichkeit und Anwendbarkeit – herausstechen. Die zwei besten zeichnen wir aus. In den vergangenen 20 Jahren haben Nobelpreisträger wie Abhijit V. Banerjee und Esther Duflo, Robert J. Shiller und George A. Akerlof, aber auch Experten wie Malcolm Gladwell, Miriam Meckel, Benoît B. Mandelbrot, Rosabeth Moss Kanter, Peter Sloterdijk oder Yvonne Hofstetter den Preis erhalten. Die meisten von ihnen persönlich bei unserer jährlich ausgerichteten Feier auf der Frankfurter Buchmesse, in den zuletzt außergewöhnlichen Zeiten aber auch virtuell.

2021 kommen vier neue Namen hinzu: In der englischsprachigen Kategorie geht der erstmals mit insgesamt 20 000 Euro dotierte getAbstract International Book Award an den Nobelpreisträger Daniel Kahneman und seine Co-Autoren Olivier Sibony und Cass R. Sunstein für ihr Gemeinschaftswerk „Noise“ (Little, Brown Spark/William Collins). In der deutschsprachigen Kategorie zeichnen wir die Wissenschaftsjournalistin Mai Thi Nguyen-Kim für ihr Buch „Die kleinste gemeinsame Wirklichkeit“ (Droemer) aus. Beide Titel leisten Elementares, wenn es darum geht, Informationen zu sortieren und zu verarbeiten, in der schnelllebigen Wirtschaftswelt das Wichtige vom Unwichtigen zu unterscheiden und darauf aufbauend zu entscheiden. In der aufgeheizten Debatte um Fakten und Scheinfakten verdienen die Titel besondere Hervorhebung, und der getAbstract International Book Award 2021 soll Autorinnen und Autoren, aber auch den verantwortlichen Verlagshäusern zusätzlich den Rücken stärken – denn belastbares Wissen ist nicht weniger als das Fundament, auf dem unsere Zivilisation steht.

Ihre

Arnhild Walz-Rasilier



*Arnhild Walz-Rasilier,
Vice President getAbstract und Initiatorin des
getAbstract International Book Award*

[Zum Inhalt](#)

Inhalt

> Einführung

Was ist getAbstract und sein International Book Award?

> In Zahlen

Wissenswertes aus der Welt der Bücher

> Sieger *national*

Mai Thi Nguyen-Kim:
Die kleinste gemeinsame Wirklichkeit

> Shortlist *national*

Gudrun Happich: Herausforderungen im Führungsalltag  / Karolin Frankenberger u.a.: Das Digital Transformer's Dilemma / Sabine & Alexander Kluge: Graswurzelinitiativen in Unternehmen / Luyanda Mpahlwa & Klaus Doppler: Die Logik der Anderen

> Longlist *national*

> Sieger *international*

Daniel Kahneman, Olivier Sibony & Cass R. Sunstein: Noise

> Shortlist *international*

Jacinta M. Jiménez: The Burnout Fix  / John C. Coffee jr.: Corporate Crime and Punishment / Dan Pontefract: Lead. Care. Win. / Nicolai Tillisch & Nicolai Chen Nielsen: Return on Ambition

> Longlist *international*

> Rückblick

Alle Sieger aus zwanzig Jahren
getAbstract International Book Award.

> Gesamtliste

Impressum

Herausgeber: brandeins Medien AG/Redaktion Corporate Publishing
im Auftrag von getAbstract

© brandeins Medien AG, Hamburg 2021

Finden Sie alle Informationen und
vieles mehr auch online:

[getAbstract](#)

[brandeins](#)

„Wir glauben an die Demokratisierung des Wissens.“

getAbstract fasst seit mehr als 20 Jahren Bücher zusammen.

Das klingt lapidar, ist es aber nicht: Denn damit macht die Schweizer Firma Wissen leicht zugänglich. Und zeigt nebenbei auch, was gerade relevant ist.

Text: Peter Lau

Am Anfang von getAbstract stand eine fixe Idee. Als Patrick Brigger und Thomas Bergen den, wie Wikipedia es nennt, Referatedienst 1999 in Luzern gründeten, wollten die beiden Freunde eigentlich nur die Bücher der Library of Congress in Washington, neben der British Library immerhin der größten Bibliothek der Welt, zusammenfassen – sie umfasst inzwischen rund 40 Millionen Bände.

Es war völlig übergeschnappt, und so passte es gut in die Aufbruchstimmung der Neuen Wirtschaft um die Jahrtausendwende, wo groß gedacht und manchmal auch groß geliefert wurde – wenn auch selten nach Plan. „Die Start-up-Kultur haben wir bis heute“, sagt die Projektleiterin des getAbstract International Book Award Anna Wehrt, und Patrick Brigger, heute COO des Unternehmens, lacht: „Ja, irgendwie sind wir jung geblieben.“ Allerdings sind sie bei Weitem nicht mehr so unbedarft wie früher: „Unser ursprünglicher Plan“, sagt Thomas Bergen, heute CEO, ebenfalls lachend, „hätte nie funktioniert. Das war ein unmögliches Unterfangen.“

Mit den beiden Gründern zu sprechen ist ein bisschen wie ins Silicon Valley zu reisen, als dort noch nicht asoziale Milliardäre das Bild prägten: Bergen, 55, ist die gemütliche schweizerische Version des schlitzohrigen Ausdenkers, Brigger komplementär dazu der dynamische Macher. Von den Ideen und Idealen von damals ist das Duo immer noch überzeugt, was sich nicht zuletzt in ihrer Firma widerspiegelt.

„Wir hatten bis vor zwei Jahren eine Geschäftsleitung“, erzählt Bergen etwa, „aber die haben wir abgeschafft und durch etwas ersetzt, das wir Strategy Execution Group nennen. Das ist ein offenes Meeting für alle Team- und Projektleiter, aber auch sonst jeden, der Interesse hat. Es dauert 90 Minuten und hat enorm viel positive Energie freigesetzt. Die Leute spüren, dass sie an den Entscheidungen beteiligt sind.“

Eigentlich kein Wunder, dass der erste Artikel, der jemals über getAbstract geschrieben wurde, in dem Magazin einer Firma erschien, die ähnlich zukunftsgerichtet ist: brandeins. Ich erinnere mich gut daran, denn ich habe ihn verfasst – und hatte danach noch ein ganz persönliches Erlebnis mit den Buchkonzentraten.

Meine damalige Freundin las ständig Ratgeber: Bücher über innere Ruhe und die Organisation des Arbeitsplatzes, über Feng Shui, Workflows, Kreativität und Disziplin. Ich fand das gut, aber ineffizient, und so schenkte ich ihr zum Geburtstag unter anderem eine Kiste mit 30 ausgedruckten Abstracts zur persönlichen Entwicklung in diversen Bereichen. Doch als ich sie nach einigen Wochen danach fragte, erklärte sie mir, sie könne damit nichts anfangen. Sie läse Ratgeber eher wie Liebesromane: als Lektüre, quasi Beruhigungsmittel auf Papier – nicht als Anregung.

Vom Statussymbol zur Schatztruhe für alle

Ich fand das damals seltsam und heute noch mehr, denn was sie ablehnte, war Reichtum – Wissensreichtum. Abstracts waren lange Statussymbole: Nur Unternehmenslenker und wichtige Manager ließen sich Bücher zusammenfassen, weil sie zu beschäftigt waren, sie zu lesen. Kurzfassungen waren mehr oder weniger kompetent verfasste Einzelstücke von mehr oder weniger klugen Leuten – ein Luxus unklarer Qualität. Hinzu kam, dass die schnelle Wissensvermittlung zum Teil wohl auch Wissensvermeidung war: Der Chef erhielt, was er als wichtig betrachtete. Bücher über flache Hierarchien oder das Ende des Kapitalismus wären bei vielen Bossen alten Schlages nicht gut angekommen.

Entsprechend revolutionär war der Ansatz von getAbstract: Die Buchverdichter machten ein weites Spektrum des Wissens für jedermann zugänglich. „Wir glauben an die Demokratisierung des Wissens“, sagt Bergen im Gespräch so enthusiastisch, als wäre es ihm gerade eingefallen. Der zentrale Fokus lag von Anfang an auf Wirtschaftsliteratur und Büchern zur Selbstentwicklung, aber die Zielgruppe ging bald über die klassischen Manager hinaus.

Anfangs, erzählt Brigger, dachte man, die Abstracts seien nur was fürs Management: „Aber als 2003 Microsoft zu uns kam, merkten wir, wie groß der Bedarf ist. Die waren fast alle Informatiker, von Wirtschaft hatten sie wenig Ahnung. Klar hatten die Fragen, vor allem was Soft Skills angeht. Wenn zum Beispiel jemand plötzlich ein Team führen muss – wie geht das? Oder ein Mitarbeitergespräch?“

Informationen sind einzelne Fakten, Daten und Theorien, die für sich genommen so überzeugend sein können, dass Menschen sie für die Ausrichtung ihres Denkens und Handelns nutzen – allerdings auch Querdenker. Wissen dagegen entsteht aus der Verknüpfung von Informationen, ist in aller Regel sehr komplex und deshalb auch oft schwer zu vermitteln. Wie groß der Bedarf an Wissen ist, belegen unzählige YouTube-Kanäle. Es gibt kaum ein Thema, das im Netz nicht erforscht oder von einem Selfmade-Tutor erklärt wird.

Für die getAbstract-Gründer kam die Popularisierung ihrer Zusammenfassungen dennoch nicht infrage. Es hat sie nie gereizt, Yoga-Abstracts an Yoga-Klassen zu verkaufen. „Wir wachsen seit 21 Jahren kontinuierlich – unser Konzept spricht also für uns. Warum sollten wir es ändern?“, fragt Bergen. Das Erfolgsgeheimnis seiner Meinung nach: Man habe stets an die eigene Idee geglaubt. Ein großes Quäntchen Glück sei hinzugekommen: die Erfindung des Smartphones. Das, so Bergen, sei wie für Abstracts gemacht gewesen. Es war, „als würde Steve Jobs für uns arbeiten“.

Navigatoren im Informationsdschungel

Mehr als 15 Millionen Nutzer haben sich seit 1999 auf getAbstract registriert, im Angebot sind rund 22 000 Zusammenfassungen. Bücher, die wie Anleitungen funktionieren, um Unternehmen, die Karriere oder das eigene Leben in Schwung zu bringen, waren jedoch von Anfang an nur ein Teil der Bibliothek. Daneben stehen Werke über aktuelle Trends und Entwicklungen, drängende oder künftige Probleme, Beiträge zu Debatten oder essenzielle Konzepte aus allen möglichen Bereichen. Die Schweizer folgen bei der Auswahl nicht nur der Nachfrage – sie entscheiden auch selbst, was relevant ist.

Die Entscheidung, die am Anfang der Erstellung eines Abstracts steht, trifft ein Team, „nie eine Person allein“, betont Bergen. Ein Text wird zusammengefasst, weil er nütz-



Gründer, Manager, Unternehmer und nach 22 gemeinsamen Jahren an der Spitze von getAbstract noch immer leidenschaftliche Streiter für die Demokratisierung des Wissens: **Thomas Bergen (links) und Patrick Brigger**

lich ist, interessant – oder wichtig. Danach wird das Werk einem „Writer“ zugeteilt, also einem Autor, der auf das jeweilige Fachgebiet spezialisiert ist. Was er geschrieben hat, wird von einem Editor bearbeitet, der vor allem die Inhalte prüft: Ist das Buch richtig wiedergegeben? Stimmen die Zitate? Ist es korrekt eingeordnet? Im Anschluss wird es von einem weiteren Editor sprachlich überarbeitet: „Es kann nicht sein, dass wir gutes Wissen mit schlechter Sprache verhunzen“, sagt Bergen. Am Ende geht es zu einem Final Editor, der alles durchsieht. Nicht wenige Großverlage haben heute weitaus weniger Schleifen zur Sicherung der eigenen Qualität.

getAbstract arbeitet mit rund 600 Freiberuflern, was den 20 Editoren, die in der Regel schon lange in der Firma sind, mehr Zeit lässt, sich mit einer zentralen Aufgabe zu beschäftigen: zu identifizieren, welche Titel wichtig sind. Das werde immer schwieriger, sagt Brigger, das Feld wachse stetig: „Vor 20 Jahren steckte das Wissen in Büchern, heute gibt es vieles im Internet – die Frage nach der Relevanz ist dadurch noch größer geworden, schließlich kann da jeder publizieren, ohne dass es irgendwer kontrolliert.“ Seit zwölf Jahren veröffentlicht getAbstract auch Zusammenfassungen von Magazinartikeln und Online-Texten, etwa vom *Harvard Business Manager*, *Wired* oder *Xing*. Das Wissen wächst – das Angebot muss mitgehen.

Parallel dazu nimmt auch das Wissen im Unternehmen zu – das ist die Basis für den International Book Award. Seit 20 Jahren zeichnet das Unternehmen einmal im Jahr ein deutsch- und ein englischsprachiges Buch aus, das im Jahr zuvor einen besonderen Beitrag zur Wissensvermehrung geleistet hat. Das Auswahlverfahren ist mehrstufig. In einem ersten Schritt wählt die **vierköpfige Jury** pro Sprachwelt zunächst zehn Finalisten aus. Anschließend muss jedes Jurymitglied votieren, welche der zehn Bücher auf die Short-List gehören. Erst wenn die Liste übereinstimmend abgenickt wurde, tagt die Jury, um sich auf die Sieger-Titel festzulegen.

„Eigentlich“, sagt Anna Wehrt, „ist es bereits eine Auszeichnung, wenn ein Buch für ein Abstract ausgewählt wird.“ Denn damit sage das Unternehmen: Das ist interessant. Der International Book Award sei im Grunde das Endsubstrat dieser Auswahl. „Das sind die Bücher, die man kennen muss. Die Sieger sollte wirklich jeder gelesen haben“, so Wehrt.

Sicher, es ist kühn zu entscheiden, welche der vielen Bücher, die jedes Jahr erscheinen, die wichtigsten sind – aber es ist auch nötig. „Die Suche nach dem richtigen Wissen wird immer anspruchsvoller“, sagt Thomas Bergen. „Wir stehen vor einer Flut von Information, und die Frage, was relevant ist, ist wichtiger als jemals zuvor. Das kannst du nicht automatisieren, sonst hätten es Facebook und Google längst gemacht. Damit müssen sich gut ausgebildete Leute mit viel Erfahrung beschäftigen.“

Vom literarischen Klassiker bis zur Bibel

Wer wirklich etwas wissen will, muss über den Tellerrand der nützlichen Informationen hinaussehen, auch das ist eine Überzeugung, für die getAbstract steht. Bergen sagte schon in dem *brandeins*-Artikel von 2002: „Eigentlich müssten Manager heute sogar noch mehr kennen, zum Beispiel die chinesische Geschichte oder den Koran – das sind Voraussetzungen für den globalen Handel.“ Deshalb gab es bei getAbstract von Anfang an auch literarische Klassiker, von offensichtlichen Kandidaten wie Homers „Ilias“ oder Goethes „Faust“ bis zu wunderbaren Querschüssen wie „Zazie in der Metro“ von Raymond Queneau oder „Die Reisen mit meiner Tante“ von Graham Greene.

„Das Projekt, das mich am meisten fasziniert hat, war die Erstellung des Abstracts der Bibel“, erzählt Thomas Bergen. Sechs Seiten sind es am Ende geworden. Geholfen haben dabei ein reformierter, ein katholischer und ein freier Priester sowie zwei Journalisten, die Theologie studiert hatten. Knapp ein halbes Jahr brauchte das Team – für sechs Seiten.

Auch Patrick Brigger erinnert sich: „Es hat schon lange gedauert, bis sie die richtige Bibel ausgewählt hatten.“ „Stimmt“, sagt Bergen, „und dann habe ich gesagt: Okay,

wir fangen von hinten an – wir definieren erst mal die zehn Take-aways. Das ging ganz schnell, die hatten wir nach 30 Minuten. Darauf basierend konnten wir uns dann auch auf den Rest einigen.“ Beide sind sich einig: Der Aufwand hat sich gelohnt. Man habe immer wieder Anfragen von Glaubensgemeinschaften, ob sie die Zusammenfassung als Einstieg in die Bibellektüre kostenlos nutzen könnten. Selbstverständlich gebe es dafür grünes Licht. Immerhin hieße es im ersten Take-away des Bibel-Abstracts: „Der Gott des Universums hat sich den Menschen als Gegenüber geschaffen. Er will mit ihm eine Beziehung pflegen.“

Bei zwei Menschen, die ihr Berufsleben Büchern widmen, ist es naheliegend, nach den Büchern zu fragen, die sie am meisten beeindruckt haben. Thomas Bergen nennt gleich zwei Bände: „Positioning“ von Al Ries und Jack Trout – der Untertitel „Wie Marken und Unternehmen in übersättigten Märkten überleben“ fasst den Klassiker gut zusammen. Und „Crossing the Chasm“, den Marketingbestseller von Geoffrey A. Moore. „Am Ende“, sagt Bergen, müsse man als Unternehmen auch Geld verdienen.

Brigger sagt, er sei von „Mindset – The New Psychology of Success“ enorm beeinflusst worden. „Die Autorin sagt darin im Kern, egal ob im Beruf oder privat: Wenn du weiterkommen willst, ist das Wichtigste der eigene Mindset.“ Noch mehr beeindruckt habe ihn nur „The Last Lecture“ von Randy Pausch und Jeffrey Zaslow.

Pausch, ein Professor für Computerwissenschaften, wusste, dass er an Krebs sterben würde. In seiner letzten Vorlesung, aus der das Buch entstand, sagte er seinen Studenten: „Ich sterbe, und ich habe Spaß. Ich werde jeden Tag, der mir noch bleibt, Spaß haben. Weil es keinen anderen Weg gibt.“ Daraufhin umarmte ihn seine Frau und flüsterte ihm ins Ohr: „Bitte stirb nicht.“

In der Einführung des Abstracts steht über das Buch unter anderem: „Sie werden weinen.“ •

Wir haben abgestimmt

Der getAbstract International Book Award ergibt sich nicht aus Nutzerzahlen oder Einzelinteressen. Er wird jedes Jahr von einer Jury in einer ergebnisoffenen Diskussion bestimmt. Dieses Mal war neben den getAbstract-Profis auch jemand aus dem brandeins-Team dabei.



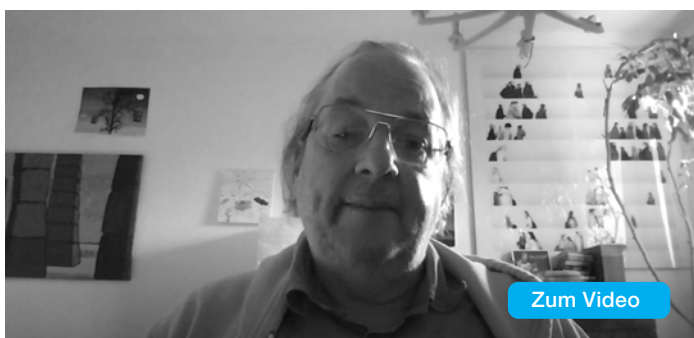
Arnhild Walz-Rasilier, Vizepräsidentin, ist seit den Anfängen von getAbstract im Jahr 2000 dabei und betreut bis heute das weltweite Verlagspartnernetzwerk. Im Jahr 2001 initiierte sie den getAbstract International Book Award. Sie hat einen Abschluss in Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt International Business/Fremdsprachen. Bevor sie zu getAbstract kam, war sie Publishing Director Books beim Haufe Verlag.



Belén Haefely hat 2017 noch während ihres Studiums der Philosophie und Germanistik bei getAbstract zu arbeiten begonnen und ist seit ihrem Abschluss als Managing Editor unter anderem für die Bereiche persönliche und berufliche Weiterentwicklung der deutschen getAbstract-Bibliothek zuständig. Daneben schreibt sie selbst, unter anderem die Kolumne „Ninas Welt“ im getAbstract-Journal.



Koni Gebistorf, Executive Editor, hat Abschlüsse in englischer und deutscher Literaturwissenschaft. Er ist seit 2007 bei getAbstract und leitet seit 2015 das Redaktionsteam für den englischsprachigen Bereich. Unter dem Pseudonym Niko Stoifberg schreibt er für verschiedene Schweizer Zeitungen und Magazine. Kürzlich erschien sein erster Roman: „Dort“.



Peter Lau ist Journalist und arbeitet gefühlt schon immer bei brandeins. Er war früher an anderer Stelle aber auch Musikjournalist, Filmjournalist, Foodjournalist und was sich sonst noch anbot. Er lebt in Hamburg, interessiert sich für und schreibt über alles, was Fortschritt verspricht, und hat eine Tochter, die zwölf Jahre klüger ist als er.

[Zum Inhalt](#)

Buchhandel in Zahlen

Braucht es in Zeiten der Digitalisierung überhaupt noch einen Buchpreis? Und ob! Der Markt wächst und wächst, inzwischen insbesondere im E-Book-Segment. Mehr Überraschungen?

Zahl der Bücher,
die in Deutschland
im Jahr 2020 neu
erschienen sind:

69 180

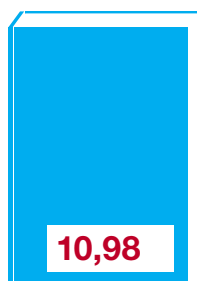


davon
Kinder- und
Jugendbücher:

7 932



Durchschnittliche
Ausgaben der
Deutschen pro Buch
im Jahr 2016, in Euro:



14.

Umsatzstärkster Tag im deutschen
Buchhandel im Jahr 2020:

Dezember

16.

Start des zweiten Lockdowns während
der Corona-Pandemie 2020:

Dezember

Durchschnittspreis eines E-Books in Deutschland im Jahr
2010, in Euro: **10,71**

Durchschnittspreis eines E-Books in Deutschland im Jahr
2020, in Euro: **6,63**

Höhe des Umsatzes im deutschen Buchhandel 2019, in
Milliarden Euro: **9 291**

Höhe des Umsatzes im deutschen Buchhandel 2020, in
Milliarden Euro: **9 303**

davon im Bereich Belletristik, in Prozent: **31,1**

davon im Bereich Kinder- und Jugendbücher, in Prozent: **18,4**

davon im Bereich Reise, in Prozent: **4,0**

davon im Bereich Ratgeber, in Prozent: **14,2**

davon im Bereich Geisteswissenschaften, Kunst und Musik, in
Prozent: **4,6**

davon im Bereich Naturwissenschaften, Medizin, Informatik
und Technik, in Prozent: **3,5**

davon im Bereich Sozialwissenschaften, Recht und Wirtschaft,
in Prozent: **2,5**

davon im Bereich Schule und Lernen, in Prozent: **10,5**

davon im Bereich Sachbuch, in Prozent: **11,2**

Anteil des Umsatzes im Sachbuchmarkt 2020, der auf Politik,
Gesellschaft und Wirtschaft entfällt, in Prozent: **45,4**

Anteil des Umsatzes im Sachbuchmarkt, der auf Geschichte
entfällt, in Prozent: **14,9**

Anteil des Umsatzes im Sachbuchmarkt 2020, der auf
Psychologie, Esoterik, Spiritualität und Anthroposophie
entfällt, in Prozent: **8,7**

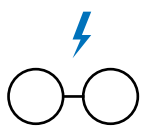
Anteil des Umsatzes im Sachbuchmarkt 2020, der auf Natur
und Technik entfällt, in Prozent: **8,1**

Anteil des Umsatzes im Sachbuchmarkt 2020, der auf
Philosophie und Religion entfällt, in Prozent: **6,5**

Anteil des Umsatzes im Sachbuchmarkt 2020, der auf Lexika
und Nachschlagewerke entfällt, in Prozent: **6,0**

Anteil des Umsatzes im Sachbuchmarkt 2020, der auf Musik,
Film und Theater entfällt, in Prozent: **5,6**

Anteil des Umsatzes im Sachbuchmarkt 2020, der auf Kunst
und Literatur entfällt, in Prozent: **4,8**



Einkommen von Juni
2018 bis Juni 2019 von
J. K. Rowling, in
Millionen US-Dollar:

92



Einkommen von Juni
2018 bis Juni 2019 von
Michelle Obama, in
Millionen US-Dollar:

36

Umsatzanteil von E-Books im Publikumsmarkt in
Deutschland 2010, in Prozent: **0,5**

Umsatzanteil von E-Books im Publikumsmarkt in
Deutschland 2020, in Prozent: **5,9**

Umsatzanteil von E-Books im Publikumsmarkt in
Deutschland im ersten Halbjahr 2021, in Prozent: **7,9**

Umsatzanteil des Internet-Buchhandels am Buchmarkt in
Deutschland 2010, in Prozent: **13,8**

Umsatzanteil des Internet-Buchhandels am Buchmarkt in
Deutschland 2020, in Prozent: **14,8**

Anteil von getAbstract-Nutzern, die bei einer Umfrage
angaben, durch den Dienst mehr Bücher als zuvor zu lesen, in
Prozent: **27**

Anteil von getAbstract-Nutzern, die bei einer Umfrage
angaben, durch den Dienst mindestens drei zusätzliche Bücher
pro Jahr zu kaufen, in Prozent: **25**

Anteil von getAbstract-Nutzern, die bei einer Umfrage
angaben, durch den Dienst Bücher kennenzulernen, von denen
sie zuvor noch nie gehört hatten, in Prozent: **60**

Anteil von getAbstract-Nutzern, die bei einer Umfrage
angaben, eines dieser neu kennengelernten Bücher erwerben
zu wollen, in Prozent: **30**

Zahl der Bücher, die ein durchschnittlicher getAbstract-Nutzer
pro Jahr liest: **17**

Zahl der Bücher, die ein durchschnittlicher getAbstract-Nutzer
pro Jahr kauft: **17**

Zahl der Menschen in Deutschland, die 2016 mindestens
einmal täglich ein Buch zur Hand nahmen, in Millionen: **9,82**

Zahl der Menschen in Deutschland, die 2020 mindestens
einmal täglich ein Buch zur Hand nahmen, in Millionen: **8,55**

Zahl der Menschen in Deutschland, die 2016 weniger
als einmal pro Monat ein Buch zur Hand nahmen, in
Millionen: **27**

Zahl der Menschen in Deutschland, die 2020 weniger
als einmal pro Monat ein Buch zur Hand nahmen, in
Millionen: **30,5**

Zahl der Buchhandlungen in Berlin 2020: **227**

Zahl der Buchhandlungen in München 2020: **119**

Zahl der Buchhandlungen in Hamburg 2020: **107**

Zahl der Verlage in Berlin 2020: **149**

Zahl der Verlage in München 2020: **105**

Zahl der Verlage in Hamburg 2020: **73**

Zahl der Verlage in Stuttgart 2020: **67**

Zahl der Personen in Deutschland, die 2017 Bücher auf
elektronischen Geräten (E-Reader, Tablet-PC, Smartphone)
lasen, in Millionen: **7,65**

Zahl der Personen in Deutschland, die 2021 Bücher auf
elektronischen Geräten (E-Reader, Tablet-PC, Smartphone)
lasen, in Millionen: **10,3**

Umsatz, der 2010 mit elektronischen Büchern im Bereich
Belletristik erwirtschaftet wurde, in Millionen Euro: **24**

Umsatz, der 2019 mit elektronischen Büchern im Bereich
Belletristik erwirtschaftet wurde, in Millionen Euro: **233**

Umsatz, der 2020 mit elektronischen Büchern im Bereich
Belletristik erwirtschaftet wurde, in Millionen Euro: **247**

Umsatz, der für 2025 mit elektronischen Büchern im Bereich
Belletristik prognostiziert wird, in Millionen Euro: **265**



1. Mai Thi Nguyen-Kim 
*Die kleinste gemeinsame
Wirklichkeit*
2. Gudrun Happich 
Herausforderungen im Führungsalltag
3. Karolin Frankenberger,
Hannah Mayer, Andreas Reiter,
Markus Schmidt
Das Digital Transformer's Dilemma
4. Sabine Kluge, Alexander Kluge
*Graswurzelninitiativen in Unternehmen:
Ohne Auftrag – mit Erfolg!*
5. Klaus Doppler, Luyanda Mpahlwa
Die Logik der Anderen

Eine Art, die Welt zu verstehen

Die Wissenschaftlerin, YouTuberin und Moderatorin Mai Thi Nguyen-Kim will den Menschen wissenschaftliches Denken nahebringen. Ihr kluges Plädoyer wurde zum Buch des Jahres gekürt.

Interview: Peter Lau



Was haben die Wirksamkeit homöopathischer Mittel, der Gender-Pay-Gap, die Gefahren, die von Videospielen ausgehen, und der erbliche Anteil an der Intelligenz gemeinsam? Um sie wirklich zu verstehen, braucht es wissenschaftliches Denken. Dazu gehört nicht viel: eine gewisse Offenheit, klare Maßstäbe zur Einordnung von Fakten und eine Diskussionskultur, die bei aller Freiheit eindeutigen Regeln folgt. Mit diesen Werkzeugen lassen sich nicht nur akademische Probleme besser verstehen und lösen, sondern vieles, was uns Tag für Tag begegnet, von den großen Themen der Politik bis zum kleinen Ärger im Unternehmen. Denn am Ende ist „wissenschaftliches Denken“ ein Synonym für kritisches Denken.

Das ist, knapp zusammengefasst, die These von Mai Thi Nguyen-Kims Buch „Die kleinste gemeinsame Wirklichkeit“, dem in diesem Jahr der getAbstract International Book Award verliehen wird. Es war eine einstimmige, diskussionslose Wahl: Das Buch vermittelt nicht nur enorm viel Wissen aus sehr unterschiedlichen Gebieten, sondern auch eine Basis, um mit drängenden Problemen wie Fake News und Desinformation umzugehen. Damit ist es ein essenzieller Beitrag zu den wichtigsten Debatten, die unsere Gesellschaft derzeit zu zerreißen drohen, von Corona-Impfungen bis hin zur sozialen Gerechtigkeit.

Das Buch steht nicht allein. Mai Thi Nguyen-Kim betreibt seit 2016 einen YouTube-Kanal, auf dem sie regelmäßig wissenschaftliche Erkenntnisse vermittelt, von der Pflegekrise über Cannabis bis Glyphosat. Damit ist die promovierte Chemikerin äußerst erfolgreich – allein ihr erstes Video über Corona wurde mehr als sechs Millionen Mal gesehen. Daneben ist sie seit Jahren vielseitig präsent: Sie hat diverse Fernseh-

sendungen und YouTube-Kanäle moderiert, mit „Komisch, alles chemisch!“ einen Bestseller geschrieben und ist Mitglied im Senat der Max-Planck-Gesellschaft. Für ihre Arbeit wurde die 34-jährige vielfach ausgezeichnet, unter anderem mit Grimme- und Nannen-Preisen, der Theodor-Heuss- und der Leibniz-Medaille sowie 2020 mit dem Verdienstkreuz am Bande der Bundesrepublik Deutschland.

Die Wissenschaftsjournalistin hat nicht nur Freunde: Für Internet-Trolle und Querdenker ist die exponierte Aufklärerin ein perfektes Ziel für den Hass. Deshalb spricht sie ungern über ihr Privatleben, ihren Wohnort oder ihre Tochter. Ihre Arbeit schränkt sie deshalb aber nicht ein – es scheint sogar eher, als würde deren Dringlichkeit mit jedem Hasskommentar noch deutlicher.

Seit Ende Oktober 2021 hat sie eine eigene Fernsehshow auf ZDF Neo: „Maithink X“. Das Interview fand einen Tag nach der Premiere statt. Die Moderatorin saß im Zug, war aber so konzentriert, klar, freundlich und offen, wie sie alle kennen: Mai von maiLab.

Mai, wenn man sich deine Arbeit ansieht – dein Buch, deinen YouTube-Kanal, jetzt deine Fernsehshow – entsteht der Eindruck, du bist eine Frau mit einer Mission.

Ja, das stimmt vielleicht. Ich bin eine Überzeugungstäterin. Ich freue mich natürlich, wenn ich viele Bücher verkaufe oder einen Preis bekomme, aber ich freue mich darüber vor allem, weil ich weiß, dass dann das Buch gelesen wird und die Inhalte die Menschen erreichen. Mein Ziel ist, dass die Menschen Wissenschaft besser verstehen, dass sie wissenschaftlich denken lernen. Ich glaube, das ist in unserer Zeit ein unglaublicher wichtiger Skill, um Fakten und Desinformation auseinanderzuhalten.

Das wolltest du schon immer, oder? Du hast gestern am Ende der Sendung gesagt: Aufklärung schafft Freiheit! Das ist ein revolutionärer Satz. Aber er taucht sinngemäß auch schon in frühen Videos auf, als dein YouTube-Kanal noch schönschlau hieß.

Nein, am Anfang habe ich die Videos vor allem aus Spaß an der Freude gemacht. Und weil ich mich manchmal fühlte wie die Mutter eines hässlichen Babys, den Naturwissenschaften, deren Schönheit nur ich allein sehe. Ich habe zu der Zeit noch als Chemikerin gearbeitet und mich immer gewundert, warum Leute das komisch finden und nicht total toll. Mit der Zeit ist Wissenschaftskommunikation für mich aber fast etwas Politisches geworden, obwohl ich kein politischer Mensch bin. Die Frage, die mich heute treibt, heißt: Wie lässt sich die Neutralität der Wissenschaft bewahren? Ich glaube, um sie zu erhalten, müssen wir uns mehr einmischen.

MAI THI NGUYEN

DIE KLEINSTE GEMEINSAM WIRKLICHKEIT

Wahr, falsch, plausibel?

Die größten Streitfragen wissenschaftlich geprüft

**SPIEGEL
Bestseller
Platz 1**

DROEMER ✱

„Die kleinste gemeinsame Wirklichkeit“

Wahr, falsch, plausibel? Die größten Streitfragen wissenschaftlich geprüft

Mai Thi Nguyen-Kim

Droemer 2021, 368 Seiten – 20 Euro

[instagram.com/maithink](https://www.instagram.com/maithink)

[Zum Abstract](#)



Forscherin, Autorin, Bloggerin – und jetzt auch Moderatorin einer eigenen TV-Wissenschaftsshow: Mai Thi Nguyen-Kim

Haben die Angriffe auf die Wissenschaft in den vergangenen Jahren zugenommen? Oder sind die Leugner und Ignoranten einfach nur lauter als früher?

Ich glaube, beides. Einerseits fördert das Internet die Lautstärke: Je lauter du schreist, desto mehr wirst du verbreitet. Und durch die Emotionalisierung lässt sich Desinformation auch stärker verankern. Andererseits sorgen die neuen Medien aber auch dafür, dass Menschen heute eine wissenschaftliche Empfehlung nur als eine Meinung unter vielen ansehen, weil es für sie kaum eine Möglichkeit gibt, zwischen einer seriösen Expertin und einem Scharlatan zu unterscheiden.

Natürlich haben wir früher mit Menschen, die anders denken, genauso wenig gepflegt diskutiert. Aber wenn du völlig abstruse Meinungen vertreten hast wie ‚Die Erde ist flach‘, wärst du in deiner Dorfkneipe nicht weit gekommen. Im Netz ist das anders.

Andererseits scheint es, als würden sich immer mehr Menschen nach echten Informationen sehnen – was zu deinem Erfolg beiträgt. Dein erstes Video über Corona wurde mehr als sechs Millionen Mal gesehen! Da stellt sich die Frage: Warum überhaupt ein Buch, wenn du ohnehin schon so viele Menschen erreichst?

Die Kernfragen des Buches sind: Was ist eigentlich Wissenschaft, und warum sollten wir auf sie hören? Um diese Fragen zu beantworten, muss man sich mit evidenzbasierter Wissenschaft auskennen.

Die ersten acht Kapitel sind eigentlich austauschbar. Sie dienen vor allem dazu, das letzte Kapitel verständlich zu machen. Dafür wird viel Zeit und Differenzierung benötigt – und das bietet ein Buch natürlich mehr als eine Sendung. Manche Motive tauchen mehrfach auf, und wer was vergessen hat, kann in einem Buch einfach zurückblättern, um es nochmals zu lesen.

Außerdem finde ich, dass Lesen eine sehr viel aktivere Tätigkeit ist, als wenn man sich von einem Video oder einem Podcast berieseln lässt. Ich kann aus eigener Erfahrung sagen, dass das eine ganz andere Art von Lernen ist. Mein Ziel ist nicht, Menschen zu belehren. Sondern ich möchte ihnen etwas an die Hand geben, mit dem sie viele verschiedene Sachen einordnen können. Es geht nicht um Random Facts, sondern um anwendbare Methoden.

Das ist die größte Qualität des Buches: Du erklärst nicht Fakten anhand von Wissenschaft – du erklärst Wissenschaft anhand von Fakten. Beim Lesen lernt man wissenschaftliches Denken.

Ja, das war die Idee. Es gibt natürlich viele Bücher über wissenschaftliches Denken, aber die waren mir alle zu abstrakt. Dabei ist das Schöne daran, dass es überall anwendbar ist, wo es einen rationalen Diskurs gibt: in gesellschaftlichen Debatten, in der Politik ...

Oder in der Wirtschaft?

Ja, natürlich. Letztlich bedeutet wissenschaftliches Denken: kritisches Denken. Und das ist ganz sicher auch dort hilfreich.

Du hast viele Fans. In den Kommentaren deines Kanals erklären immer wieder Menschen, wie froh sie sind, dass es dich gibt. Aber wie ist dein Stand unter Wissenschaftlern?

Der war von Anfang an überraschend positiv. Es gibt natürlich immer noch die Generation der Silberrücken, die Wissenschaftskommunikation grundsätzlich kritisch sieht, weil das Volk das alles gar nicht verstehen könne. Aber da findet gerade ein Wandel statt. Und die neue Generation weiß, dass man eine Vertretung in der Öffentlichkeit braucht, erst recht, seit das Gatekeeping der Medien langsam verschwindet und Autorität verloren geht.

Die Menschen glauben heute nicht mehr automatisch der Presse oder den Ärzten oder der Wissenschaft. Ich habe mit der Science-Community also keine Probleme. Eher schon mit den Medien.

Was heißt das?

Die Tatsache, dass YouTube meine wichtigste Plattform ist, kommt in wissenschaftlichen Kreisen gut an, die finden das ziemlich cool. Aber in den Medien hieß es früher oft: ‚Ach, das ist ja nur YouTube.‘ (*Lacht*) Das ist zum Teil die Arroganz der Etablierten. Aber als ich anfang, haben mir auch viele Kolleginnen aus den Medien erzählt, wie beeindruckend sie es finden, dass ich tatsächlich forsche, etwa im Bereich Krebstherapie oder künstliches Gewebe. Die sagten oft: ‚Toll, dass du was Richtiges machst. Hör damit bloß nicht auf. Wir machen doch alle nur Quatsch.‘ Während ich manchmal dachte: Was nützt eine neue Krebstherapie, wenn die keiner will, weil sie keiner versteht? Meine Wissenschaftskolleginnen sahen das ähnlich.

Warum eifert dir dann niemand nach? Du bist die bekannteste Wissenschaftsjournalistin Deutschlands – aber du bist auch die einzige, die man kennt.

Ich kann nur alle dazu einladen, mitzumachen. Es ist viel zu tun! Und es gibt natürlich einige Science-YouTuber. Gerade in Sachen Information läuft auf YouTube sehr viel. Es gibt auch eine Biologin auf Tiktok, die dort die Wissenschaftlerin heißt. Aber es ist nicht einfach, eine große Reichweite aufzubauen. Das war bei mir auch harte Arbeit. Und es war viel Glück dabei.

Ein glücklicher Zufall war, dass ich mich zu einem guten Zeitpunkt entschieden habe, das in Vollzeit zu machen. Viele, die als Wissenschaftlerinnen arbeiten, haben gar nicht die Zeit, um nebenher einen Kanal aufzubauen. Zumal es immer schwieriger wird, überhaupt sichtbar zu sein. Das ist ein Henne-Ei-Problem: Wie mache ich gute Inhalte, wenn mich noch keiner sieht und ich deshalb kaum Unterstützung habe?

Ich habe inzwischen zwei Vollzeitmitarbeiter, beide ebenfalls promovierte Wissenschaftler. Und ich habe einen mal gefragt: ‚Glaubst du, du könntest diesen Job auch machen, wenn du keinen Doktor gemacht hättest?‘ Er sagte Nein, denn erst durch die Promotion habe er gelernt, wie Wissenschaft funktioniert, wo es Interessenkonflikte gäbe oder wie man seriöse Quellen fände. Da sind wir dann wieder beim wissenschaftlichen Denken.

Brauchen wir vielleicht schon in der Schule ein Fach Wissenschaftliches Denken, zusätzlich zu Biologie, Chemie, Physik und so weiter?

Ja, absolut! Wir bräuchten ein neues Schulfach, zu dem kritisches Denken gehört, aber zum Beispiel auch: Wie unterscheide ich ein logisches Argument von einem Scheinargument? Medienkompetenz müsste ebenfalls dabei sein. Und Quellenkompetenz. Ich glaube, damit könnte man früh anfangen, in der fünften Klasse. Das wäre ungemein wertvoll.

Gestern war die Premiere deiner ersten eigenen Fernsehshow – wie war das für dich?

Ich kann das gar nicht sagen. Wir arbeiten seit März sehr intensiv an der Staffel, dann haben wir aufgezeichnet, geschnitten – ich habe das so oft gesehen ... Ich weiß nicht mehr, wie ich das finden soll.

Keine Sorge, es war toll. Für jemanden, der nie fernsieht, war nur das Publikum etwas befremdlich. Dass die ständig klatschen ... Warum habt ihr euch entschieden, die Sendung vor Publikum aufzuzeichnen?

Das ist klassisches Science-Slam-Feeling! Wissenschaft und Publikum schließen sich doch nicht aus. Ich hatte von dieser Sendung bereits eine Vorstellung, lange bevor ich YouTube gemacht habe. Früher habe ich amerikanische Late-Night-Shows geschaut. Ich fand damals Politik und Wissenschaft vergleichbar komplex und habe nie verstanden, warum die Leute Shows zur Politik sehen, aber nicht zur Wissenschaft. Es gab natürlich Sendungen über schwarze Löcher oder das Weltall – aber mit dem echten Leben hatten die nichts zu tun. Ich wollte schon damals eine Sendung, die wie eine Vorlesung de luxe für alle ist.

Außerdem hat es mir mit dem Publikum viel Spaß gemacht. Das ist viel schöner, als mit ein paar Leuten in einem leeren Studio zu stehen oder Videos zu Hause aufzunehmen.

Du experimentierst offensichtlich gern. Sogar dein Buch ist formal recht ungewöhnlich. Da stellt sich natürlich die Frage: Was willst du noch ausprobieren?

Ich muss schauen. Ich glaube nicht, dass Wissenschaft und Entertainment ein Widerspruch sind – die Frage ist meiner Meinung nach nur, ob die Unterhaltung der Wissenschaft hilft. Wenn sie das tut, bin ich daran interessiert. •

**Gudrun Happich**

unterstützt als Executive Business Coachin Führungskräfte verschiedener Hierarchiestufen in Wirtschaftsunternehmen.

galileo-institut.de

[Zum Interview](#)

Was mache ich jetzt?

Es ist nicht leicht, eine Führungskraft zu sein – aber man kann es lernen. Gudrun Happich hat das essenzielle Praxiswissen kompakt gebündelt.

Wer Führungskraft werden will oder eine ist, weiß: Der Job ist nicht so einfach, wie ihn sich manche vorstellen. Deshalb gibt es Coaches wie Gudrun Happich, ursprünglich Diplom-Biologin und Sprinterin, die seit 1998 Führungskräfte berät. Sie hat ihr Wissen zu einem Buch gemacht – wirklich umfassend. Ihre Ratschläge für viele Problemlagen sind ausgesprochen praktisch ausgerichtet. Einsteigern empfiehlt sie zum Beispiel, schon vorab die Rahmenbedingungen einer neuen Position zu prüfen und den Wechsel minutiös vorzubereiten. Wer durchsetzungsfähig sein wolle, brauche vor allem eines: eine starke innere Überzeugung. Und auf allen Ebenen sei wichtig: Entscheidungen sollten systematisch getroffen werden; einfache Anleitungen dafür liefert die Autorin gleich mit.

In schwierigen Situationen helfen Ihnen diese Strategien:

- Konzentrieren Sie sich auf das, was in der aktuellen Situation das Wichtigste ist. Oft geht es schlicht ums Überleben oder darum, handlungsfähig zu bleiben.
- Bringen Sie Kopf und Bauch zusammen. Achten Sie auf Ihre Intuition, wenn Sie die Situation analysieren und die nächsten Schritte planen.
- Klären Sie, wer eigentlich zuständig ist. Fällt eine Entscheidung in Ihren Verantwortungsbereich, treffen Sie sie. Fällt sie jedoch in den Verantwortungsbereich einer anderen Person, holen Sie die Entscheidung aktiv ein. Klingt selbstverständlich, wird aber oft falsch gemacht.
- Übernehmen Sie bewusst Verantwortung. Holen Sie Rat ein, aber entscheiden Sie selbst. Sie allein tragen auch die Verantwortung für die Folgen.
- Entfalten Sie Aktivität, ohne dabei aber wirklich etwas zu tun. Das veranlasst Ihre Mitarbeiter im besten Fall dazu, selbst aktiv zu werden. Nach einiger Zeit können Sie so erkennen, wer Verantwortung übernimmt, und entdecken womöglich Absichten, Allianzen und Beziehungen, die Ihnen sonst verborgen geblieben wären.

Herausforderungen im Führungsalltag

24 Führungsthemen für den

„Herausforderungen im Führungsalltag“

24 Führungsthemen für den Weg ins Topmanagement, Gudrun Happich
Haufe 2021, 256 Seiten
– 29,95 Euro

[Zum Abstract](#)



Karolin Frankenger

ist Direktorin des Instituts für Betriebswirtschaft und akademische Direktorin des Executive MBA an der Universität St. Gallen.

Hannah Mayer

promovierte an der Universität St. Gallen zu digitaler Transformation und Plattform-Ökosystemen, sie forscht jetzt zu AI-basierten Geschäftsmodellen.

Andreas Reiter

promoviert an der Universität St. Gallen, zuvor beriet er Unternehmen aus der Finanzdienstleistungsbranche zu Digitalisierungsthemen.

Markus Schmidt

ist CEO und Gründer von QSID Digital Advisory.

thedigitaltransformers-dilemma.com

[Zum Interview](#)

Wie soll das nur gehen?

Wäre die Welt einfach, würde man Unternehmen, die sich digitalisieren, eine Weile schließen. Aber natürlich müssen die Geschäfte weiterlaufen. Wie lässt sich beides verbinden?

Für traditionelle Unternehmen bedeutet die digitale Transformation in der Regel, dass zwei Aufgaben gleichzeitig anstehen: Einerseits muss das Kerngeschäft digitalisiert werden, um die aktuelle Position auf dem Markt zu erhalten, während andererseits neue, disruptive Geschäftsmodelle entwickelt werden sollen, um die Zukunft zu sichern. In dieser Situation eine Balance zwischen der alten industriellen Ordnung und der Entwicklung neuer Ideen zu finden, fällt den meisten sehr schwer. Die vier Autoren präsentieren in ihrem Buch einen innovativen, empirisch breit abgestützten Managementleitfaden, der den Spagat der digitalen Transformation in etablierten Unternehmen detailliert analysiert und dabei nachvollziehbar wie ein Handbuch funktioniert.

Nicht die Technologie, sondern die Menschen entscheiden über den Erfolg der Digitalisierung. Beachten Sie bei Ihrer Personalplanung folgende Punkte:

- **Fortbildung:** Entwickeln Sie für Ihre Mitarbeiter ein Programm, eventuell mit externen Partnern.
- **Rekrutierung:** Ermuntern Sie Ihre Leute, Ihr Unternehmen als Arbeitgeber zu empfehlen.
- **Ausleihe:** Heuern Sie vorübergehend fehlende Fachkräfte an, um Engpässe zu überbrücken.
- **Umbau:** Passen Sie die Aufgabenprofile Ihrer Mitarbeiter der neuen Situation an, setzen Sie sie gegebenenfalls woanders ein, und organisieren Sie die Arbeitsprozesse neu. Reduzieren Sie, wenn möglich, das Arbeitspensum, um Zeit für neue Aufgaben zu schaffen.

„Das Digital Transformer's Dilemma“

Wie Sie Ihr Kerngeschäft digitalisieren und gleichzeitig innovative Geschäftsmodelle aufbauen.

Karolin Frankenger, Hannah Mayer, Andreas Reiter, Markus Schmidt

Wiley-VCH 2021, 411 Seiten
– 39,99 Euro

[Zum Abstract](#)





Sabine Kluge und Alexander Kluge

sind Inhaber von Kluge+Konsorten und beraten Firmen bei der Transformation. Ihr Fokus liegt auf Selbstorganisation und New Work.

kluge-konsorten.de

[Zum Interview](#)

Was kann ich ändern?

Jeder Mitarbeiter kann seine Firma ohne Auftrag verbessern – mit Graswurzelinitiativen. Dafür braucht es nur eine Idee, einige Mitstreiter und ein wenig Mut.

Unternehmen zu verändern ist eine klassische Führungsaufgabe. Doch in unserer schnellen, digitalisierten Welt durchschaut kein Vorstand die vielen alltäglichen Details so genau wie die Mitarbeiter, die Tag für Tag mit ihnen zu tun haben. Sie kennen ihre Bereiche und deren Probleme, scheitern aber manchmal mit ihren Verbesserungsvorschlägen an Hierarchien und Gewohnheiten. Wenn nichts mehr geht, obwohl im schlimmsten Fall sogar das Geschäft gefährdet sein kann, bleibt ihnen die Graswurzelinitiative. Sabine und Alexander Kluge schildern an erfolgreichen Beispielen aus großen Firmen, was passiert, wenn sich Mitarbeiter ohne offizielle Weisung zusammentun, um etwas zu verändern. Das Fazit des Duos: Noch sind Graswurzelinitiativen nicht überall gern gesehen, aber das könnte sich ändern. Denn fast immer zahlt sich mutiges Handeln für alle Beteiligten aus.

Wie man eine Graswurzelveränderung startet:

- Finden Sie Mitstreiter: Über Social Media können Sie heute relativ leicht Kontakte knüpfen. Doch Vorsicht: Es geht nicht um möglichst viele Kontakte, sondern um die strategisch richtigen. Die Verbündeten müssen einander vertrauen können.
- Rechtfertigen Sie Ressourcen: Irgendwann kommt von oben die berechtigte Frage, woher Sie die Ressourcen für Ihre Initiative genommen haben. Sind Sie nicht ausgelastet? Woher hatten Sie das Budget für die bisherigen Ausgaben? Bereiten Sie sich auf solche Fragen vor.
- Achten Sie auf Ihren guten Ruf: Wer immer einen guten Job gemacht hat, ist weniger angreifbar.
- Sehen Sie Einwände von Gegnern vorher: Nur selten adressieren Graswurzelinitiativen Probleme, für die es keine offiziell Zuständigen gibt. Damit die sich nicht auf den Schlipps getreten fühlen, müssen Sie sich vorab mit deren Standpunkt beschäftigen, mögliche Gegenargumente schon im Vorfeld erkennen und Allianzen schmieden.
- Treten Sie professionell auf: Bereiten Sie Ihren ersten offiziellen Auftritt gut vor. Er muss professionell und angemessen sein.

Graswurzelinitiative in Unternehmen: Ohne Auftrag – mit Erfolg!



„Graswurzelinitiativen in Unternehmen: Ohne Auftrag – mit Erfolg!“

Wie Veränderungen aus der Mitte des Unternehmens entstehen – und wie sie erfolgreich sein können. Sabine Kluge, Alexander Kluge; Vahlen 2020, 239 Seiten – 23,90 Euro

[Zum Abstract](#)

[Zum Inhalt](#)



Klaus Doppler

ist Psychologe, Organisations- und Managementberater, Mitbegründer der Fachzeitschrift *OrganisationsEntwicklung* und Autor des Standardwerks „Change Management“.

Luyanda Mpahlwa

ist Architekt und Stadtplaner und kämpfte gegen die Apartheid in Südafrika.

designspaceafrica.com
doppler.de

[Zum Interview](#)

Was denken die sich bloß?

Wer weiterkommen will, muss diskutieren. Doch die Auseinandersetzung mit neuen Standpunkten und ungewohnten Perspektiven will gelernt sein.

Die Diskussionskultur lässt immer häufiger zu wünschen übrig – Corona-Leugner sind nur ein aktuelles Beispiel. Der renommierte Organisationsberater Klaus Doppler und der Experte für sozialen Wandel Luyanda Mpahlwa plädieren deshalb für einen deeskalierenden, aber streitbaren Dialog, bei dem auch eigene Überzeugungen infrage gestellt werden. Ihr Ansatz ist im gesellschaftlichen Rahmen ebenso hilfreich wie bei Konflikten in Unternehmen – von der Idee, einen emotionalen Zugang zum Gegenüber zu suchen, über den Vorschlag, innerhalb einer gemeinsamen Kultur Freiräume für Andersdenkende zu schaffen, bis zu dem Hinweis, dass zur Dialogbereitschaft auch eine gewisse Wehrhaftigkeit gehört, die auf bestimmte Grenzen bestehen kann und muss. Ein Buch für alle, die besser streiten – und dabei vorankommen wollen.

Auf jemanden zuzugehen, der anders ist als man selbst, heißt, eine Brücke zu dessen Welt zu bauen. Dazu braucht es erst einmal grundsätzlich eine Bereitschaft. Außerdem sollte zu Anfang auf drei Punkte geachtet werden:

- Ein emotionales Fundament: Eine Beziehung kann nur von Dauer sein, wenn beide Seiten einen emotionalen Zugang zueinander finden. Dazu sollten beide Seiten Ähnlichkeiten suchen, denn Vertrautes schafft Vertrauen.
- Ein stabiles Selbstwertgefühl: Damit beide ein stabiles Selbstwertgefühl haben können, ist es wichtig, dass sich Geben und Nehmen die Waage halten. Keine der beiden Seiten sollte zum Beispiel immer auf Hilfe angewiesen sein, sondern auch das Gefühl haben, dem anderen helfen zu können.
- Kommunikation als Dialog: Die Kommunikation sollte immer als Dialog erfolgen. Der eine übermittelt eine Botschaft, der andere sagt, wie sie bei ihm angekommen ist und was sie bewirkt. Der Dialog sollte ergebnisoffen sein und der Absender sollte die Sprache des Adressaten sprechen. Finden Sie heraus, welche Einstellung Ihr Gesprächspartner hat, und berücksichtigen Sie diese.

Klaus Doppler •



Warum wir
akzeptieren und
um zukunf

„Die Logik der Anderen“
Warum wir Andersheiten
akzeptieren und verstehen
müssen, um zukunftsfähig
zu sein. Klaus Doppler
und Luyanda Mpahlwa
Campus 2020, 304 Seiten
– 24,95 Euro

[Zum Abstract](#)



Besser arbeiten

New Work ist der beste Weg in die Zukunft der Arbeitswelt. Davon sind Bernd Slaghuis und Nico Rose überzeugt. Die Autoren liefern viele Gründe, warum Unternehmenserfolg und sinnerfülltes Arbeiten kein Widerspruch sind. Profitieren können von dieser reichhaltigen Ideen- und Methodensammlung alle, denen ein menschliches Arbeitsumfeld wichtig ist.

„Besser arbeiten“

Bernd Slaghuis, Nico Rose

Haufe, 2020 – 24,95 Euro

[Zum Abstract](#)



Futureskills for Leadership

Welche Kompetenzen die Menschen von heute für die Herausforderungen von morgen erlernen sollten, zeigen Michaela Flick und Margareta Jäger. Die beiden Autorinnen ermitteln acht „Futureskills“, die künftig für unternehmerischen Erfolg entscheidend sein werden, und wenden sich damit besonders an Führungskräfte.

„Futureskills for Leadership“

Michaela Flick, Margareta Jäger

Haufe, 2020 – 29,95 Euro

[Zum Abstract](#)



Kopf aus dem Sand!

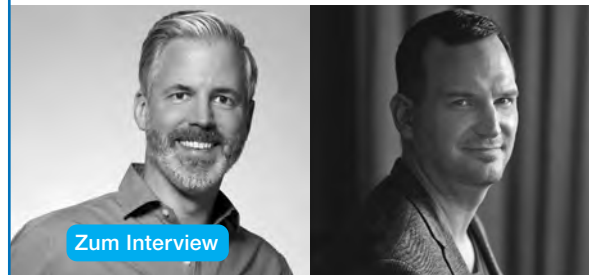
Berufliche Krisen können so festgefahren sein, dass es keinen Ausweg zu geben scheint. Tom Diesbrock verspricht Erste Hilfe für solche Situationen. Dabei verschweigt er nicht, dass der Weg aus der Krise meist alles andere als einfach ist, macht aber auch deutlich, dass Nichtstun keine Option ist. Sein Buch ist ein Begleiter für schwierige Zeiten.

„Kopf aus dem Sand!“

Tom Diesbrock

Campus, 2020 – 19,95 Euro

[Zum Abstract](#)



[Zum Interview](#)

Bernd Slaghuis ist Karriere- und Businesscoach und erfolgreicher Blogger.

Nico Rose ist Professor für Wirtschaftspsychologie an der International School of Management (ISM) in Dortmund.

bernd-slaghuis.de/karriere-blog
nicorose.de



[Zum Interview](#)

Michaela Flick coacht Führungskräfte und leitet die IPS Akademie, einen Dienstleister für Personalentwicklung.

Margareta Jäger ist Trainerin, Coachin und leitet den Coaching-Anbieter Jäger & Jäger.

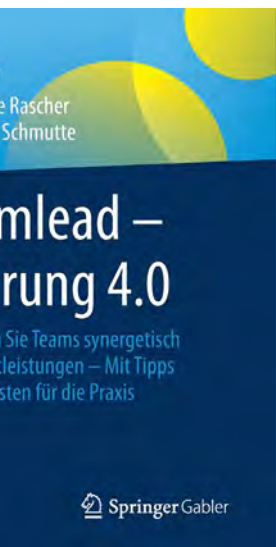
ips-personal.de/akademie/unsere-trainer
jaeger-consulting.com/Ueber-uns



[Zum Interview](#)

Tom Diesbrock ist Psychotherapeut und Coach mit Schwerpunkt berufliche Neuorientierung. Außerdem hat er zahlreiche Sachbücher geschrieben – unter anderem „Hören Sie auf, sich im Weg zu stehen“.

tomdiesbrock.de
Foto: Daryl William Collins



Teamlead – Führung 4.0

Für das zeitgemäße Führen von Projektteams reichen klassische Führungskompetenzen nicht aus, meinen die Autoren dieses Buches. Im Projektalltag komme es vielmehr darauf an, konkrete Aufgaben zu erledigen. Und zwar gemeinsam. Die Autoren identifizieren 23 Führungsaufgaben, die Teams dabei helfen, sich mit vereinten Kräften zu Hochleistungsteams zu entwickeln. Ein hilfreiches Buch für alle Teamleiter.

„Teamlead – Führung 4.0“

Nele Graf, Stephanie Rascher, Andre M. Schmutte
Springer Gabler, 2020 – 39,99 Euro

[Zum Abstract](#)



Zukunftsfähig im Job

Wer sich immer nur innerhalb seiner Komfortzone bewegt, läuft Gefahr, eines Tages arbeitslos zu sein. Katrin Busch-Holfelder ist überzeugt: Wer flexibel und lernbereit ist, ist langfristiger zufriedener und sieht einen Sinn in seiner Arbeit. Wie das gelingt, erklärt die Autorin lebendig und praxisnah. Checklisten mit vielfältigen Fragen laden ein, direkt loszulegen und die eigene Zukunft aktiv zu gestalten.

„Zukunftsfähig im Job“

Katrin Busch-Holfelder
Gabal, 2020 – 22 Euro

[Zum Abstract](#)



Nele Graf lehrt Personal und Organisation, **Stephanie Rascher** Wirtschaftspsychologie und **Andreas M. Schmutte** marktorientierte Unternehmensführung an der Hochschule für angewandtes Management in Ismaning.

teamlead.partners/team.php



Katrin Busch-Holfelder ist Autorin, Rednerin und Businesscoachin.

busch-holfelder.de

Foto: Bernadett Yehdou

[Zum Inhalt](#)



1. Daniel Kahneman,
Olivier Sibony,
Cass R. Sunstein

Noise



2. Jacinta M. Jiménez

The Burnout Fix



3. John C. Coffee jr.

Corporate Crime and Punishment

4. Dan Pontefract

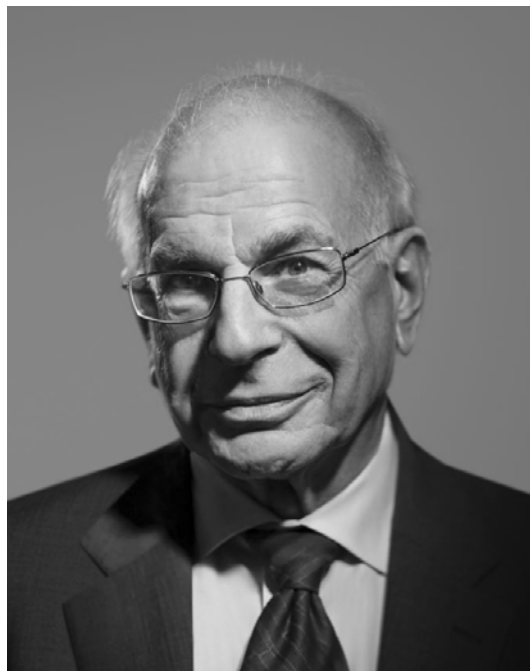
Lead. Care. Win.

5. Nicolai Tillisch,
Nicolai Chen Nielsen

Return on Ambition

Lärm und Vorurteil

Ziemlich viel los überall. Und das alles beeinflusst, wie wir wann welche Entscheidung treffen. Davon sind zumindest drei Topforscher der Entscheidungspsychologie überzeugt. Einer von ihnen ist Wirtschaftsnobelpreisträger Daniel Kahneman. Gemeinsam mit seinen beiden Co-Autoren Olivier Sibony, Professor an der Pariser Business School HEC, und Cass R. Sunstein, Berater von Joe Biden, legt er in seinem neuen Bestseller dar, wie wir mit Umsicht und mehr Objektivität gerechtere und bessere Entscheidungen treffen. Ein Essay.



Das Triumvirat der Entscheidungspsychologie: Oliver Sibony, Daniel Kahneman und Cass R. Sunstein (Foto: Samantha Power)

Wenn es um die Analyse von Fehltritten oder Fehlentscheidungen geht, heißt es inzwischen ziemlich oft, da sei jemand wohl voreingenommen gewesen. In der Psychologie sprechen wir dann von einem „Bias“. Wir verwenden diesen Deutungsansatz zum Beispiel, um zu erklären, warum Frauen häufig unterschätzt, Absolventen der sogenannten Ivy-League-Universitäten in den USA hingegen eher überschätzt werden. Der Begriff Bias bezeichnet jedoch nicht nur einzelne Fehleinschätzungen. Er erklärt auch, warum es immer wieder zu persönlich gefärbten Urteilen kommen kann.

Dass jemand etwa grundsätzlich zu optimistischen Umsatzprognosen neigt oder übermäßig vorsichtige Investitionsentscheidungen trifft, kann auch an seinem persönlichen Bias liegen.

Es ist gut und wichtig, dass in der Gesellschaft inzwischen ein Bewusstsein für die Subjektivität der eigenen Urteilskraft angekommen ist. Allerdings folgt nicht jedes Fehltritt einem Vorurteil. Fehlentscheidungen können auch auf eine andere Ursache zurückzuführen sein: Wir nennen sie „Noise“ – Rauschen.

Am einfachsten lässt sich der Unterschied zwischen Bias und Noise am Beispiel einer Waage verdeutlichen: Wenn deren Messwerte durchweg zu hoch (oder zu niedrig) sind, ist sie verzerrt. Wir sprächen im übertragenen Sinn von einem Bias. Würde sie jedoch bei jeder Messung völlig unterschiedliche Werte anzeigen, selbst dann, wenn man sie mehrmals kurz hintereinander benutzen würde, wäre sie verrauscht – noisy. (Bei sehr billigen Waagen ist leider die Wahrscheinlichkeit groß, dass sie sowohl verzerrt als auch verrauscht sind.) Bias, also die Verzerrung, ist die häufigste Ursache von Fehlurteilen; Noise, das Rauschen, bezeichnet die Fehler-Variabilität.

Auch wenn es noch vielerorts ignoriert wird: Rauschen ist eine der Hauptursachen von Fehlfunktionen in der Gesellschaft. Ein Beispiel: In einer Studie aus dem Jahr 1981 wurden 208 US-Bundesrichter gebeten, für ein und dieselben 16 Fälle angemessene Strafen zu bestimmen. Die Fälle wurden nur sehr schematisch skizziert. Die Richter kannten lediglich die groben Merkmale des Delikts (Raub oder Betrug, gewalttätig oder nicht) und der Angeklagten (jung oder alt, Wiederholungstäter oder Ersttäter, Komplize oder Haupttäter). Man hätte also durchaus erwarten können, dass der Großteil der Richter angesichts der wenigen Eckdaten und fehlenden Details ähnlich urteilen würde.

Das war jedoch nicht der Fall. Der Unterschied im Strafmaß, das zwei zufällig ausgewählte Richter für ein und dasselbe Vergehen verhängten, betrug im Schnitt mehr als 3,5 Jahre. Angesichts der Tatsache, dass es nicht um Kapitaldelikte ging und das durchschnittliche Strafmaß für alle Vergehen bei sieben Jahren lag, war die Schwankung für uns alarmierend.

So ein Rauschen ist in realen Gerichtssälen sicher noch stärker, schließlich sind die Fälle dort sehr viel komplexer und schwieriger zu beurteilen als die fiktiven, nur skizzierten Szenarien in der Studie. Man könnte meinen, mit den Urteilen bei einem Gerichtsprozess sei es wie in einer Lotterie: Die Höhe des Strafmaßes kann um viele Jahre variieren – je nach Richter*in oder Richter und deren Tagesform. So ein Rauschen in unseren Justizsystemen dürfen und können wir nicht hinnehmen.

Aber es sind ja längst nicht nur Gerichtssäle, wo wir derart unterschiedliche Interpretationen von Situationen beobachten. 2015 haben wir für einen großen US-Versicherungskonzern eine Studie mit 48 Underwritern durchgeführt. (Anmerkung der Redaktion: Falls Sie das Berufsbild nicht kennen sollten – ein Underwriter prüft für einen Erst- oder Rückversicherer die Risiken und Anträge und führt Risikobewertungen durch.) In der Studie wurden unseren Probanden realistische Szenarien von möglichen Risiken vorgelegt, denen sie Prämien zuweisen sollten, so, wie sie es auch in ihrem Berufsalltag tun.



A Flaw in Human Judgment

DANIEL
KAHNEMAN

AUTHOR OF *THINKING, FAST AND SLOW*

OLIVIER
SIBONY

CASS R.
SUNSTEIN

„Noise“

A Flaw in Human Judgment
Daniel Kahneman, Olivier Sibony,
Cass R. Sunstein
Siedler Verlag, 480 Seiten – 20,99 Euro

readnoise.com

[Zum Abstract](#)



Fragen sich: Warum treffen wir Menschen, je nach Umständen, immer wieder völlig unterschiedliche Entscheidungen auf ein und derselben Faktengrundlage?

Was meinen Sie, wie groß der Unterschied war zwischen Prämienwerten, die zwei Underwriter eines Unternehmens ein und demselben Risiko zuordneten? Die Manager des Versicherers vermuteten eine Abweichung von etwa zehn Prozent bei den Einschätzungen ihrer Angestellten. Die Studie zeigte anderes: Im Schnitt wichen die Prämien, die zwei Underwriter ein und demselben Risiko zuordneten, um 55 Prozent von der durchschnittlichen Prämie ab – das Rauschen im Entscheidungsprozess war also mehr als fünfmal so hoch, als es die Führungskräfte erwartet hätten.

Es gibt noch viele andere Belege dafür, dass Expertise nicht vor sehr unterschiedlichen Entscheidungen schützt. Radiologen sind sich oft uneinig, was die Auswertung von Bildern angeht, Kardiologen streiten über Operationsansätze, und auch die Prognosen von Wirtschaftsexperten können sehr unterschiedlich ausfallen. Selbst wenn es um die Analyse von etwas so Objektivem wie zwei Fingerabdrücken geht, sind sich Fachleute oft nicht einig. Wo immer es um persönliche Einschätzungen geht, beobachten wir Rauschen – ausgeprägter, als man denkt.

Rauschen verursacht Fehler, genau wie persönliche Voreingenommenheit – und doch hängt beides nicht zusammen und folgt einer jeweils eigenen Logik. Wenn es in einer Personalabteilung beispielsweise genauso viele Recruiter gibt, die männliche Bewerber bevorzugen, wie solche, die weibliche Bewerberinnen favorisieren, ist die Arbeit der Abteilung mit Blick auf das Geschlechterverhältnis vermutlich einigermaßen ausgeglichen. Und doch wären die Einstellungsentscheidungen in so einer Abteilung verrauscht, weil es im Einzelfall immer darauf ankäme, ob ein Bewerber auf einen Recruiter trafe, der das eigene Geschlecht bevorzugt oder nicht. Es käme vermutlich zu vielen Fehlentscheidungen. Gleiches gilt für eine Versicherungsgesellschaft, deren über- oder zu günstige Policen sich vielleicht in der Ge-

samtheit durchaus ausgleichen mögen, im Einzelfall und für den individuellen Fall aber nicht rational sind.

Doch wie kommt es überhaupt zu so unterschiedlichen Bewertungen? Es gibt eine Reihe von Erklärungen. Auch scheinbar irrelevante Umstände können das Urteilsvermögen von Menschen beeinflussen. Wenn es um das Strafmaß von Straftätern geht, können schon die persönliche Stimmung des Richters, der Grad seiner Erschöpfung und selbst das Wetter zwar kleine, aber durchaus nachweisbare Auswirkungen auf seine juristischen Einschätzungen haben. Hinzu kommt, dass wir Menschen unterschiedliche Temperamente und Gemüter haben. Es gibt strenge Richter und solche, die eher Milde walten lassen.

Ein anderer Grund mag auf den ersten Blick weniger nachvollziehbar sein, ist aber vermutlich sehr weit verbreitet: Menschen haben nicht nur unterschiedliche Charaktere, sondern auch verschiedene Bewertungsmuster. Underwriter beurteilen Risiken unterschiedlich, Ärzte tun das bei Krankheitssymptomen. Als Gesellschaft feiern wir die Einzigartigkeit jedes Individuums, doch wir vergessen schnell, dass Einzigartigkeit auch zu einem Risiko werden kann – und zwar immer dann, wenn es eigentlich auf Objektivität und Rationalität ankäme.

Die gute Nachricht: Sobald man sich des Rauschens bewusst geworden ist, kann man nach Möglichkeiten suchen, es zu reduzieren. So können Institutionen und Unternehmen etwa die unabhängigen Einschätzungen mehrerer Menschen einholen und mitteln (eine häufige Praxis bei Prognosen). Auch Leitlinien, wie sie in der Medizin oft verwendet werden, können Fachleuten helfen, bessere und einheitlichere Entscheidungen zu treffen. Studien zeigen auch, dass streng formalisierte Vorstellungsgespräche zu einer objektiveren und häufig besseren Beurteilung von Bewerbern führen.

All diese Maßnahmen setzen jedoch voraus, dass verzerrte Urteile als Ursache vieler Fehlentscheidungen anerkannt werden. Wir haben das Rauschen in Entscheidungsprozessen lange ignoriert. Dabei führt es zu Fehlern und Ungerechtigkeit. Organisationen und Institutionen, öffentliche wie private, werden bessere Entscheidungen treffen, wenn sie das Rauschen ernst nehmen. •

Dieser Essay ist eine Übersetzung. Das Original erschien unter dem Titel „Bias Is a Big Problem. But So Is ‚Noise‘.“ am 17. Mai 2021 in der New Yorker Ausgabe der New York Times.

**Jacinta M. Jiménez**

hat an der Universität in Stanford und am PGSP-Stanford PsyD Consortium Psychologie studiert und ist heute eine zertifizierte Führungscoachin.

drjacintajimenez.com

[Zum Interview](#)

Wie finde ich die richtige Balance?

Die neue Arbeitswelt ist großartig – aber auch ganz schön anstrengend. Jacinta M. Jiménez möchte Organisationen und Menschen dabei helfen, resilienter zu werden.

Burnout galt lange als reine Managerkrankheit, heute erwischt sie schon Berufsanfänger. Ratgeber und Magazine darüber füllen inzwischen Regale. Das Buch von Stanford-Psychologin Jacinta M. Jiménez sticht trotzdem heraus. Denn anders als viele ihrer Kollegen, versammelt Jiménez in ihrem Werk nicht nur Ratschläge und Tipps, wie man aus dem Viel-zu-viel ein schaffbares Pensum machen kann, sondern setzt an der Wurzel des Problems an. Sie fragt: Wie müssen Organisationen und Menschen aufgestellt sein, damit es gar nicht so weit kommen kann? Erst danach entwickelt sie sehr klar strukturiert wissenschaftlich fundierte mögliche Lösungswege, wie es besser gelingen kann, Leidenschaft und Arbeitspensum im Zaum zu halten und Glück auch jenseits der beruflichen Herausforderungen zu finden. Die Tipps klingen mitunter banal (plan – practice – ponder, planen – üben – reflektieren), helfen aber, die Gesundheit handhabbar zu machen. Jiménez sagt: „Es spielt keine Rolle, wie hart oder intelligent Sie arbeiten; wenn Sie es versäumen, auf den Puls Ihrer Seele zu achten, wird Ihr Erfolg nur von kurzer Dauer sein.“

Diese fünf Strategien fördern die innere Widerstandsfähigkeit:

- Gehen Sie es langsamer an. Entwickeln Sie ein gesünderes Leistungstempo, um beruflich und persönlich zu wachsen.
- Trennen Sie sich von ungesunden Denkmustern.
- Erkennen Sie den Wert der Freizeit: Suchen Sie sich Hobbys, die Sie vor zu viel Arbeit schützen und dabei helfen, Ihre Energiereserven aufzutanken.
- Bauen Sie sich auch im Privaten ein Unterstützungsteam auf: Wem können Sie vertrauen? Wer hilft Ihnen, Ihre eigenen Werte und Ansichten regelmäßig zu überprüfen?
- Lassen Sie nicht zu, dass andere Ihre Prioritäten oder Ihre Zeit kontrollieren. Sie sollten entscheiden, für was Sie wie viel Leidenschaft und Zeit investieren.



"A powerful evidence-backed framework for achieving well-being in our rapidly changing world of work."

—SUSAN DAVID, PhD, Wall Street Journal

T BUR

OVERCOM

BEAT BUSY, AND

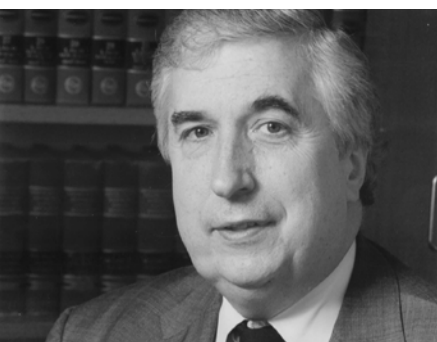
IN THE NEW W

Dr. Jacinta

„The Burnout Fix“

Overcome Overwhelm,
Beat Busy, and Sustain
Success in the
New World of Work
Dr. Jacinta M. Jiménez
McGraw-Hill Education,
2021, 270 Seiten –
23,14 Euro

[Zum Abstract](#)



John C. Coffee jr.

ist Adolf A. Berle Professor of Law und Direktor des Center on Corporate Governance an der Columbia University Law School.

law.columbia.edu/faculty/john-c-coffee-jr

[Zum Interview](#)

Wann werden endlich die Richtigen zur Verantwortung gezogen?

Opioid, CumEx & Co – die Liste von Wirtschaftsskandalen ist für den Columbia-Juristen John C. Coffee entschieden zu lang. Er plädiert für mehr Gerechtigkeit und höhere Strafen.

John C. Coffee, Juraprofessor an der Columbia University in New York, hat die Schnauze voll: Wirtschaftskriminalität gilt vielerorts noch immer als Kavaliersdelikt. Die Gesetze werden nur unzureichend durchgesetzt, mitunter auch, weil den Staatsanwälten die Mittel für umfangreiche Strafverfolgungen fehlen. Doch das ist gar nicht das Schlimmste – Coffee beklagt vor allem das: Führungskräfte entzogen sich wiederholt der Haftung, weil ihre Unternehmen Vereinbarungen abschlossen, in denen sie als Firmen keine Schuld anerkennen. Er fordert mehr Härte. Strafverfolgungsbehörden sollten sich endlich auf korrupte Chefs konzentrieren, nicht auf ihre Firmen. Aufsichtsbehörden und Staatsanwälte sollten private Anwaltskanzleien mit Recherchen beauftragen und Whistleblower belohnen statt bestrafen, empfiehlt der Jurist. Sein scharfer, theoretischer Überblick ist detailliert und praktisch für Unternehmensanwälte, Aufsichtsbehörden und Führungskräfte.

Coffee kämpft mit starken Worten. Hier eine Auswahl von Zitaten:

„Das Muster der mangelnden Durchsetzung, das während der Finanzkrise 2008 so deutlich wurde, wirkt heute noch genauso fort.“

„Geldbußen, die gegen die juristische Person verhängt werden, haben eine weitaus geringere Abschreckungswirkung, als in der Öffentlichkeit angenommen wird.“

„Es kann nicht das Ziel sein, das verurteilte Unternehmen zu rehabilitieren, sondern alles muss darauf ausgerichtet sein, es zu entmündigen.“

JOHN C. CORP CRIM AND PUNIS

„Corporate Crime and Punishment“

The Crisis of Under-enforcement

John C. Coffee jr.

Berrett-Koehler Publishers

2020, 216 Seiten –

26,98 Euro

[Zum Abstract](#)



Dan Pontefract

ist Autor der Bestseller „Open to Think“, „The Purpose Effect“ und „Flat Army“ sowie Gründer und CEO der Pontefract Group, einem Beratungsunternehmen für Führung und Unternehmenskultur.

danpontefract.com

Wie geht das?

Dan Pontefract ist kein Theoretiker – ihn interessiert, was funktioniert. In diesem Buch, das auch auf seinen Erfahrungen als Berater basiert, zeigt er, wie man ein besserer Chef wird.

Für Dan Pontefract steht fest: Die erfolgreichsten Führungspersönlichkeiten stellen sich nicht über andere Menschen und schwelgen auch nicht in Macht oder Status. Im Gegenteil, sie sind zugänglich und bescheiden, zeigen Respekt und Mitgefühl, helfen anderen Menschen voranzukommen und teilen Wissen, statt es für sich zu behalten. Wenn Führungskräfte dieses Kalibers ein Team aufbauen, sorgen sie dafür, dass dort unterschiedliche Menschen auf Augenhöhe miteinander umgehen können. Und wenn sie handeln müssen, tun sie das klar und entschlossen – Veränderungen und Probleme betrachten diese Menschen als Chancen.

Auf ein paar Zeilen zusammengefasst, klingt das nach sehr hohen Ansprüchen, doch Pontefract gelingt es tatsächlich, einfach und nachvollziehbar zu erklären, wie man ein Chef werden kann, dem Menschen gern folgen.

Drei einfache Merksätze für bessere Führung aus „Lead. Care. Win.“:

- „Eine neugierige, vorsichtig optimistische, Fragen stellende, stets lernbereite Haltung ist eine Einstellung, zu der Menschen aufsehen. Ein lernender Anführer mit dieser Haltung inspiriert andere Menschen.“
- „Teilen steht im Herzen der Führung.“
- „Zugänglich zu werden, ein Leuchtfener der Vergebung und Freundlichkeit zu sein und zugleich bescheiden genug, um um Hilfe zu bitten – das alles gehört zum Kern der Führung.“

DAN P

Lea
Ca
W

How
a Leader

“If you want to win, you have to be the one who cares.” **WHITNEY J**

„Lead. Care. Win.“

How to Become a Leader
Who Matters

Dan Pontefract

Figure 1 Publishing 2020,
216 Seiten – 15 Euro

Zum Abstract



Nicolai Chen Nielsen

war früher Associate Partner bei McKinsey mit dem Schwerpunkt Führungsentwicklung und ist heute Partner der Schweizer Beraterplattform Supertrends Institute.

Nicolai Tillisch war ebenfalls als Berater bei McKinsey tätig und ist einer der Gründer der Softwarefirma Deliberate Development.

returnonambition.com

[Zum Interview](#)

Lohnt sich das überhaupt?

Karriere oder Leben? Für viele Menschen ist das eine große Frage. Nicht für Nicolai Tillisch und Nicolai Chen Nielsen. Sie sagen: Das eine geht nicht ohne das andere.

Viele Menschen glauben, dass sie für ihre Karriere ihr Privatleben opfern müssen. Die beiden Berater dagegen vertreten die Meinung, dass der Schlüssel zum Vorankommen in der Verbindung von beruflichem Erfolg und persönlichem Wachstum und Wohlbefinden liegt. Dafür, sagen sie, sei es allerdings nötig, zu verstehen, wovon die persönlichen Ambitionen getrieben sind. Und man muss die „Frenemies“ (Portmanteau aus Friends und Enemies, quasi „Freunde“) kennen. Das sind Kräfte, die den eigenen Plänen helfen, die sie aber auch behindern können. Mit dieser Perspektive und den Werkzeugen, die das Duo aus ihnen ableitet, lassen sich nicht nur berufliche, sondern auch persönliche Ziele besser und nachhaltiger verfolgen.

Die sieben Frenemies, die uns helfen, aber auch behindern können:

- **Konvention:** Gesellschaftliche Regeln zu kennen, bringt einen voran, doch wer ihnen folgt, erfüllt oft nur die Erwartungen Anderer. // Frag dich: Was hält mich, wo ich bin?
- **Dreistigkeit:** Schnell und entschlossen zu handeln, ist eine Qualität, kann aber auch zu falschen Spontanentscheidungen führen. // Frag dich: Übertreibe ich?
- **Unabhängigkeit:** Selbstständigkeit ist essenziell, aber kann dich daran hindern, andere um Hilfe zu bitten. // Frag dich: Wozu brauche ich andere Menschen?
- **Wettbewerbsfähigkeit:** Der Wunsch, gewinnen zu wollen, ist eine wichtige Energiequelle, darf aber nicht jedes Vorgehen rechtfertigen. // Frag dich: Muss ich mich vergleichen?
- **Ausdauer:** Wer in schwierigen Situationen durchhält, kommt voran, doch das sollte nicht zu sinnlosen Qualen oder Burnout führen. // Frag dich: Wie viel ist gut für mich?
- **Verlangen:** Die Welt verändern zu wollen, macht kreativ, aber das sollte nicht zur permanenten Unzufriedenheit mit der Realität führen. // Frag dich: Geht es auch etwas kleiner?
- **Flexibilität:** Anpassungsfähigkeit ist vor allem in Gruppen ein echter Wert, aber wer zu volatil ist, kann sich leicht verlieren. // Frag dich: Wo bleiben meine Werte?

A Radical A
Achievement, Gr

RETURN ON AMBITION



„Return on Ambition“

A Radical Approach to
Your Achievement,
Growth, and Well-Being;
Nicolai Tillisch,
Nicolai Chen Nielsen
Fast Company Press
2021, 304 Seiten –
ca. 24 Euro

[Zum Abstract](#)

[Zum Inhalt](#)

All in

Was haben wirklich herausragende Führungspersönlichkeiten wie Jeff Bezos, Steve Jobs und Elon Musk gemeinsam? Sie alle vereint ihr unbedingter Wille zu Exzellenz und der Wunsch, nachhaltig zu wirken. Robert Bruce Shaw analysiert in seinem neuen Buch die Karrieren von Ausnahme-Führungskräften und belegt ihren großen Einfluss. Er zeigt aber auch: Die Risiken und Opfer dieser Menschen sind immens.

„All in“

Robert Bruce Shaw

HarperCollins Leadership, 2020, ab 13,99 Euro

[Zum Abstract](#)

Change your World

Kann ein einzelner Mensch in dieser Welt wirklich etwas verändern? Und ob! John C. Maxwell und Rob Hoskins haben den Globus bereist und nach Menschen gesucht, die Veränderung bewirken. Aus diesen Gesprächen leiten die beiden Autoren Ratschläge für Führungskräfte ab. Das Buch ist ein inspirierender Fahrplan und eine Reise der Hoffnung auf dem Weg vom „Ich zum Wir“.

„Change your World“

John C. Maxwell, Rob Hoskins

HarperCollins Leadership, 2021 – 26,66 Euro

[Zum Abstract](#)

Courageous Cultures

Unternehmen sind auf neue Ideen angewiesen. Doch wie bringt man seine Mitarbeiter dazu, sie zu entwickeln? Karin Hurt und David Dye plädieren in ihrem Buch für eine „mutige „Kultur, in der Mitarbeiter ihre Meinung jederzeit äußern und wissen, dass ihre Führungskräfte ihre Ideen auch wirklich hören und schätzen“. Gespickt ist das Ganze mit vielen methodischen Erklärungen, Beispielen und nützlichen Übungen.

„Courageous Cultures“

Karin Hurt, David Dye

HarperCollins Leadership, 2020 – 21,39 Euro

[Zum Abstract](#)



[Zum Interview](#)

Robert Bruce Shaw ist Geschäftsführer und Gründer der Beratung PMCG und Autor zahlreicher Bestseller, etwa von: „Extreme Teams“ (erschienen bei AMACOM, 2017).

robertbruceshaw.com

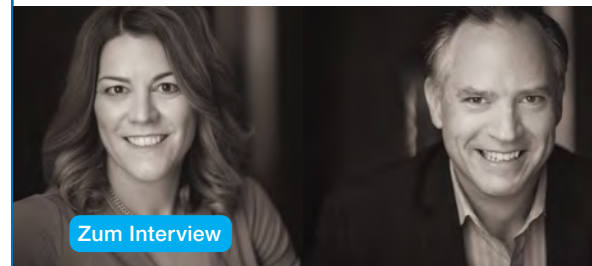


John C. Maxwell ist ein *New-York-Times*-Bestseller-Autor, dessen Bücher sich inzwischen mehr als 33 Millionen Mal in 50 Sprachen verkauft haben.

Rob Hoskins ist Unternehmer und Berater und unterstützt Organisationen und Menschen beim Wandel.

johnmaxwell.com

robhoskins.onehope.net



[Zum Interview](#)

Karin Hurt und **David Dye** sind die Gründer von Let's Grow Leaders, einem Beratungsunternehmen, das sich auf Führungskräfte-Entwicklung spezialisiert hat.

letsgrowleaders.com/about-karin-hurt-and-david-dye



Everyday People, Extraordinary Leadership

Die beiden Wissenschaftler James M. Kouzes und Barry Z. Posner haben sich für ihr Buch angeschaut, was überzeugende Führungskräfte ausmacht. Die fünf Merkmale klingen nur auf den ersten Blick lapidar: Sie sind ehrlich, verlässlich, innovativ, zugänglich und respektvoll. Das steht fest – um diese Attribute zu verdienen, braucht es mehr als einen Titel.

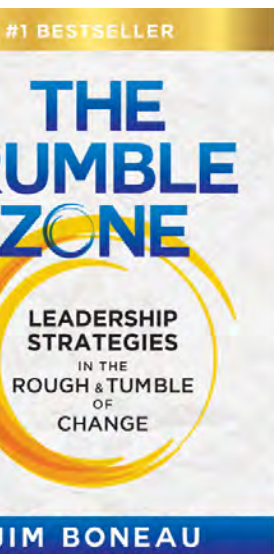
„Everyday People, Extraordinary Leadership“
James M. Kouzes, Barry Z. Posner
Wiley, 2021 – 21,99 Euro

[Zum Abstract](#)



James M. Kouzes ist Stipendiat des Doerr Institute for New Leaders an der Rice University in Houston, **Barry Z. Posner** Stiftungsprofessor für Führung an der Leavey School of Business der Santa Clara University.

gbr.pepperdine.edu/2010/08/the-practical-nuances-of-leadership
scu.edu/business/management/faculty/posner



The Rumble Zone

Was haben Trommelkreise mit Unternehmen zu tun? Eine ganze Menge, findet Autor Jim Boneau. Der Schlagzeuger und Experte für organisatorische Veränderungen ist überzeugt: Trommelkreise können emotionale und energetische Verbindungen zwischen Menschen herstellen. Lauter Fähigkeiten, die auch beim organisatorischen Wandel helfen. Eine Einladung zu mehr Schlagkraft in der Unternehmenswelt.

„The Rumble Zone“
Jim Boneau
Ignite Press, 2020 – 14,30 Euro

[Zum Abstract](#)



[Zum Interview](#)

Jim Boneau leitet Trommelzirkel und arbeitet als Unternehmensberater für den organisationalen Wandel.

jimboneau.com



Von Aktien bis Weiterdenken

Der getAbstract International Book Award ist kein Preis aus dem Elfenbeinturm – die Sieger stehen auch für aktuelle Themen und Trends und erzählen die Geschichte von zwei Dekaden. Mehr Infos zu den jeweiligen Preisträgern erhalten Sie beim Klick auf das Cover.

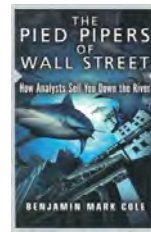
2001



„Die Aktie als Marke“
Hartmut Knüppel,
Christian Lindner,
Frankfurter Allgemeine
Buch



„Faktor Menschlichkeit“
Rolf W. Habbel,
Ueberreuter



„The Pied Pipers of Wall Street“
Benjamin Mark Cole,
Bloomberg Press



„Money and Power“
Howard Means,
Wiley

2002



„Performance ist kein Schicksal“
W. G. Seifert,
M. Habbel, F. Mattern, C. C. Streit, H.-J. Voth,
Campus



„Die Schatten der Globalisierung“
Joseph Stiglitz,
Siedler



„Apocalypse No!“
Bjørn Lomborg,
zuKLAMPEN!



„The End of Management“
Joan Goldsmith,
Kenneth Cloke,
Jossey-Bass

2003



„Ist Deutschland noch zu retten?“
Hans-Werner Sinn,
Econ



„Der schwarze Grat“
Burkhard Spinnen,
Schöffling Verlag



„Leading Geeks“
Paul Glen,
Jossey-Bass



„The New Financial Order“
Robert J. Shiller,
Princeton UP

2004



„StatusAngst“
Alain de Botton,
S. Fischer



„Wozu noch Gewerkschaften?“
Oskar Negt,
Steidl Verlag



„Die Flicks“
Thomas Ramge,
Campus



„The (Mis)behavior of Markets“
Benoit B. Mandelbrot,
Richard L. Hudson,
Profile Books

2005



„Im Weltinnenraum des Kapitals“
Peter Sloterdijk,
Suhrkamp



„Wert und Werte“
Ulrich Hemmel,
Hanser



„Blue Ocean Strategy“
W. Chan Kim, Renée Mauborgne,
Harvard Business Review Press



„Blink!“
Malcolm Gladwell,
Campus

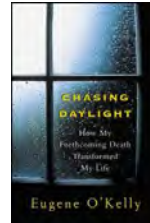
2006



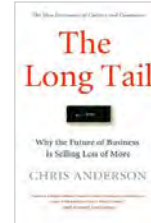
„Führen mit flexiblen Zielen“
Niels Pfläging, Campus



„Lean Brain Management“
Gunter Dueck, Springer



„Chasing Daylight“
Eugene O'Kelly, McGraw-Hill

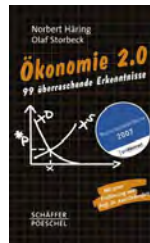


„The Long Tail“
Chris Anderson, Hyperion

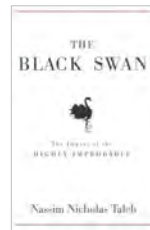
2007



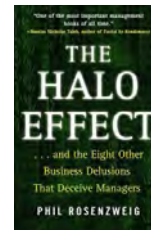
„Alles, außer gewöhnlich“
Anja Förster, Peter Kreuz, Econ



„Ökonomie 2.0“
Norbert Häring, Olaf Storbeck, Schäffer-Poeschel



„The Black Swan“
Nassim Nicholas Taleb, Random House

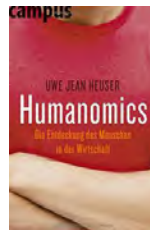


„The Halo Effect“
Phil Rosenzweig, Free Press

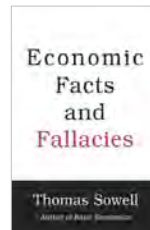
2008



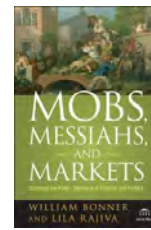
„Vorbeben“
Wolfgang Münchau, Hanser



„Humanomics“
Uwe Jean Heuser, Campus



„Economic Facts and Fallacies“
Thomas Sowell, Basic Books



„Mobs, Messiahs, and Markets“
William Bonner, Lila Rajiva, Wiley

2009



„Verkauft und nichts verraten“
M. Meckel, C. Fieseler, C. Hoffmann, Frankfurter Allgemeine Buch



„Matrix der Welt“
Ludwig Siegele, Joachim Zepelin, Campus



„Animal Spirits“
George A. Akerlof, Robert J. Shiller, Princeton UP



„The Ascent of Money“
Niall Ferguson, Penguin Books

2010



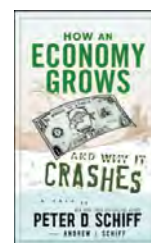
„Markt ohne Moral“
Susanne Schmidt, Droemer



„Exit“
Meinhard Miegel, Propyläen



„Accelerating Out of the Great Recession“
David Rhodes, Daniel Stelter, McGraw-Hill



„How an Economy Grows and Why it Crashes“
Peter D. Schiff, Andrew J. Schiff, Wiley

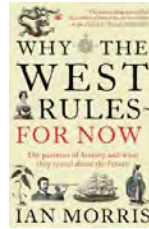
2011



„Managerismus“
Manfred Hoefle,
Wiley-VCH



„Hacking für Manager“
Tobias Schrödel,
Gabler

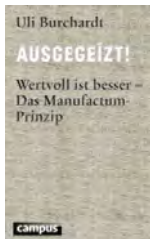


„Why the West Rules – for Now“
Ian Morris,
Profile Books



„The Corporate Whistleblower's Survival Guide“
Tom Devine,
Tarek F. Maassarani,
Berrett-Koehler

2012



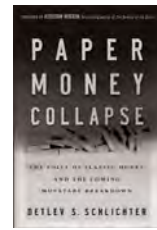
„Ausgegeizt!“
Uli Burchardt,
Campus



„Der amerikanische Patient“
Josef Braml,
Siedler



„Too Big to Know“
David Weinberger,
Basic Books



„Paper Money Collapse“
Detlev S. Schlichter,
Wiley

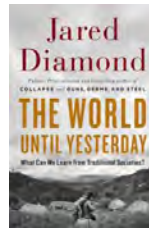
2013



„Wie viel Bank braucht der Mensch?“
Thomas Fricke,
Westend



„Radikal führen“
Reinhard K. Sprenger,
Campus



„The World Until Yesterday“
Jared Diamond,
Viking



„The Signal and the Noise“
Nate Silver,
Penguin Books

2014



„Wie wir uns täglich die Zukunft versauen“
Pero Mičić,
Econ



„Geld“
Christian Felber,
Deuticke



„The Frackers“
Gregory Zuckerman,
Portfolio

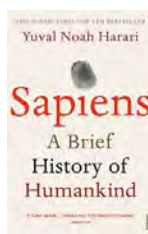


„Data Crush“
Christopher Surdak,
AMACOM

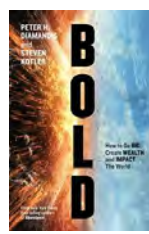
2015



„Die neue Ordnung des Geldes“
Thomas Mayer,
FinanzBuch



„Sapiens“
Yuval Noah Harari,
Vintage



„Bold“
Peter H. Diamandis,
Steven Kotler,
Simon & Schuster



„Update“
Michael Steinbrecher,
Rolf Schumann,
Campus

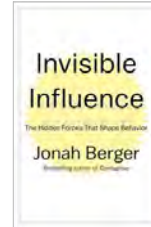
2016



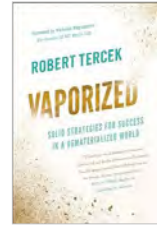
„Cyberpsychologie“
Catarina
Katzer,
dtv



„Der fremde
Erfolgs-
faktor“
Jamal
Quaiser,
Wiley-VCH



„Invisible
Influence“
Jonah
Berger,
Simon &
Schuster



„Vaporized“
Robert
Tercek,
Life Tree
Media

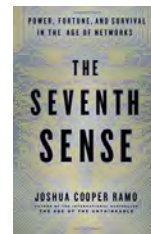
2017



„Das Ende
der Demo-
kratie“
Yvonne
Hofstetter,
C. Bertels-
mann



„d.quarks“
Carsten
Hentrich,
Michael
Pachmajer,
Carl Link



„The
Seventh
Sense“
Joshua
Cooper
Ramo,
Little, Brown
US



„We Do
Things
Differently“
Mark
Stevenson,
Profile Books

2018



„Das Digital“
Viktor Mayer-
Schönberger,
Thomas
Ramge,
Econ Verlag



„Meet up!“
Martin J.
Eppler,
Sebastian
Kernbach,
Schäffer-
Poeschel



„Crunch
Time“
Rick
Peterson,
Judd
Hoekstra,
Berrett-
Koehler
Publisher



„Radical
Technologies“
Adam
Greenfield,
Verso Books

2019



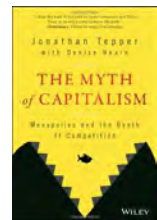
„Zukunfts-
blind“
Benedikt
Herles,
Droemer



„Die Neuer-
findung der
Diktatur“
Kai
Strittmatter,
Piper Verlag



„Open to
Think“
Dan
Pontefract,
Figure 1
Publishing



„The Myth of
Capitalism“
Jonathan
Tepper,
Denise Hearn,
Wiley

2020



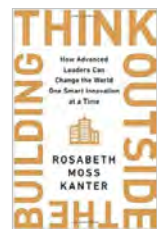
„Fair führen“
Veronika
Hücke,
Campus



„Wie wir
unsere
Wirtschaft
retten“
Clemens
Fuest,
Aufbau
Taschenbuch



„Good
Economics
for Hard
Times“
Abhijit V.
Banerjee,
Esther Duflo,
Public Affairs



„Think
Outside the
Building“
Rosabeth
Moss Kanter,
Public Affairs

Lasst uns reden!

Die Top Ten des getAbstract International Book Award noch einmal auf einer Seite. Übrigens: Die Zusammenfassungen aller Nominierten können bei getAbstract gratis gelesen werden.



„Die kleinste gemeinsame Wirklichkeit“
Mai Thi Nguyen-Kim
Droemer 2021 – 20 Euro



„Herausforderungen im Führungsalltag“
Gudrun Happich
Haufe 2021 – 29,95 Euro



„Besser arbeiten“
Bernd Slaghuis/Nico Rose
Haufe 2020 – 24,95 Euro



„Das Digital Transformer's Dilemma“
Karolin Frankenberger, Hannah Mayer,
Andreas Reiter, Markus Schmidt
Wiley 2021 – 39,99 Euro



„Futureskills for Leadership“
Michaela Flick, Margareta Jäger
Haufe 2020 – 29,95 Euro



„Graswurzelinitiativen in Unternehmen: Ohne Auftrag – mit Erfolg!“
Sabine Kluge, Alexander Kluge
Vahlen 2020 – 23,90 Euro



„Kopf aus dem Sand!“
Tom Diesbrock
Campus 2021 – 19,95 Euro



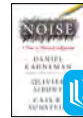
„Die Logik der Anderen“
Klaus Doppler, Luyanda Mpahlwa
Campus 2020 – 24,95 Euro



„Teamlead – Führung 4.0“
Nele Graf, Stephanie Rascher, Andre M. Schmutte
Springer Gabler 2020 – 39,99 Euro



„Zukunftsfähig im Job“
Katrin Busch-Holfelder
Gabal 2020 – 22 Euro



„Noise“
Daniel Kahneman, Olivier Sibony,
Cass R. Sunstein
Little, Brown, Spark 2021 – 20,99 Euro



„The Burnout Fix“
Dr. Jacinta M. Jiménez
McGraw-Hill 2021 – 23,14 Euro



„All In“
Robert Bruce Shaw
HarperCollins Leadership 2020 – ab 13,99 Euro



„Change your world“
John C. Maxwell, Rob Hoskins
HarperCollins Leadership 2021 – 26,66 Euro



„Corporate Crime and Punishment“
John C. Coffee jr.
Berrett-Koehler Publishers 2020 – 26,98 Euro



„Courageous Cultures“
Karin Hurt & David Dye
HarperCollins Leadership 2020 – 21,39 Euro



„Everyday People, Extraordinary Leadership“
James M. Kouzes, Barry Z. Posner
Wiley 2021 – 21,99 Euro



„Lead. Care. Win.“
Dan Pontefract
Figure 1 Publishing 2020 – 15 Euro



„Return on Ambition“
Nicolai Chen Nielsen, Nicolai Tillisch
Fast Company Press 2020 – ca. 24 Euro



„The Rumble Zone“
Jim Boneau
Ignite Press 2020 – 14,30 Euro



Schlusswort

*Ein Buch lesen – für mich ist das
das Erforschen eines Universums.*

Marguerite Duras

*Lesen ist Denken mit
fremdem Gehirn.*

Jorge Luis Borges

*Wenn ich die Welt nicht mehr
ertrage, verkrieche ich mich
mit einem Buch,
das mich wie ein kleines
Raumschiff in die Ferne trägt.*

Susan Sontag

*Wer zu lesen versteht,
besitzt den Schlüssel
zu großen Taten,
zu unerträumten
Möglichkeiten.*

Aldous Huxley

*Es kommt darauf
an, einem Buch im
richtigen Augenblick
zu begegnen.*

Hans Derendinger

*Worte sind die
mächtigste Droge,
welche die
Menschheit benutzt.*

Joseph Rudyard Kipling

*Schon oft hat das
Lesen eines Buches
jemandes Zukunft
beeinflusst.*

Ralph Waldo Emerson

Lies, um zu leben.

Gustave Flaubert