

slow:biz

by Ariane Grünler

Das Business Magazin für Langsam-Macherinnen

STARKE FRAUEN

Vandana Shiva
DIE WARMHERZIGE
UNRUHESTIFTERIN



**SCHREIB
DEIN BUCH!**

die story.one -
Schreibchallenge
JETZT ANMELDEN!

DEIN BUSINESS FEUER

**DIE 5
FEUER
ENERGIEN**

Ausgepowert?
So entfachst
Du Dein
inneres Feuer

**WEBSITE
FELGOOD
FAKTOR**

Die neuen
Dos and
Don'ts im
Webdesign

**VER
BUNDEHEIT
ROCKT!**

Interview mit
Textcoach und
Netzwerkerin
Julia Motulewski

**STORY
TELLING IM
BUSINESS**

Die besondere
Faszination
von guten
Geschichten



WO EIN

FUNKE

IST,

IST DAS

FEUER

NICHT WEIT

SOUL
BUSINESS IST
SLOW BUSINESS

Ariane



Hej, ich bins, Ariane

...und ich freu' mich riesig, Dir heute schon die dritte Ausgabe des slow:biz - Magazins zu präsentieren.

Aber Moment mal! „Sich freuen“ – ist das überhaupt noch legitim, in feurigen Zeiten, in denen Krisen und Kriege weltweit eskalieren, und auch in unserem schönen und sicheren Deutschland demokratie- und menschenfeindliche Parteien mehr und mehr Zustimmung finden? In Anbetracht dessen, scheint es ja fast schon zynisch, der Freude zu folgen.

Und dennoch möchte ich Dich dazu ermutigen, mehr Freude in Dein Leben zu bringen, zum Beispiel, indem Du wirksam wirst, in Deinem Business und so dazu beiträgst, dass auch Deine Kund*innen/Klient*innen wieder mehr Freude empfinden.
Denn **wer sich freut, wird niemals einen Krieg anzetteln.**

Freude vermehren ist sozusagen Friedensarbeit at it's best.

Um wirksam zu sein, dürfen wir zunächst in uns selbst den Funken zu zünden. Ab Seite 6 findest Du daher fünf Möglichkeiten, wie Du Dein inneres Businessfeuer wieder zum Lodern bringst.

Inspirierende Vorbildfrauen, sind für mich immer eine wunderbare Motivation, besonders, wenns mal nicht so rund läuft. Im Porträt ab Seite 19 lernst Du **Vandana Shiva** kennen. Ausgerechnet im Indien der 70er Jahre rief sie eine Frauenbewegung ins Leben, um damit gierigen Agrar-Investoren und Chemie-Konzernen einen Riegel vorzuschieben. Bis heute eckt die hoch dotierte Öko-Feministin an und ist daher nicht unumstritten. Im verlinkten Dokumentarfilm kannst Du Dir selbst ein Bild machen!

Außerdem erfährst Du alles über die neusten **Website-Trends** (ab S. 11), und lernst im Interview auf Seite 28 Text-CoachIn und Netzwerkerin **Julia Motulewski** kennen.

Ich hoffe, der **Funke** springt über und wünsche Dir viel Freude beim Lesen!

Ariane

INHALT

06

DEIN BUSINESS FEUER

Entfache Dein inneres Feuer

„Kein Bock“ oder „on Fire“ – wie bist Du ins Jahr gestartet? Entdecke fünf Möglichkeiten, wie Du Dein inneres Feuer zum Jahresstart wieder richtig schön zum Lodern bringst.

11

FEINE SEITEN

Der Website Feelgood-Faktor

Was kommt? Was bleibt? Was geht? Welche Website Trends in Fachkreisen gerade für Gesprächsstoff sorgen, und warum Erkenntnisse aus dem Neuromarketing immer mehr Einfluss auf Look & Feel von Websites nehmen, habe ich in den letzten 3 Monaten genau erforscht.

19

STARKE FRAUEN IM PORTRÄT

Vandana Shiva

Weltweit ebenso geschätzt, wie geächtet. Die hoch dotierte Öko-Feministin Vandana Shiva Ihre Bekanntheit zieht auch fragwürdige Trittbrettfahrer an. Dass sie sich dennoch ihren Humor und ihre Warmherzigkeit bewahrt hat, macht sie für mich zu einer Vorbildfrau. Im Porträt kannst Du Dir selbst ein Bild machen – und schau Dir unbedingt die Dokumentation an!

23

NEUES LAUSCHMATERIAL

Was auf die Ohren!

Neue Playlists, und inspirierende Mini-Podcasts, die Dich beflügeln, inspirieren und motivieren.

03

RANDGESCHICHTEN

Die rote Blume

Geschichten können Leben verändern. Diese kleine Story hat mir dabei geholfen, die Wirksamkeit meiner Arbeit auf den Punkt zu bringen. Du darfst sie gerne für Dein Business adaptieren.

25

INTERVIEW

Julia Motulewski

Mit textmut.de ermutigt Textcoach Julia ihre Kund*innen dazu, ihre Geschichte zu erzählen. Warum ihr das so wichtig ist, darüber spricht sie im Interview.

28

STORYTELLING IM BUSINESS

Die Kraft von guten Geschichten

Gute Geschichten haben eine ganz besondere Anziehungskraft. Warum Du Storytelling als Marketing-Instrument auf keinen Fall unterschätzen solltest, erfährst Du in diesem Editorial.

30

1000 WORDS

Mit 1000 Wörtern zum Ziel

Über den Wunsch ein eigenes Buch zu schreiben und über die Herausforderung es dann tatsächlich auch zu tun. Was mir geholfen hat, dranzubleiben.

33

THALIA & STORY.ONE - SCHREIB-CHALLENGE

Schreib Dein Buch!

Jedes Jahr rufen Thalia und die Autorenplattform story.one zu einer Schreib-Challenge auf. Auf Seite 33 kannst Du mehr darüber erfahren.

35



EIN FEUER

WEISE ZU HÜTEN
BEDEUTET,

VOLLE PRÄSENZ

**UND EIN SICHERES GESPÜR DAFÜR, WANN
ES ZEIT IST, NACHZULEGEN**

Ariane

SOUL
BUSINESS IST
SLOW BUSINESS



Entfache Dein

BUSINESS FEUER!

Feuer wärmt uns. Feuer knistert und flackert. Es transformiert das Alte und verbrennt, was wir nicht mehr brauchen. Feuer erzeugt Leidenschaft und Energie. Manchmal braucht es nur einen kleinen Funken, um ein Feuer neu zu entfachen. Hier sind fünf Möglichkeiten, wie Du Dein Businessfeuer zum Jahresstart richtig schön zum Lodern bringst.



FEUER ENERGIEN

und wie Du sie für Dein Business nutzen kannst

Nutze das Feuer der Leidenschaft

Unser Business-Feuer offenbart seine wahre Natur, wenn wir herausgefordert werden. Es erlischt, wenn wir Herausforderungen permanent aus dem Weg gehen. Das Feuer Deiner Leidenschaft wird genährt, wenn Du Deinen besonderen Facetten Ausdruck verleihst. Das kann sich manchmal in unbändiger Freude zeigen, genauso, wie in rasender Wut. Gib all diesen Facetten Raum in Dir. Erlaube Dir, leidenschaftlich zu sein – ohne ins Drama zu abzugleiten – in Deinem Business und auch ganz privat.

Nutze das Feuer der Transformation

Auch wenn wir uns manchmal Veränderungen in unserem Business sehnlichst herbeiwünschen, regt sich oft plötzlich Widerstand in uns, wenn sie dann wirklich an die Tür klopfen.

Wir Menschen neigen dazu, dann doch lieber an dem festzuhalten, was uns vertraut ist.

Oder anders gesagt: Wir kneifen, weil wir Angst haben.

Feuer hat die Kraft diese Ängst zu transformieren. Es hilft Dir, das loszulassen, was Dir nicht mehr länger dienlich ist. Was wäre, wenn das, woran Du so sehr festhältst, tatsächlich genau das blockiert, wonach Du Dich so sehnst? Was wäre, wenn es z. B. Deinem Business-Wachstum im Weg steht?

Gönn Dir regelmäßig kleine Feuerrituale. Bitte das Feuer darum, Dir dabei zu helfen, die Unterschiede zu erkennen: Was kann gehen, was darf (noch) bleiben.

Das, was nicht länger Deinem höchsten Wohl dient, kann vom Feuer aufgenommen werden. Das, was Du wirklich noch brauchst, bleibt sowieso. Darauf kannst Du vertrauen.

Nutze das Feuer der Stimulation

Essen kann so wunderbar belebend sein. Probiere es aus, Dein Frühstückporridge mal mit einem Löffel Kakao und ein paar Chiliflocken zu verfeinern.

Oder mach Dir eine scharfe Salsa mit Chilis, wenn Du Deinem Abendessen eine besondere Note geben willst. All das wärmt Dich von innen und regt auch Deinen Stoffwechsel und Dein Verdauungsfeuer an. Eine wahre Wohltat für Dein ganzes Sein.

Nutze das Feuer der Inspiration

In manchen Phasen Deiner Selbstständigkeit könnten Deine Inspiration und Kreativität einen Muntermacher gebrauchen. Es gibt Durststrecken und Tiefpunkte, in denen braucht es einen neuen Funken.

Seit Urzeiten tanzen die Menschen barfuß ums Feuer. Dabei klatschen und stampfen sie im Rhythmus und sprechen Segenswünsche aus. Tu es ihnen gleich und zelebriere eine Feuerzeremonie für Dein Business. Sprich mit dem Feuer und lade es ein, Dir neue Inspiration und Kreativität zu schenken. Sprich einen Segen, am besten laut:



**„Mögen mein Herzschlag und meine
Herzenergie entflammt werden und mich
mit Licht und Wärme erfüllen“**

Nutze das Feuer der Verbundenheit

Ein gut geschürtes Feuer knistert einladend. Verbinde Dich mit anderen Business Frauen! Umarme und schätze sie als Deine Weggefährtinnen. Lach mit ihnen und teile Liebe und Freude. Freundschaft und die Verbindung zu anderen selbstständigen Frauen geht oft weit über einen einfachen „Netzwerkgedanken“ hinaus. Wir Frauen sind seit jeher die Hüterinnen des Feuers; indem wir es hüten, halten wir es in uns selbst am Leben.

Nutze das Feuer der Disziplin

Dein inneres Feuer kann auch mal wie ein Flächenbrand um Dich herum toben. Du spürst das deutlich, denn dann bist Du ruhelos und ständig auf der Suche nach etwas „Besserem“.

Jede Feuerhüterin weiß, dass es höchste Konzentration und Disziplin braucht, um ein Feuer am Brennen zu halten und es dennoch unter Kontrolle zu haben. Für Dein Business-Feuer bedeutet das, dass Du ein feines Gespür dafür brauchst, wann es Zeit ist, nachzulegen. Wenn Du zu schnell nachlegst, entfachst Du entweder einen Flächenbrand oder Du erstickst das Feuer.

Folgende Übung kann Dir dabei helfen, eine weise Feuerhüterin zu werden:

Zünde in den kommenden 3 Monaten täglich zur exakt gleichen Zeit eine Kerze für Dich an. Beobachte Dich Tag für Tag dabei, wie Du die unterschiedlichen Phasen des Feuerhütens durchläufst.

Ja, zuerst bist Du noch ambitioniert. Doch es kommt der Tag, an dem es Dich vielleicht auch langweilt. Es wird zur Pflichtübung direkt gefolgt von Widerstand, weil Dir eventuell mittlerweile der Sinn abhandengekommen ist.

Was wird Dir dabei helfen, dranzubleiben? Erwinnere Dich an den Sinn: hey, diese Kerze brennt für mich! Sie steht symbolisch für das Feuer meiner Disziplin!

Wo kommst Du wohl an, wenn Du durchhältst? Und was bedeutet dies für Dein Business? Es wird der Tag kommen, an dem Du tiefe Freude und Dankbarkeit für Dein Durchhaltevermögen und den Respekt empfindest, den Du Dir drei Monate lang hast zukommen lassen.

ERFOLG

IST NICHT DAS BEWAHREN DER

ASCHE

SONDERN DAS HÜTEN
UND WEITERREICHEN DES


FEUERS

SOUL
BUSINESS IST
SLOW BUSINESS

Ariane



DER Website
FEEELGOOD
FAKTOR

A woman with blonde hair and glasses is shown from the side, holding a white tablet. The background is a blurred office environment with a warm light fixture. The text is overlaid on a semi-transparent grey box.

**Markenbotschaft &
Zielgruppengenauigkeit
waren, sind, und bleiben das
A&O für eine aussagekräftige
Website.**

Was den Look und die Usability (Anwenderfreundlichkeit) angeht, gibt es ein paar spannende Trends, die in Fachkreisen gerade für Gesprächsstoff sorgen, weil sie sehr wahrscheinlich gekommen sind, um zu bleiben.

Trends sind mehr, als einfach nur Spielereien

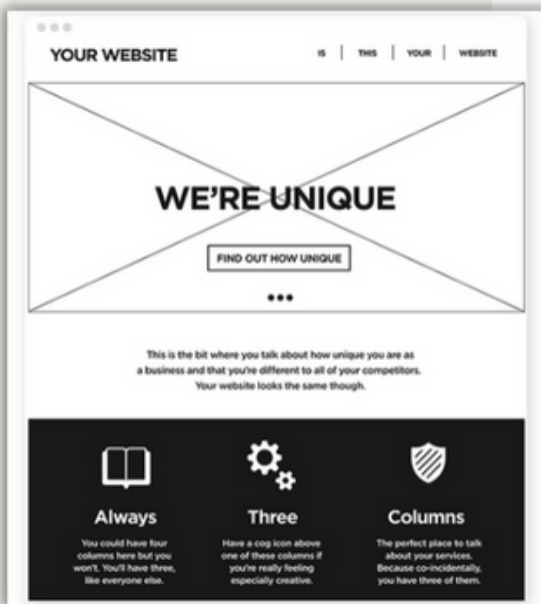
Trends im Webdesign beschränken sich nicht nur auf rein optische Gestaltungselemente, sondern gehen meistens mit neuen Marketing-Erkenntnissen aus der Neurowissenschaft einher. Die Frage, was ein Mensch „braucht“, damit er sich wohlfühlt auf einer Website, rückt auch im Webdesign mehr und mehr in den Mittelpunkt.

Webdesign Trends gibt es aus gutem Grund.

Sie beeinflussen das aktuelle Erscheinungsbild vieler Websites. Gerade aus diesem Grund sollte ein Webdesigner wissen, was „angesagt“ ist und diese Entwicklungen beobachten, analysieren und bei Bedarf selber einsetzen können.

In den letzten zwei Jahren hat sich ein Standardlayout durchgesetzt, das viele Websites inzwischen kennzeichnet:

Die Dreiteilung.



Was zum einen, wie Einheitsbrei aussieht, hat sich zum anderen eben bewährt. Nicht nur, dass die Anwender damit gut vertraut sind. Diese Layout-Anordnung hat sich ja nicht ohne guten Grund durchgesetzt.

Sie verfolgt einige Gestaltungsprinzipien, die für eine gute Bedienbarkeit und User Experience sorgen.

Dreigeteilte Websites starten meist gleich mit einer markanten, aussagekräftigen Headline auf einem emotionalen (Hintergrund-)Bild. Diese Art des Elevator Pitch zeigt den Besuchenden gleich, was sie auf dieser Website erwarten können. Es „catcht“ sie im besten Fall also gleichermaßen rational (Headline) und emotional (Bild).

Das viele Websites mit diesem Template aufgebaut sind, muss ja nicht zwangsläufig dazu führen, dass daraus ein Einheitsbrei wird. Denn gutes Design zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass es auf der einen Seite funktional und anwenderfreundlich ist und sich auf der anderen Seite mit exzellent geschriebenen Texten, einzigartigen Grafiken und einer besonderen Farbwahl von der grauen Masse abhebt.



Beispiel: Simone Nanzer: FleurEss - Essbare Blüten für die gehobene Küche >>zur Website



Webdesign-Trend: scrollbare Navigation

Ein weiterer Trend der modernen Standard-Layouts ist die scrollbare Navigation, die am oberen Browserrand während des Scrollens stehen bleibt. Sie wird also nicht weggeschrollt, sondern ist immer sichtbar.

Vorteil: Die User können sich schnell durchklicken und müssen nicht erst wieder ganz nach oben zur Hauptnavigation scrollen, um weitere Unterseiten besuchen zu können.

Nachteil: Zum einen ist eine scrollbare Navigation dann immer Bestandteil des Screendesigns. Selbst wenn man sich Mühe gegeben hat, mit der Gestaltung der Inhalte, obendrüber ist immer die Navigation zu sehen, die unter Umständen das schöne Design „zerschießt“.

Außerdem geht Dir der „komm, ich nehm Dich an die Hand“ – Effekt flöten, mit dem Du Deine Website-Besucher per Ankerlinks sinnvoll über Deine Website führst. Klickt ein Website-Besucher beispielsweise direkt nach der Startseite auf Dein hochpreisiges Premium Angebot in der Navigation, steckt er Dich vielleicht gleich in die „kann ich mir nicht leisten“ – Schublade. Ihm entgeht dann, dass Du auch tolle Einstiegs-Angebote im niedrig- oder mittelpreisigen Sektor hast.

Darum bin ich nach wie vor Fan der fixierten Navigation – auch wenn es vielleicht auf den ersten Blick nicht ganz so fancy oder stylish wirkt.



Beispiel: Gabriela Ristow-Leetz: Ein Tropfen Glück - Die Glücksamazone >>zur Website



Webdesign-Trend: Bilder-Slides und -Karussells

Bilder-Slides und Karussells wurden technisch weiter professionalisiert und sind mittlerweile wieder voll im Einsatz. Beispielsweise, um auf Seminar-Seiten Impressionen der letzten Live-Veranstaltung zu zeigen. Oder eine Bilderserie aller Teilnehmer*innen.

Hier klicken sich Besucher gerne durch und sind damit auch viel glücklicher, als wenn die Bilder alle untereinander in einer, scheinbar nicht enden wollenden Galerie angeordnet wären.

Slider und Karussells bringen eine ähnliche Lebendigkeit, wie Videos auf eine Website. Mit dem Unterschied, dass sie, im Gegensatz zu Videos, kein allzu großes Datenvolumen in Anspruch nehmen und leicht zu bearbeiten sind und daher immer mit ein paar Handgriffen auf den neuesten Stand gebracht werden können.



Beispiel: Kerstin Wilke: Die sanfte Rebellion - Coaching für Frauen in Wandlungsphasen >>zur Website



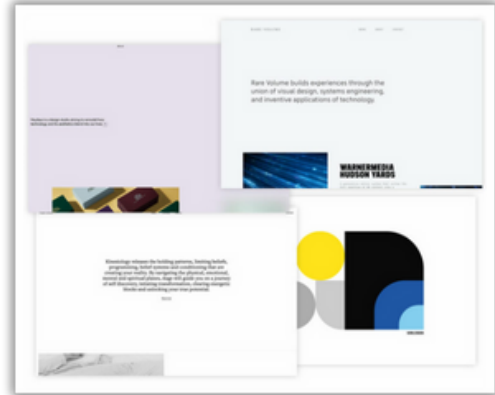
NOCH MEHR

Webdesign Trends

Webdesign-Trend: Minimalismus

Minimalismus bedeutet das Weglassen (fast) aller (Gestaltungs- und Farb-) Elemente, bis nur noch das Wichtigste übrigbleibt: Es zwingt, klare inhaltliche Prioritäten zu setzen.

Minimalistische Designs lenken nicht vom Inhalt ab, sondern unterstützen diesen. Dazu ist die Ladezeit bei minimalistischen Websites sehr gut, da keine unnötigen Elemente und Codes geladen werden müssen.

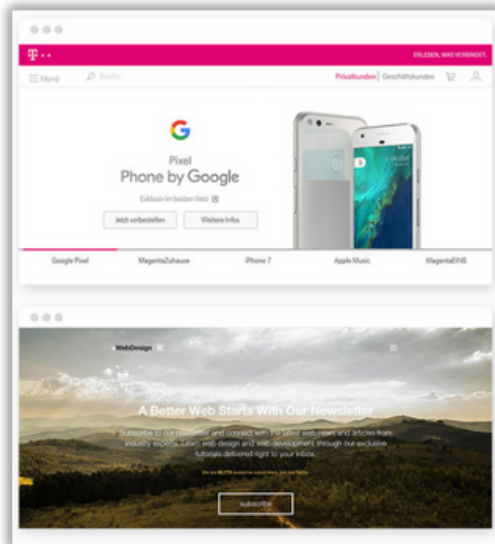


Webdesign-Trend: Ghost Buttons

Buttons sind grundsätzlich ja die markanteren Links. Sie kommen normalerweise größer und bunter daher und sollen zum Klicken animieren.

Ghost-Buttons, sind eine etwas zurückhaltendere Variante, weil sie unscheinbarer sind und wie ein „Geist“ auf der Website erscheinen.

Ghost Buttons sind unaufdringlich und einfach gestaltet. Sie sind präsent und nehmen sich trotzdem zurück. Sie fordern zum Klicken auf, nur auf eine dezente Weise.





Webdesign-Trend der Zukunft: Handmade plus digital Skills

Kein Trend ohne Gegentrend. Die Vereinheitlichung der digitalen Layouts und vor allem auch der (geschriebenen) Inhalte durch den intensiven Gebrauch von künstlicher Intelligenz wird in den kommenden Jahren zunehmen.

Doch es gibt sie, die mutigen, innovativen Webdesigner, die sich schon heute an experimentellere Layouts wagen (zum Beispiel mich 😊). Ich liebe es, Websites einen „Handmade“-Charakter zu geben, in meinen Augen ist dies (neben genial geschriebenen Texten) eine großartige Möglichkeit, sich von der grauen Masse der 08/15 Websites abzuheben.

Mein Fazit:

Ich denke, es gibt nicht diesen einen Trend, den man auf jeden Fall einsetzen sollte! Für den Feelgood-Faktor ist es wichtiger, zu schauen, welcher Trend zur jeweiligen Website passt. Ich denke, es lohnt sich, Trends neu zu kombinieren. Wie wäre es mit einem minimalistischen Design und Ghost-Buttons? Oder einem Slider auf der Startseite, gepaart mit einem handgezeichneten Schriftzug im Logo?

Was bei alledem jedoch niemals zu kurz kommen darf, sind die Inhalte. Gutes Design setzt Inhalte voraus. Design ohne Inhalte ist kein Design, sondern Dekoration. Daher sollten wir **niemals** darauf verzichten, auf unserer Website unsere eigene Geschichte zu erzählen und sie mit unserer Business-Botschaft zu verknüpfen. Auf diese Weise werden unsere Website-Besucher*innen auch zu Kund*innen.



Bildquelle: Wikipedia

VANDANA SHIVA:

DIE WARMHERZIGE UNRUHE STIFTERIN

Die Inderin Vandana Shiva ist soziale Aktivistin, Ökofeministin und Globalisierungskritikerin. Für mich ist sie eine Vorbildfrau, denn es gehört schon sehr viel Mut dazu, ausgerechnet in einem patriarchalisch geprägten Land wie Indien so etwas wie Frauenbewegung zu etablieren, und sich damit auch weltweit Gehör zu verschaffen.

Vandana Shiva wuchs im Indien der 60er Jahre auf. Ihr Eltern waren naturbegeisterte Akademiker, die ihr viele Freiheiten ließen. Sie gehörte also eher zu den privilegierten Menschen, in einem Land, in dem Frauen selten eine Schule besucht haben und oft weder lesen noch schreiben können.

Vandana Shiva studierte Physik und Naturwissenschaften an der Panjab University in Chandigarh mit dem Master-Abschluss in Physik. Anschließend wandte sie sich der Wissenschaftstheorie zu und erwarb 1976 einen zweiten Master-Abschluss in Wissenschaftsphilosophie. In den letzten 20 Jahren erhielt sie Ehrendoktorwürden unter anderem an der Universität von Paris, University of Western Ontario, Universität Oslo, dem Connecticut College, und der University of Toronto.

Der Aufstand der Frauen: Die Chipko Bewegung

Bereits Ende der 1970er Jahre engagierte sie sich in der ersten indischen Umweltinitiative, der Chipko-Bewegung. Diese Bewegung wurde mehrheitlich von indischen Frauen getragen und richtete sich gegen die kommerzielle Abholzung von Wäldern und die damit verbundene Zerstörung der Lebensgrundlagen.

Schon damals widmete Vandana Shiva sich der Frage, in welcher Form männlich geprägte Werte zu ökologischer Zerstörung, Militarismus und Ausbeutung beitragen. Vandana Shiva steht für einen weiblich geprägten Wertekodex für den Umgang mit Mutter Erde (Ökofeminismus).



Bildquelle: Wikipedia

Seitdem ruft Vandana Shiva zum zivilen Ungehorsam auf – beispielsweise gegen Konzerne wie Bayer (a.k.a. Monsanto), gegen die Spekulation mit Nahrungsmitteln, gegen das Patentieren von Saatgut, kurz: gegen den andauernden Krieg wider die Natur und die Menschen, die in ihr leben.



Bildquelle: Wikipedia



Bildquelle: Wikipedia



Bildquelle: Wikipedia

Wie so oft, wenn Frauen ihre Stimmen erheben und damit etwas in der Welt bewegen, gibt es natürlich auch eine, nicht von der Hand zu weisende, Verleumdungskultur in Bezug auf Vandana Shiva.

Durch ihre lautstarke Kritik an Bill Gates im Zusammenhang mit der WHO und so manch anderer unbedachten Aussage wurde ihr spätestens in der Corona-Krise unterstellt, sie sei eine Verschwörungstheoretikerin.

”
*Jeder Mensch macht Fehler.
Nur den Sichtbaren, den
werden sie seltener verziehen.*

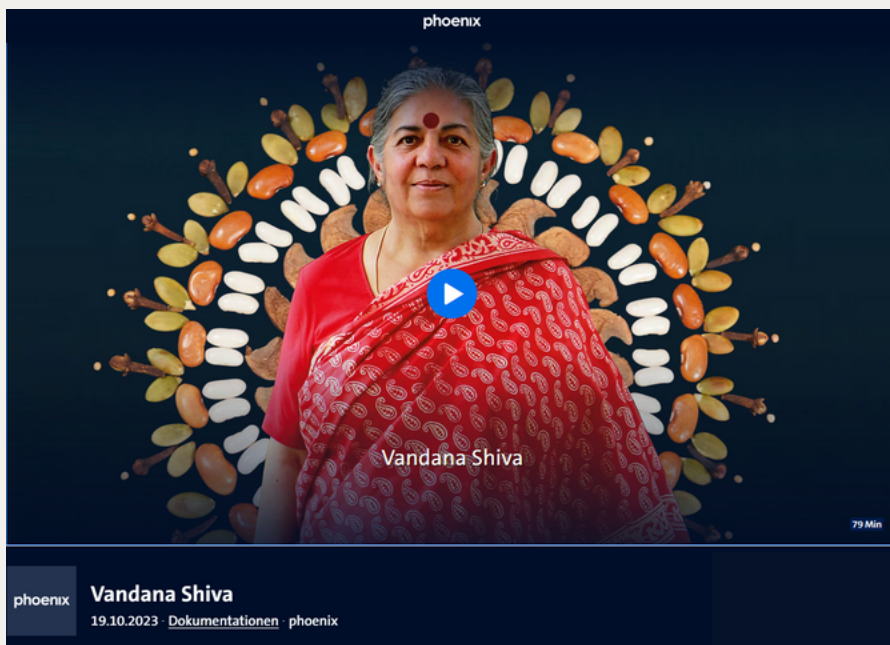
Für mich ist Vandana Shiva trotzdem **eine echte Vorbildfrau**. Ja, sie macht auch Fehler. Und sie hat fragwürdige Trittbrettfahrer, die ihrer Botschaft eher schaden als dienen.

Auch wenn die Vorwürfe einen etwas faden Beigeschmack haben, schmälert es in meinen Augen nicht, was sie speziell in ihrem Heimatland Indien – und auch weltweit – in Bezug auf Klimaschutz und Menschenwürde bis heute bewirkt hat.

Im Dokumentarfilm **Vandana Shiva – ein Leben für die Erde** kannst Du Dir selbst ein Bild von dieser außergewöhnlichen Frau und ihrer besonderen Strahlkraft machen. Er ist noch bis Ende März in der ARD-Mediathek abrufbar:

phoenix DOKUMENTATION:

Vandana Shiva – ein Leben für die Erde



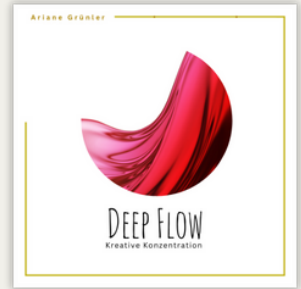
 **WATCH NOW**



Hier gibt's was AUF DIE OHREN

Neues Lauschmaterial, das Dich beflügelt, inspiriert, motiviert

Auf Spotify 



Auf Instagram 



Erfolgs MindSet

Hol Dir Dein Unterbewusstsein mit ins Boot!

Das Affirmationspaket **Daily 7**
gibt's jetzt zum Special-Price



Die Affirmationen (im Audioformat) umfassen folgende 6 Lebensbereiche:

- ✓Selbstvertrauen und Selbstwert
- ✓Fokus, Zeit und Ziele
- ✓Klarheit
- ✓Erfolg
- ✓Geld
- ✓Körper und Gesundheit

Jetzt mit **30% Rabatt** buchen!

1 KLICK 

story:telling

RAND GE SCHICH TEN



Die rote Blume

Es war einmal eine junge Frau, die in einem kleinen, düsteren und unordentlichen Haus lebte. Sie hatte eine tiefe Traurigkeit in sich und fühlte sich nutzlos – ihr Leben hatte einfach keinen Sinn.

Jeden Tag saß sie zusammengekauert am Wegesrand, um Reisende nach ein paar Groschen zu fragen. Eines Tages kam eine weise alte Frau des Weges und schenkte ihr eine rote Blume; sie behauptete, diese Blume sei magisch und würde ihr Leben verändern. Die junge Frau war zwar skeptisch, doch nahm sie die Blume mit nach Hause und stellte sie auf ihren Küchentisch.

Die wunderschöne Farbe und die Pracht der Blüte ließ ihre fleckige Tischdecke schäbig aussehen und die junge Frau wusch sie. Doch das strahlend weiße Tuch ließ nun den Boden staubig aussehen. Und die Frau schrubbte ihn. Durch den glänzenden Boden sahen die Wände plötzlich fleckig aus, worauf die junge Frau sie in einer frischen Farbe strich und neue Bilder aufhing. Dabei fiel ihr auf, dass die schmutzigen Fenster zu wenig Licht hereinließen, daher putzte sie die Fenster spiegelblank. Als sie durch die Fenster nach draußen blickte, sah sie, dass ihr Garten total verwildert war und sie machte sich daran, die überwucherten Wege vom wilden Geäst zu befreien und ihren Garten neu zu bepflanzen.

Sie pflanzte rote Blumen, die sie seitdem mit tiefer Freude verschenkt, an andere Frauen, die traurig und zusammengekauert am Wegesrand sitzen und sie nach ein paar Groschen fragen.

”

KINDERN

ERZÄHLT MAN GESCHICHTEN,
DAMIT SIE **EINSCHLAFEN.**

ERWACHSENEN, DAMIT SIE

AUFWACHEN.

Ariane

SOUL
BUSINESS IST
SLOW BUSINESS



Julia Motulewski ist Coach und Texterin. Sie hilft Frauen dabei, ihre Geschichten zu erzählen und somit mehr Verbundenheit zu ihrem Business herzustellen. Sie ist außerdem passionierte Netzwerkerin und liebt es, Frauen miteinander zu verbinden.

Was ist der wichtigste Antrieb in Deinem Business?

Für mich ist es wichtig, dass ich mich mit meinem Business verbunden fühle. Fast 6 Jahre war ich als Copywriterin unterwegs, teilweise auch in Agenturen. Durch meinen eigenen Weg als Coach, begriff ich mehr und mehr, was mich wirklich ausmacht. Mir wurde klar, dass diese Verbundenheit zum Business vor allem durch die eigene Geschichte entsteht. Nein, die Frauen, die zu mir kamen, brauchten kein Copywriting, ich spürte, dass es etwas anderes war, wonach sie suchten – sie waren auf der Suche nach der Verbundenheit zu ihrem Business.

Wobei hilfst Du Deinen Kund*innen?

Zu mir kommen immer wieder auch Frauen, die schon richtig erfolgreich in ihrem Business sind und die trotzdem das Gefühl haben, dass noch etwas fehlt. Durch die Zusammenarbeit mit mir begreifen sie, wie wichtig ihre Geschichte ist. Natürlich weiß eine Frau ab einem gewissen Alter, welche Krisen sie gemeistert hat. Doch es ins Marketing für ihr Business mit einfließen zu lassen, das bringt ihr nochmal einen wesentlichen Schub. Denn erstens fühlt sie sich verbundener mit ihrem Business und zweitens gibt es wiederum ihren Kund*innen mehr Sicherheit und baut Vertrauen auf.

Worauf liegt Dein Fokus in Deiner Arbeit?

Mein Fokus ist mittlerweile sehr einfach. Ich tauche mit meinen Kundinnen in ihre Biografie ein und schreibe mit ihnen gemeinsam ihre Geschichte. Wir schauen, an welchen Weggabelungen diese Frau abgebogen ist und warum. Und genau das sind die Geschichten, mit denen wir im Business unsere potenziellen Kund*innen abholen. Somit wandelt sich mein Fokusthema seit geraumer Zeit immer mehr weg vom Copywriting hin zum Storytelling.

Warum Textmut?

Für mich persönlich bedeutet Textmut, Erfahrungen zum Leitstern werden zu lassen. Ich weiß, dass grundsätzlich viel mehr möglich ist, als wir glauben. Es ist hilfreich, wenn wir unsere Geschichte nicht nur aus unserer persönlichen Erfahrungswelt heraus erzählen. Oft bringt erst der geschulte und klare Blick von außen (z.B. von mir) die wesentlichen Wendungen in einer Biografie zum Vorschein, die mit großer Wahrscheinlichkeit dann zum wahren Leitstern im Business werden.

Was hilft Dir, Dich zu motivieren, an Tagen, an denen Du am liebsten im Bett bleiben würdest?

In meinem Business folge ich meiner Leidenschaft. Das gibt mir eine starke intrinsische Motivation und holt mich auch in Zeiten, in denen es mal anstrengend ist, morgens aus dem Bett. Sollte ich wirklich mal das Bedürfnis haben, liegenzubleiben, dann würde ich es einfach tun. Schließlich gebe ich, als meine eigene Chefin ja den Takt in meinem kleinen Unternehmen vor.

Wenn Du Deine Botschaft an die Frauen da draußen in ein paar Sätze packen würdest, wie würden die lauten?

Ich bin der Meinung, dass wir uns noch mit viel zu wenig zufriedengeben. Wir haben noch nicht gelernt, wirklich groß zu träumen. Ich vermisse den Forschergeist, der uns mutig vorangehen lässt, um all die Herausforderungen zu meistern, die unsere Welt heute und in Zukunft mit sich bringt. Und dies auch an unsere Söhne und Töchter weiterzugeben. Das Thema Arbeit wird sich in der Zukunft stark wandeln. Und wenn wir erfüllt und glücklich leben wollen, gehört auf jeden Fall auch die Verbundenheit zu unserem Beruf bzw. Unserem Business dazu – nicht im Sinne von „was kann ich?“, sondern vor allem auch „für wen, und mit wem will ich?“.

Julia auf Instagram:

@textmutde



Website:

<https://textmut.de>



Triff Julia in einem Netzwerk-Event

Julia ist passionierte Netzwerkerin. Gemeinsam mit Sandra Gmünd veranstaltet sie regelmäßig Netzwerktreffen zum gemeinsamen Austausch, Kennenlernen und Co-Kreieren.

Netzwerk Community auf Instagram:

@netzwerken.erleben



Website und Anmeldung:

<https://netzwerk-erleben.de>





storytelling

DIE KRAFT VON

GUTEN GESCHICHTEN

Die Ursprünge von Storytelling liegen gut 200.000 Jahre zurück. Es entstand an den Lagerfeuern unserer Vorfahren, die ihr Wissen auf diese Weise weitergaben. Diese Lagerfeuer gibt es immer noch! Heute heißen sie Internet, Newsletter und Social Media. Es gibt also keinen Grund, auf die Kraft von guten Geschichten zu verzichten.

Was ist das überhaupt – Storytelling?

Storytelling ist das Verpacken (möglichst) wertvoller Inhalte in (möglichst) spannende Geschichten. Auf diese Weise werden Informationen weitergegeben und Emotionen erzeugt.

Gute Storys begeistern, fesseln und reißen mit. Sie machen aus kalten Zahlen und Fakten eine lebendige Geschichte, daher werden sie heute auch als

Business Storytelling, z. B. im E-Mail-Marketing, auf Social Media oder im Website-Branding eingesetzt.

Wen sollten Deine Geschichten interessieren?

Persönliches, Privates, Erfahrungen, Einblicke, Kindheitserinnerungen – vielleicht fragst Du Dich gerade, ob sich diese ganzen Geschichten nicht so langsam abgenutzt haben.

Gegenfrage: Wann hast Du das letzte Mal ein Buch gelesen, das Dich so richtig mitgenommen hat?

Als mir vor rund 30 Jahren das Buch „Der Medicus“ in die Hände fiel, schreckte mich der Umfang dieses Wälzers zunächst ab. Doch schon nach den ersten Seiten war ich so gefesselt von der Atmosphäre und von den fantastischen Welten, in die mich der Autor Noah Gordon mitnahm, dass ich das Werk erst nach Seite 627 wieder aus der Hand legte, und zwar mit einem Gefühl von „oh wie schade, schon zu Ende!“

Fun Fact:

Ich habe Rob Jeremy Cole's Geschichte seitdem sogar mehrfach gelesen und jedes Mal entfaltet sich diese inspirierende Magie aufs Neue in mir.

Merke also:

„ES GIBT KEINE ZU
LANGEN GESCHICHTEN.
ES GIBT NUR ZU
LANGWEILIGE.“

Ariane

Wie kannst Du Storytelling in Deinem Business einsetzen?

Egal, ob Du einen Angebotstext, einen Text über Deine Arbeitsweise oder eine „Über mich“ – Seite schreibst, es ist immer wichtig, dass Du Deine Leser*innen auf eine emotionale und berührende Reise mitnimmst. Damit Dir das gelingt, darfst Du Dir vorab ein paar Fragen beantworten:

Für wen genau?

Erforsche genau, mit welchen Menschen Du am liebsten arbeiten möchtest. Dann weißt Du auch, für wen Du Deine Texte schreibst. In diesem Kontext fällt oft der Begriff „Zielgruppe“. Es ist die glasklare Vorstellung von den Menschen, die Du mit Deinen Texten anziehen möchtest. Auch wenn Du mit Deiner Arbeit sehr vielen unterschiedlichen Menschen dienen *könntest*, heißt das ja noch lange nicht, dass Du dieses breite Spektrum auch bedienen *willst*.

Was genau?

Auch wenn Du im Laufe der Zeit viele unterschiedliche Methoden und Werkzeuge erlernt hast, müssen diese ja nicht unbedingt alle zum Einsatz kommen. In Deinen Texten kannst Du das, was Dir die meiste Freude bereitet und am leichtesten von der Hand geht, hervorheben. Somit lenkst Du Dein Business in die Richtung, die Dir auf Dauer immer mehr Freude und Leichtigkeit schenken wird.

Biete echten Mehrwert!

Wichtig ist, dass Du nicht nur Fragen in Deiner Leserschaft aufwirfst, sondern auch gute Antworten gibst. Wie hast Du es damals für Dich gelöst? Welche Methoden oder Techniken hast Du angewandt? Auf welche Hindernisse bist Du gestoßen? Wie hast Du sie überwunden? Ein Text, der diese Fragen beantwortet, bietet echten Mehrwert.

Beachtest Du das, wirst Du niemals Gefahr laufen, nur sinnloses Blabla von Dir zu geben. Deine Fangemeinde wird den Text – egal wie lang er ist – bis zum letzten Wort inhalieren und dann wird es ihnen so gehen, wie es mir beim Medicus ging: **Sie wollen mehr!**

Und dieses „mehr“ gibst Du ihnen natürlich. Beispielsweise in einem Erstgespräch, einem kleinen Angebot oder indem Du sie dazu einlädst, Deinen Newsletter zu abonnieren.



Thalia Storyteller-Challenge

**SCHREIB DEIN
BUCH!**

Über den Wunsch ein eigenes Buch zu schreiben und über die Herausforderung es dann tatsächlich auch zu tun

Den perfekten Zeitpunkt, ein Buch zu schreiben, den gibt es nicht. Das habe ich im vergangenen Jahr am eigenen Leib erfahren, denn es ist sehr viel mehr Energie in Form von Zeit, Kraft und Nerven in mein Buchprojekt „**Die Hüterinnen des Feuers**“ * geflossen, als ich ursprünglich eingeplant hatte.

Das kann kurzfristig auch mal eine Business-Vollbremsung zur Folge haben. Auf lange Sicht kann es sich jedoch auch sehr positiv aufs Business auswirken. Denn Du gewinnst so viel mehr Klarheit für Dich und Deine Arbeit im Schreibprozess. Außerdem hast Du als Autorin – wenn es gut läuft – ein ganz anderes Standing in Bezug auf Deine Expertise hast.

Es gibt zwei große Herausforderungen für angehende Autor*innen:

1. einen roten Faden für die Idee zu entwickeln und
2. diesen roten Faden anderen so gut zu vermitteln, dass sie das Buch verlegen möchten.

Klingt nach Arbeit? Ist es auch!
Die gängige Vorstellung von der beseelten Autorin in einer Art Schreibwahn, der sie alles um sich herum vergessen lässt und sie so in nullkommanix einen Bestseller schreibt, halte ich für romantisch verklärt. Es kann so laufen – muss aber nicht.

*Mein Buch „Die Hüterinnen des Feuers“ erscheint voraussichtlich im Mai 2024

#1000 WORDS

Mit 1000 Worten täglich ans Ziel

Die Idee stammt nicht von mir, sondern von der US-Autorin Jami Attenberg, die 2018 mit dem Hashtag #1000words eine große Schreibwelle (nicht nur in den USA) ausgelöst hatte.

1000 Worte am Tag, das klingt doch machbar!

“1000 ist nur eine Zahl, doch damit werden Romane wahr“,
sagt Jami Attenberg



Dieses Commitment der rund 1000 geschriebenen Worte täglich, hat mir geholfen dranzubleiben, auch nachdem die erste Welle der Begeisterung in mir abgeebbt war.

Die rund 250 Seiten, die im vergangenen Jahr auf diese Weise entstanden sind, sind der beste Beweis dafür, dass es tatsächlich funktioniert. Danke Jami!

EXTRA

Tipp



Du liebäugelst schon seit geraumer Zeit damit, Dein erstes Buch zu veröffentlichen? Dann hab ich hier einen Extra-Tipp für Dich.

Bei Thalia gibt es noch bis Ende März eine kleine **Schreib-Challenge**. Sie wurde in Zusammenarbeit mit **story.one** ins Leben gerufen.

story.one ist eine Plattform und Schreib Community für angehende Geschichtenerzählerinnen.

Unter dem Motto „Hier finden nicht nur Geschichten einen Platz, sondern auch ihre Autor*innen“ bekommt Dein Buchprojekt hier richtig Rückenwind. Es wird bei Thalia und bei **story.one** auf der Plattform veröffentlicht, erhält eine ISBN – Nummer und ist über Thalia sogar als Hardcover erhältlich.

Hier findest Du mehr Infos darüber:



Thalia Storyteller

Wir glauben, dass mit jeder Geschichte die Welt ein bisschen bunter, offener und lebenswerter wird. Und wir sind überzeugt, dass jeder eine reale oder fiktive Geschichte hat, die es wert ist, gelesen zu werden.

Ergreife deine Chance, mach beim Wettbewerb mit und Sorge dafür, dass deine Geschichte gelesen wird. Jetzt ist der Moment, um dein Buch mit der Welt zu teilen. Nimm kostenlos an unserem Wettbewerb teil und zeig uns, was du kannst!

So nimmst du teil:

Löse den Teilnahme-Code auf [story.one](#) ein und du kannst sofort kostenlos mit dem Geschichtschreiben beginnen. Außerdem bekommst du ein Exemplar deines Buches geschenkt.

Teilnahme-Code: **ThaliaStoryteller**

[**Aktionsbedingungen](#)





Herausgeberin:
Ariane Gr nler
Lohm hlstra e 17
D-63741 Aschaffenburg
Inhalte urheberrechtlich gesch tzt
 2024

Lust

auf mehr?

Das nächste **slow:biz** Magazin erscheint am 5. Mai.
Es ist exklusiv für Mitglieder im Slow Business Club.
Willst Du Freundinnen in den Club einladen,
damit auch sie dieses geniale Magazin erhalten,
teile einfach folgenden Link mit ihnen:

<https://www.arianegruenler.com/slow-business-club/>

+++Der Slow Business Club ist **kein** Membership - und daher kostenlos+++

Folge @slow_business-club
auf Insta!

