

Soheil Dastyari

## **Fellowship**

**Unternehmens- und Markenführung neu gedacht, plus E-Book inside**

2021, 212 Seiten, Hardcover

EUR 34,95/EUA 35,90/sFr 39,38

ISBN 978-3-593-51474-1

Erscheinungstermin / Sperrfrist: 18.08.2021

**Das Ende der Verführung ist eingeläutet und es gilt das Ich im Wir zu bedienen. Denn die digitale Netzwerkgesellschaft fordert einen neuen Umgang von Unternehmen mit Menschen: Teilhabe und Kollaboration sind die neuen Erfolgsfaktoren.**

Die Spielregeln der Unternehmens- und Markenführung haben sich mit der Entstehung digitaler Netzwerkgesellschaften radikal verändert. Das Sender-Empfänger-Prinzip hat ausgedient und darf nicht länger Struktur und Selbstverständnis von Unternehmen prägen. Die Menschen in den Mittelpunkt jeder Unternehmung zu stellen, ist unumgänglich und hat weitreichende Folgen. Erfolgsunternehmen wie Oatly, Peleton oder Lego zeigen, was es bedeutet, mit seinen Fellows gemeinsame Sache zu machen. Nur so entsteht das Zusammenspiel aus Ambition und Intention, von Mensch und Unternehmen, bei dem beide Seiten profitieren, wenn auch auf unterschiedliche Weise. Das Prinzip »Fellowship« geht weit über Purpose-Nebelkerzen oder kompensatorische New Work-Maßnahmen hinaus und fordert neue Führungs- und Denkweisen sowie Organisations- und Führungsstrukturen.

Soheil Dastyari beschreibt die Gegenseitigkeit zwischen Unternehmen und ihren Kunden und damit zwischen Mensch und Marke als die neue Währung für Erfolg. Im Mittelpunkt stehen dabei die Fellows, die wertvollen Nutzerinnen und Nutzer, die zugleich zu Teilhabern, Botschaftern und Mitgestaltern des Unternehmens werden. Sie als integralen Bestandteil an der Marken- und Produktsteuerung teilhaben zu lassen, wird künftig entscheidend sein. Wie sich das Fellowship-Prinzip auf die Unternehmensstrategien, die Organisationsstruktur und die Mitarbeiterführung auswirken muss, zeigt Dastyari anhand aktueller Best und Worst Practices. Er beschreibt anschaulich, wodurch Unternehmen in allen ihren Handlungsfeldern davon profitieren können: im Rahmen ihres Vertriebes, der Produktentwicklung, Kommunikation, Markenführung, Mitarbeiterführung, bei der Ausformung der Organisationsstruktur sowie der strategischen Unternehmensführung.

Eine Fellowship zwischen Mensch und Unternehmen zu kreieren und stetig weiterzuentwickeln ist künftige Voraussetzung für Erfolg in der digitalen Netzwerkgesellschaft. Soheil Dastyaris Buch liefert das notwendige Wissen und Handwerkszeug, um diese Unternehmens- und Markenführung der Zukunft erfolgreich umzusetzen.

### **Der Autor**

Soheil Dastyari gilt als einer der renommiertesten Medienmanager und Markenstrategen des Landes. Er hat internationale Top-Markenartikler und Technologie-Unternehmen beraten, war unter anderem Geschäftsführer des »Stern«, von »Capital« und »Business Punk« sowie Gründungs-CEO von Europas größtem Content-Communication-Unternehmen »Territory«.

### **Kontakt**

Margit Knauer, [knauer@campus.de](mailto:knauer@campus.de), 069 976 516-21

Inga Hoffmann, [hoffmann@campus.de](mailto:hoffmann@campus.de), 069 976 516-22