

AKTUELLE FRAGEN FÜR DEN MITTELSTAND



CHRISTIAN RAHN

Sparringspartner für Geschäftsführer und Unternehmer

Christian Rahn bewegt sich seit über 30 Jahren zwischen Marken, Märkten und Menschen. Er kennt Unternehmen aus Führungsrollen, Geschäftsführung und eigener Beratungspraxis.

WOFÜR ER STEHT

Christian Rahn spricht über Marketing, Vertrieb sowie über Führung und die Entscheidungen, die davor getroffen werden müssen. Im Mittelpunkt stehen Prioritäten, Verantwortung und wirtschaftliche Wirkung.

ERFAHRUNG UND MEDIENPRAXIS

30+ Jahre

Marketing, Vertrieb und Führung

35 Mio. Euro

Ergebnisverantwortung in der Geschäftsführung

seit 2015

Sparringspartner auf Geschäftsführungsebene

180+ Folgen

Host des Podcasts Mittelstand hautnah

LinkedIn Top Voice Marketing & Strategie 2024, 2025 und 2026

MÖGLICHE GESPRÄCHSTHEMEN

- 01 Warum Unternehmen ihre besten Leute mit KI schlechter machen können.
- 02 Marketing wird billiger. Gute Entscheidungen werden wertvoller.
- 03 Wer ständig kontrolliert, hat falsch entschieden.

Passt eines der Themen zu Ihrem Format?

Schwerpunkt und Fragestellung lassen sich auf Zielgruppe, Anlass und Format zuschneiden.

E-MAIL

christian@rahn.digital

MEDIENSEITE

[Redaktionen & Medien](#)

GESPRÄCHSTHEMEN

01 Warum Unternehmen ihre besten Leute mit KI schlechter machen können.

RELEVANZ

Viele Unternehmen führen KI als Produktivitätshebel ein. Kaum diskutiert wird, was mit Erfahrung und Urteilkraft passiert, wenn plausible Antworten das eigene Denken verdrängen.

KERNTHESE

KI kann starke Mitarbeiter besser machen. Sie kann ihre Qualität aber auch schleichend reduzieren, wenn Unterstützung zur Abkürzung für eigenes Denken wird.

FRAGEN

Wann verbessert KI Arbeit wirklich? · Wo beginnt die Delegation von Denken? · Was geschieht mit Erfahrungswissen?

02 Marketing wird billiger. Gute Entscheidungen werden wertvoller.

RELEVANZ

Texte, Bilder, Analysen und Kampagnenvarianten entstehen immer schneller und günstiger. Der Engpass verschiebt sich von Produktion zu Auswahl und Priorisierung.

KERNTHESE

Wenn Medienproduktion im Marketing kaum noch knapp ist, entscheidet die Qualität der Auswahl darüber, was Wirkung entfalten kann.

FRAGEN

Was verliert im Marketing an Wert? · Warum können mehr Optionen Entscheidungen verschlechtern? · Was gehört auf Geschäftsführungsebene?

03 Wer ständig kontrolliert, hat falsch entschieden.

RELEVANZ

Viele Unternehmen fordern Eigenverantwortung und erzeugen zugleich Freigabeschleifen, Rückversicherungen und Mikromanagement.

KERNTHESE

Dauernde Kontrolle entsteht häufig, weil Rollen, Erwartungen oder Entscheidungsgrenzen vorher nicht sauber geklärt wurden.

FRAGEN

Wann zeigt Kontrolle ein Führungsproblem? · Warum scheitert Delegation schon bei der Aufgabenverteilung? · Wie viel Abweichung muss Führung zulassen?

WEITERE GESPRÄCHSANLÄSSE

04 Erfahrungswissen verschwindet schneller, als Unternehmen glauben.

05 KI macht schlechtes Marketing nur schneller.

06 Mehr Daten führen nicht automatisch zu besseren Entscheidungen.

07 Marketing und Vertrieb müssen gemeinsam geführt werden.

Passt eines der Themen zu Ihrem Format?

Schwerpunkt und Fragestellung lassen sich auf Zielgruppe, Anlass und Format zuschneiden.

E-MAIL

christian@rahn.digital

MEDIENSEITE

[Redaktionen & Medien](#)