SPEAKERPROFIL 2026

KEYNOTE-SPEAKER · AUTOR · MENTOR

Dr. Wolfgang Frick

Vom Lager in den Vorstand. Und zurück.

Führung aus allen Etagen, die eigene Kündigung eingeschlossen. Für Publikum, das Führung nicht mehr aus PowerPoint hören will.

> *„Er hat den Mut, dort hinzuschauen, wo andere wegmoderieren. Er nennt Dinge beim Namen, auch wenn der Name unbequem ist."*
>
> HERMANN SCHERER · BUSINESS-EXPERTE, KEYNOTE-SPEAKER

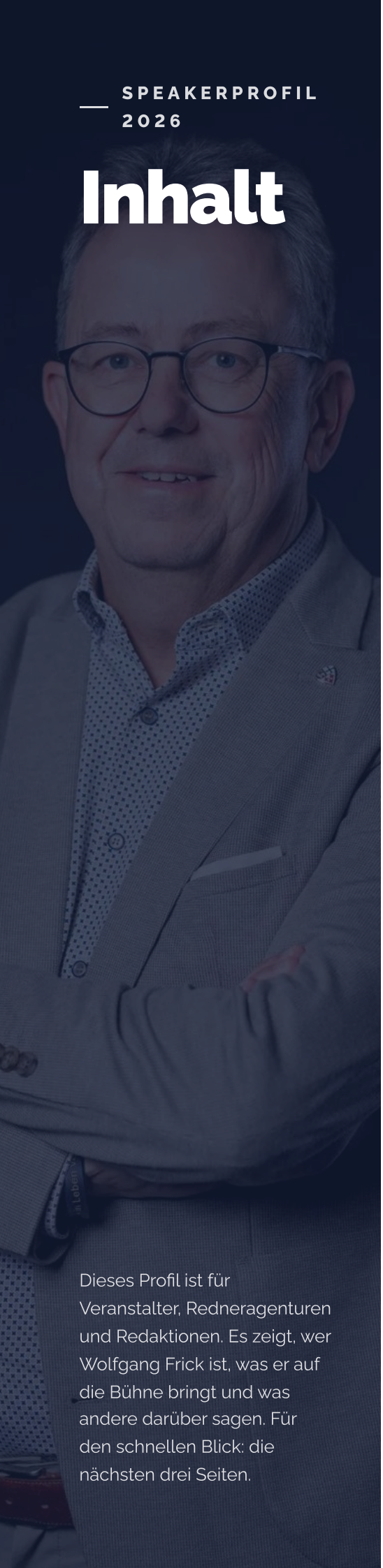
GOLD
GOLD Verlag Award
Frankfurter Buchmesse 2026, für „60 Shades of Führung"

111
Top 111 Public Speaker
im deutschsprachigen Raum 2026, Expertenportal

300
rund 300 Gäste
bei der Buchtaufe in Altach, laut Vorarlberger Nachrichten

SPEAKERPROFIL 2026

Inhalt



Dieses Profil ist für Veranstalter, Redneragenturen und Redaktionen. Es zeigt, wer Wolfgang Frick ist, was er auf die Bühne bringt und was andere darüber sagen. Für den schnellen Blick: die nächsten drei Seiten.

KAPITEL

Auf einen Blick 03
Kurz vorgestellt, in Zahlen, wofür er steht

01 Werdegang 06
Studium, Handel, Vorstand, Kündigung, Neustart

02 Speaking 11
Hauptkeynote, sieben weitere Keynotes, Formate, Q&A

03 Tour 2026 23
Frankfurt, Dresden, München, Altach und die nächsten Bühnen

04 Das Buch 32
60 Shades of Führung, Leseprobe und vier weitere Bücher

05 Mentoring und Raum für Weitblick 40
Personal Mentoring, Training, Seminarhaus auf 1.036 m, Club

06 Stimmen und Presse 45
Stimmen, Botschaften, Presse, Medien, Auszeichnungen

Kontakt 52
Anfrage, Telefon, QR-Codes



KURZ VORGESTELLT

Vom Lager in den Vorstand. Und zurück.

Dr. Wolfgang Frick hat Führung von unten nach oben erlebt: vom ersten Arbeitstag im Lager eines Discounters bis in den Vorstand für Einkauf und Marketing, mit 800 Millionen Franken Einkaufsvolumen und Verhandlungen mit den größten Lieferanten der Welt.

Und er kennt die andere Seite: die eigene Kündigung, nach der die Visitenkarte über Nacht Altpapier war. Aus beidem ist sein fünftes Buch entstanden, „60 Shades of Führung", ausgezeichnet mit dem GOLD Verlag Award.

Heute spricht er darüber, was Führung wirklich ausmacht. Mit Geschichten aus Vorstandszimmer, Verhandlungstisch und Kündigungsgespräch, mit feinem Humor und ohne Patentrezepte.

IN EINEM SATZ

Wolfgang Frick bringt Führungskräfte dazu, klarer zu entscheiden und menschlicher zu führen, weil er beides selbst erlebt hat: die Sonnen- und die Schattenseiten der Führung.

> **„Führung ist kein Titel. Führung ist eine Haltung."**
>
> WOLFGANG FRICK

IN ZAHLEN

Eine Karriere, nachgezählt.

30

Jahre Berufserfahrung
in Handel, Marketing und Führung, bis in den Vorstand

800

Mio. CHF Einkaufsvolumen
als Vorstand für Einkauf und Marketing verantwortet

9

Länder
in denen er Marken geführt hat, SPAR allein in fünf

54

Marken in der Sammlung
jede steht für eine Station, einen Auftrag oder ein Mandat

500

Mitarbeitergespräche
und mehr, die Grundlage der Keynote über Wertschätzung

5

Bücher
von „Patient Marke“ bis „60 Shades of Führung“

180

Learnings im neuen Buch
60 Kapitel mit je drei Learnings

111

Top Public Speaker
im deutschsprachigen Raum 2026, Expertenportal

> **„Führung: Viele verstehen etwas darunter. Ganz wenige etwas davon.“**
>
> WOLFGANG FRICK

WOFÜR ER STEHT

Die vier Disziplinen der Führung.

Aus seiner Praxis hat Wolfgang Frick vier Disziplinen herausgearbeitet, an denen Führung im Alltag gelingt oder scheitert. Sie ziehen sich durch alle Keynotes.

01

Zuhören

Wer führt, muss zuerst hören, was nicht gesagt wird.

02

Kommunizieren

Damit beim Empfänger ankommt, was der Sender gemeint hat.

03

Verhandeln

Optionen schlagen Argumente. Gelernt am Tisch mit den größten Lieferanten der Welt.

04

Entscheiden

Entscheidungen sind Wechselkurse. Den Kurs bestimmen wir selbst.

BELEGE

GOLD Verlag Award
Frankfurter Buchmesse 2026, für Inhalt und Vermarktung

rund 300 Gäste
bei der Buchtaufe in Altach, laut Vorarlberger Nachrichten

In den Medien
VN · VOL.AT · INTERNET WORLD · gsi.news · Ländle TV

Vizepräsident
Austrian Marketing Confederation

ZULETZT AUF DER BÜHNE

Frankfurter Buchmesse · Thalia Haus des Buches Dresden · BVMID München · Business-Club SCR Altach · Fritz Führungskreis · Experten-Kongress · Ultimate Business Fighting

> **„Wer berät, ohne je Mitarbeiter geführt, gekündigt oder bezahlt zu haben, predigt aus dem Hubschrauber."**
>
> WOLFGANG FRICK



01

Jede Etage von innen gesehen.

Zwei Studien, eine Promotion, 26 Jahre Handel, 14 Jahre Schweiz. Dann eine Kündigung innerhalb einer Stunde, und ein Neustart als Marke-ting-Sommelier, Autor und Speaker.

Zahlen und Wahrnehmung gleichzeitig lesen.

DER GRUNDSTEIN

Zwei Studien und eine Promotion

Wolfgang Frick entschied sich früh für eine doppelte Grundlage: Wirtschaftswissenschaften in Innsbruck, Kommunikationswissenschaften in Salzburg, dazu eine Promotion über die Lücke zwischen Selbstbild und Fremdbild von Marken. Diese Kombination erlaubt ihm, Zahlen und Wahrnehmung gleichzeitig zu lesen. Eine Fähigkeit, die seine gesamte Laufbahn prägt.

Davor lag schon eine andere Schule: Am 13. Juli 1983 begann er als Ferialarbeiter im Lager eines Discounters, 33 Schilling die Stunde. Ein Filialleiter, eine Kassiererin, ein Lagerist und er. Marke eins seiner Sammlung.

DER AUFSTIEG

Marken in neun Ländern

Seine ersten Berufsjahre verbrachte er im Vertrieb eines Wiener Kaffeeröstbetriebs. Dort baute er ein Hochpreissegment auf und vertrat das Unternehmen auf der wichtigsten Lebensmittelmesse Asiens.

Es folgten 26 Jahre im Handel: als Werbeleiter, als Marketingleiter International, der die Marke SPAR in fünf Ländern etablierte, und als Marketingchef eines Vorarlberger Familienunternehmens. Dort gestaltete er über tausend Produktverpackungen und verdoppelte die Werbeerinnerung der Marke.

DIE SPITZE

Vorstand in der Schweiz

Vierzehn Jahre führten ihn in die Schweiz, zuletzt als Vorstand für Einkauf und Marketing. Er verhandelte mit den größten Lieferanten der Welt und verantwortete Preis, Sortiment und Marke eines ganzen Landes.

Dort lernte er den Satz, der ihn bis heute begleitet: Entscheidungen sind Wechselkurse. Wer eine Option wählt, bezahlt sie mit allen anderen.



WAS ER DAVON MITBRINGT

Verhandlungen mit Weltkonzernen, Verantwortung für Hunderte Mitarbeiter und die Erfahrung, dass Führung auf jeder Etage anders aussieht.

Wenn die Visitenkarte Altpapier wird.

DER BRUCH

Eine Kündigung innerhalb einer Stunde

In seiner Zeit als Vorstand wandelt sich das Unternehmen vom Familienbetrieb zu einem börsennotierten Konzern. Mit dieser Wandlung kommt eine andere Kultur: weniger Mitarbeitergespräch, mehr Kennzahl; weniger Vertrauen, mehr Misstrauen. Am Ende steht ein 20. Mai 2020, und eine Kündigung, die keine Stunde dauert.

Den Schritt in die Selbstständigkeit nennt er „nicht ganz freiwillig". Und er ergänzt gern den Satz mit den Zitronen, die das Leben einem schenkt, und der Limonade, die man daraus macht.

DER NEUSTART

Diagnose statt Diät

Seit 2021 ist er selbstständig und arbeitet als Marketing-Sommelier. Er begleitet Marken bei Positionierung und Transformation: prüfen, riechen, schmecken und erst dann urteilen. Sein Credo lautet Diagnose statt Diät, denn wer nur Kosten kürzt, kuriert Symptome.

Der Begriff stammt aus seinem ersten Buch „Patient Marke" und ist als Wortmarke eingetragen. Ein Sommelier wählt nicht den teuersten Wein, sondern den passenden.

DIE BÜHNE

Menschen bewegen statt Marken

Nach über drei Jahrzehnten merkte er, dass er nicht nur Marken entwickeln, sondern Menschen bewegen will. Heute verbindet er Autor, Speaker und Mentor in einer Person. Er bringt kein theoretisches Wissen auf die Bühne, sondern Praxis aus allen Etagen.

2026 zählt ihn das Expertenportal zu den Top 111 Public Speakern im deutschsprachigen Raum. Im Oktober erscheint „60 Shades of Führung", die Inventur seines Berufslebens.

> **„Wir reifen mit den Entscheidungen, nicht mit den Jahren."**
>
> WOLFGANG FRICK



Jede Etage von innen gesehen.

1983
Erster Arbeitstag im Lager
Am 13. Juli, einen Tag nach der Beerdigung seiner Mutter, beginnt er im Lager eines Discounters. Hier beginnt seine Markensammlung.

1992
Zwei Studien
Wirtschaftswissenschaften in Innsbruck, Kommunikationswissenschaften in Salzburg.

1995
Promotion zum Dr. phil.
„Corporate Design als Identitätsstrategie", über die Lücke zwischen Selbst- und Fremdbild einer Marke.

1996
Leiter Werbung und Druckerei
Nationale Werbeplanung. 27 übernommene Märkte binnen einer Woche auf ein neues Design umgestellt.

1998
Marketingleiter International
Führt die Marke SPAR in fünf Ländern: Italien, Slowenien, Ungarn, Tschechien und Kroatien.

2001
Marketingleiter Backwaren
Marketing eines Familienunternehmens mit 250 Mio. Euro Umsatz. Die Werbeerinnerung der Marke verdoppelt sich.

2013
Vorstand Einkauf und Marketing
In der Schweiz verantwortlich für Preis, Sortiment und Marke: 800 Mio. CHF Einkaufsvolumen, Verhandlungen mit den größten Lieferanten der Welt.

2015
Autor
„Patient Marke" erscheint bei Haufe. Drei weitere Fachbücher folgen bis 2021.

2020
Die Visitenkarte wird Altpapier
Die Kündigung als Vorstand, innerhalb einer Stunde. Der Stoff, aus dem später „60 Shades of Führung" wird.

2021
Selbstständig als Marke-ting-Sommelier
Prüfen, riechen, schmecken und erst dann urteilen. Sein Credo: Diagnose statt Diät.

2026
Top 111 und GOLD Verlag Award
Zu den Top 111 Public Speakern gezählt. „60 Shades of Führung" wird auf der Frankfurter Buchmesse ausgezeichnet.



„Wir reifen mit den Entscheidungen, nicht mit den Jahren."

WOLFGANG FRICK

Außerdem: Vizepräsident der Austrian Marketing Confederation, Masterclass der Lee Strasberg Studios in New York, Gastgeber im Raum für Weitblick auf 1.036 m über dem Rheintal.

Eine Karriere in 54 Marken.

Vom ersten Arbeitstag im Discounter bis zum Raum für Weitblick: Jede dieser Marken steht für eine Station, einen Auftrag oder ein Mandat. „60 Shades of Führung" beginnt mit dieser Inventur, und jede der 60 Geschichten ist an eine Marke geknüpft, ohne Ross und Reiter zu nennen.



> **„Marken überleben Visitenkarten."**
>
> AUS DER LESEPROBE „DIE MARKENSAMMLUNG"



02

Geschichten, die hängen bleiben.

Keine Theorie aus der Beobachterrolle, sondern Praxis aus Vorstandszimmer, Verhandlungstisch und Kündigungsgespräch. Mit feinem Humor, klarer Haltung und Learnings für den nächsten Arbeitstag.

Drei Wege, ein Anspruch.

Wolfgang Fricks Keynotes bieten praxisorientierte Einblicke in Führung, Entscheidungsstärke, Verhandlung und Markenführung. Mit Geschichten aus drei Jahrzehnten Praxis und konkreten Handlungsansätzen bringt er Führungskräfte dazu, klarer zu entscheiden.



FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

Inspirierende Keynotes

Für Führungstagungen, Kongresse und Kundenevents. Eine erprobte Keynote, die trotzdem Ihren Tag kennt: Den Bezug zu Ihrem Anlass stellt Wolfgang Frick live her.



FÜR EVENTS

Motivierende Impulsvorträge

Frische Perspektiven für Verbandstagungen, Clubabende und Kundenevents: eine Geschichte, eine These, Learnings für den Alltag. Als Eröffnung, Abschluss oder Impuls nach dem Mittagessen.



FÜR UNTERNEHMEN

Interaktive Workshops

Teams üben, statt nur zuzuhören: praxisnahe Übungen zu Führung, Kommunikation und Verhandeln, maßgeschneidert auf Ihre Herausforderung. Inhouse oder im Raum für Weitblick auf 1.036 m.

AUF DEUTSCH UND ENGLISCH

Länge, Zuschnitt und Honorar bespricht Wolfgang Frick persönlich mit Ihnen. Auf Wunsch mit Lesung aus dem Buch und Signierstunde.

DIE HAUPTKEYNOTE

60 Shades of Führung

Mit kühlem Kopf durchs Feuer



Führungsmodelle ersetzen kein Rückgrat.

Ihre Führungskräfte kennen die Modelle. Im Alltag scheitert Führung an etwas anderem: an Vorgesetzten ohne Rückgrat, an toxischem Schweigen, an Entscheidungen, die liegen bleiben. Wolfgang Frick erzählt aus 60 Situationen, die er selbst erlebt hat, vom ersten Arbeitstag im Discounter bis zur eigenen Kündigung als Vorstand.

- Warum Mikromanagement die teuerste Form von Führung ist: Sie bezahlt zwei Gehälter für eine Entscheidung.
- Feiner Humor statt erhobenem Zeigefinger: Ihr Publikum erkennt sich in den Geschichten wieder.
- Drei Learnings pro Geschichte, wie im Buch: kurz, zugespitzt, sofort anwendbar.
- Auf Wunsch mit Lesung aus dem Buch und Signierstunde für Ihre Gäste.

WAS IHR PUBLIKUM MITNIMMT

Konkrete Learnings, wie man Warnsignale früh erkennt und nach einem Rückschlag wieder Tritt fasst.

> *„Es gibt nicht viele Referenten, die so gut auf den konkreten Fall eingehen und das Gehörte vom Vormittag gleich direkt einbringen."*
>
> MAG. KATHARINA FUCHS · FRITZ FÜHRUNGSKREIS

FORMAT	SPRACHE	ZUSCHNITT	LÄNGE UND HONORAR
Keynote, Impuls oder Lesung	Deutsch oder Englisch	Bezug zu Ihrem Anlass, live hergestellt	auf Anfrage, persönlich besprochen

Fünf Gedanken, die nachwirken.

1 **Führung ist kein Titel. Führung ist eine Haltung.**

In Haltung steckt Halt: „bis hierher und nicht weiter", ohne sich zu verbiegen. Und Halt geben, damit das Team vorankommt.

2 **Tempo ist nicht Führung.**

Wer schon lange aus dem Tunnel draußen ist, während das Team erst das Licht sieht, führt nicht, er läuft davon.

3 **Lob ist noch keine Wertschätzung.**

Schulterklopfen ist zu wenig. Gelebte Wertschätzung beginnt bei Augenkontakt und echten Fragen und führt zu Wertschöpfung.



4 **Mikromanagement ist die teuerste Form von Führung.**

Weil sie zwei Gehälter für eine Entscheidung bezahlt.

5 **Führung ist nie schwarz-weiß.**

„Sie ist manchmal peinlich, manchmal tut sie weh, aber sie ist immer menschlich." Darum geht es in 60 Schattierungen.

FÜR WEN

Das ganze Leben ist Führung: für den CEO auf dem heißen Stuhl ebenso wie für die Teamleiterin, den Vereinsobmann und alle, die sich selbst führen wollen.

STIMME

„Informativ, abwechslungsreich und unterhaltsam. Das Feedback der Teilnehmer war überaus positiv – es waren alle begeistert."

Mag. Katharina Fuchs, Fritz Führungskreis

VERTIEFUNG 01 · KEYNOTE

Entscheidungen sind Wechselkurse.

Jede Entscheidung ist ein Wechselkurs zwischen dem, was war, und dem, was werden soll. Aus 30 Jahren Berufserfahrung: Warum gute Entscheidungen nicht aus Daten, sondern aus Klarheit entstehen.



Auf Dauer kommt Nicht-Entscheiden teurer als Fehlentscheiden.

Bis zu 60.000 Entscheidungen treffen wir täglich. Trotzdem macht uns die tägliche Übung nicht zu Entscheidungsmeistern. Wolfgang Frick zeigt, warum Unternehmen Entscheidungsfäller brauchen statt Entscheidungsträger, und wie man Optionen sichtbar macht, bevor man sich festlegt.

IHR PUBLIKUM NIMMT MIT

- Fragen, die Optionen sichtbar machen, damit Entscheidungen schneller und gelassener fallen
- Warum Entscheiden heißt, auf etwas zu verzichten
- Wie man aus Fehlentscheidungen lernt, auch aus historischen

ZUM HÖREN · RADIOINTERVIEW, 21 MIN.

„Entscheiden heißt verzichten."

Mit einem Rat zum Mitnehmen: sich in den Lift stellen und bis zum vierten Stock entschieden haben. Interview mit Clemens Maria Pohlmann, auf wolfgang-frick.com/presse.

> **„Wir brauchen Entscheidungsfäller, keine Entscheidungsträger."**
>
> WOLFGANG FRICK · PASSEND DAZU SEIN BUCH „DIE NEUE LUST AM ENTSCHEIDEN"

VERTIEFUNG 02 · KEYNOTE

Wertschöpfung durch Wertschätzung.

Aus über 500 Mitarbeitergesprächen: Warum Wertschätzung keine weiche Tugend, sondern harte Wertschöpfung ist. Mit Beispielen aus dem Vorstandszimmer, von der Poststelle und vom Heiligen Nikolaus.



Mitarbeiter möchten gerührt werden, nicht geschüttelt.

Eine seiner Geschichten: Die Dame aus der Poststelle galt im Haus als humorlos. Wolfgang Frick fragte nach, hörte zu, nahm ihre Interessen ernst. Irgendwann backte sie dem Vorstand Weihnachtskekse, und das ganze Haus wunderte sich. So sieht gelebte Wertschätzung aus.

IHR PUBLIKUM NIMMT MIT

- Gesten der Wertschätzung, die im Alltag wirklich ankommen, statt Früchtekorb und Bike-Leasing
- Warum Lob allein zu wenig ist
- Mitarbeiter verbinden statt binden: Rituale und Symbole

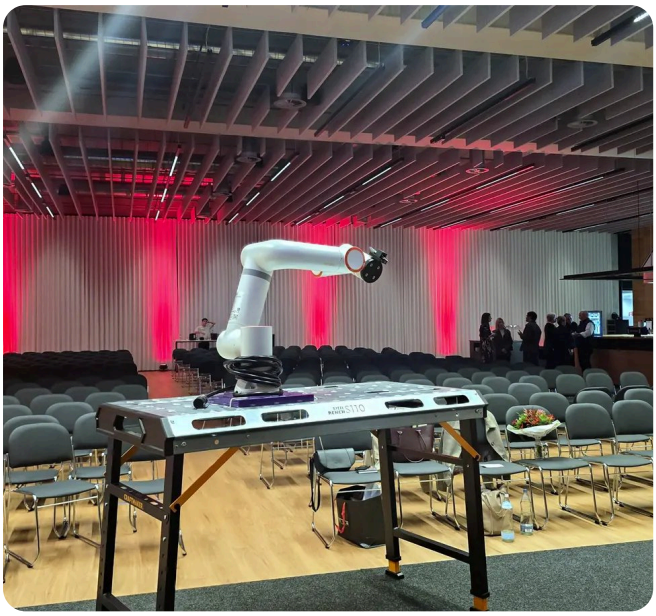
PASST BESONDERS ZU

Führungstagungen, HR- und Personalkongressen, Weihnachtsfeiern und dem 6. Dezember, Veranstaltungen zur Mitarbeiterbindung.

> **„Mitarbeiter binden? Das sind moderne Fußfesseln. Mitarbeiter verbinden!“**
>
> WOLFGANG FRICK

WEITERE KEYNOTES

Für KI-Zeit und Neustart.



KEYNOTE 03 · KI UND FÜHRUNG

Natürliche Intelligenz vor künstlicher

Warum Erfahrung nicht algorithmisch wird. Eine Haltung für das KI-Zeitalter: Wo KI tatsächlich Beschleuniger ist und wo sie zur gefährlichen Auskunftsstelle verkommt.

INHALTE

- Wo KI Marken hilft und wo sie Substanz nimmt
- Die drei Disziplinen natürlicher Intelligenz

THESE

Verantwortung unterschreibt keine KI.

Live gezeigt mit dem Roboterarm: Die Maschine schreibt die Widmung, der Mensch unterschreibt.

KEYNOTE 04 · BERUFLICHER NEUSTART

Skyfall mit Stil

Was passiert, wenn die Karriere fällt, und wie man mit Haltung landet. Wolfgang Frick kennt Kündigungen als Vorstand und als Gekündigter.

INHALTE

- Die 7 Phasen des Outplacements, die niemand vorher kennt: von der inneren Distanzierung bis zur inneren Stimme
- Re-Framing als Erfolgsrezept
- Der verdeckte Stellenmarkt: Mythos oder Methode?



WEITERE KEYNOTES

Für Marke und Handel.

05 **Marken brauchen Diagnose, nicht Diät**
MARKENFÜHRUNG

Wenn eine Marke schwächelt, folgt fast reflexhaft die Diät: Budget kürzen, Sortiment straffen, Auftritt aufhübschen. Nur behandelt das die Symptome, nicht die Ursache. Wolfgang Frick öffnet stattdessen die Krankenakte und zeigt, wie Sie den Zustand Ihrer Marke ehrlich befunden, statt sie schön zu hungern. Unbequem in der Analyse, konkret in der Therapie.

06 **Online ist schlagbar**
HANDEL

Das richtige Konzept und Ihr Laden läuft. Wie der stationäre Handel dem Online-Handel die Stirn bietet, ohne gegen Windmühlen zu kämpfen. Mit den Stärken des stationären Geschäftsmodells, Botschaften, die es nur stationär gibt, und ohne Angst vor Amazon, Zalando und Co.

07 **Markenführung im Umbruch**
HANDEL UND MARKE

Nutzen schaffen am Point of Sale. Warum Marken immer noch Marken sind, welche Thesen und Glaubenssätze helfen, was stationär besser kann als digital und wie man schnell und sicher entscheidet. Erfolgsrezepte und Antworten auf disruptive Veränderungen.







Ihre Herausforderung, seine Keynote.

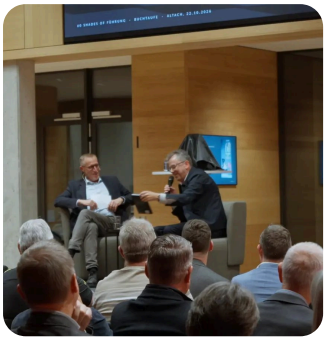
Nicht jede Herausforderung passt in eine Standardschublade. Auf Wunsch entsteht eine individuelle Keynote zu Führung, Markenführung, Marketing, Handel oder Kundenbegeisterung. Sie definieren die Fragestellung, Wolfgang Frick liefert Impulse, Praxisbeispiele und neue Perspektiven.

AUF ANFRAGE

FORMATE

Vier Wege auf Ihre Bühne.

Vom Kongress bis zum Clubabend, von der Führungstagung bis zur Buchhandlung.



Keynote

FÜHRUNGSTAGUNGEN, KONGRESSE, KUNDENEVENTS

Geschichten aus Vorstandszimmer, Verhandlungstisch und Kündigungsgespräch. Ihr Publikum geht mit Learnings für den nächsten Arbeitstag nach Hause.



Impuls

VERBANDSTAGUNGEN, CLUBABENDE

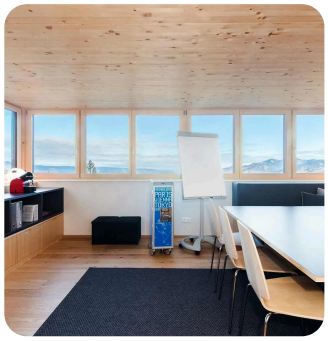
Der Kern der Keynote in kompakt: eine Geschichte, eine These, Learnings für den Alltag. Als Eröffnung, Abschluss oder nach dem Mittagessen.



Lesung

CLUBS, VERBÄNDE, BUCHHANDLUNGEN

Wolfgang Frick liest aus „60 Shades of Führung“ und erzählt die Geschichten hinter den Kapiteln. Mit Gespräch und Signierstunde, wie auf der Tour 2026.



Workshop

FÜHRUNGSTEAMS

Ihr Team übt, statt nur zuzuhören: Führung, Kommunikation und Verhandeln, maßgeschneidert. Inhouse oder im Raum für Weitblick auf 1.036 m.

FÜR VERANSTALTER

Was Sie bekommen.

Ihr Publikum hat schon viele Führungsvorträge gehört. Es braucht einen Redner, der Führung aus allen Etagen kennt.

1. Eine erprobte Keynote, die trotzdem Ihren Tag kennt: Die Geschichten sitzen, den Bezug zu Ihrem Anlass stellt Wolfgang Frick live her.
2. Geschichten aus Vorstandszimmer, Verhandlungstisch und Kündigungsgespräch, mit feinem Humor statt Patentrezepten und mit Werkzeugen für den nächsten Arbeitstag.
3. Kein Blindkauf: Showreel und Pitch-Video vorab ansehen, Länge, Zuschnitt und Honorar persönlich mit Wolfgang Frick besprechen.

SPRACHEN

Keynotes auf Deutsch und Englisch.

ANREISE

Aus Frastanz in Vorarlberg. Altenrhein, Friedrichshafen und Zürich liegen 50 bis 100 km entfernt.

NICHT GEEIGNET

wenn Sie einen reinen Unterhaltungsredner oder einen theoretischen Fachvortrag suchen.

Showreel ansehen

wolfgang-frick.com/speaker

Was Sie wissen möchten, und was er antwortet.

Was unterscheidet Sie von anderen Speakern?

„Ich spreche nicht aus der Beobachterrolle, sondern aus 30 Jahren Verantwortung. Meine Keynotes verbinden strategische Tiefe, persönliche Erfahrungen und feinen Humor. Ohne Patentrezepte, aber mit klarer Haltung und echtem Praxisbezug."

Was nehmen Teilnehmer konkret aus Ihren Vorträgen mit?

„Neue Perspektiven, konkrete Werkzeuge und Denkanstöße, die sich direkt auf den Berufsalltag übertragen lassen. Mein Ziel ist, Klarheit zu schaffen, eingefahrene Sichtweisen zu hinterfragen und Menschen ins Handeln zu bringen."

Wie sorgen Sie dafür, dass ein Vortrag nachhaltig wirkt?

„Durch Geschichten, klare Bilder und Gedanken, die im Gedächtnis bleiben. Nachhaltigkeit entsteht für mich dann, wenn eine Keynote noch Tage später Gespräche auslöst, Haltungen verändert oder zu einer anderen Entscheidung führt."

Warum sollten wir gerade Sie buchen?

„Wenn Sie keinen Vortrag von der Stange suchen. Jede Keynote wird auf den Anlass, das Unternehmen und das Publikum abgestimmt, damit das Thema nicht nur zur Agenda, sondern auch zu den Menschen im Raum passt. Sie bekommen keinen reinen Unterhaltungsredner und keinen theoretischen Fachvortrag, sondern einen erfahrenen Gesprächsöffner, der einer Veranstaltung einen Impuls gibt, der über den Tag hinaus trägt."



Bühnengespräch bei der Buchtaufe in Altach



FÜR VERANSTALTER

Gut zu wissen, bevor Sie anfragen.

Passt das zu unserem Publikum?

Das müssen Sie nicht blind entscheiden. Showreel und Pitch-Video zeigen, wie Wolfgang Frick auf der Bühne klingt. Im ersten Gespräch klären Sie Anlass, Publikum, Format und Zuschnitt.

Woher reist Wolfgang Frick an?

Aus Frastanz in Vorarlberg, im Dreiländereck von Österreich, Deutschland und der Schweiz. Die Flughäfen Altenrhein, Friedrichshafen und Zürich liegen 50 bis 100 Kilometer entfernt.

In welcher Sprache?

Keynotes gibt es auf Deutsch und Englisch.

Für wen ist das nicht geeignet?

Für Veranstalter, die einen reinen Unterhaltungsredner oder einen theoretischen Fachvortrag suchen. Wolfgang Frick erzählt aus der Praxis, mit feinem Humor und ohne Patentrezepte.

SO LÄUFT EINE ANFRAGE

1

Anfragen

Nennen Sie Datum, Ort und Publikum, per Telefon, Mail oder über wolfgang-frick.com.

2

Persönlich sprechen

Wolfgang Frick meldet sich selbst und bespricht Format, Länge, Honorar und Zuschnitt.

3

Auf die Bühne

Den Bezug zu Ihrem Anlass stellt er live her, auf Wunsch mit Lesung und Signierstunde.







KEIN BLINDKAUF

Hören Sie rein, bevor Sie buchen.

Beim Pitch-Format „Ultimate Business Fighting“ steht Wolfgang Frick allein vor Publikum und Jury. So klingt eine Keynote mit Humor, Haltung und Bildern, die hängen bleiben.

DIE JURY NACH DEM PITCH

„1a mit Sternchen. Nichts zu meckern, weitermachen.“

„Eine Marke, unglaublich grandios. Dein Humor ist der Wahnsinn.“

„Cleverer Humor, gute Bilder und ein großes Ego, das du selbst aufs Korn genommen hast.“

„‚Wenn die Visitenkarte plötzlich zu Altpapier wird‘ – was für ein grandioses Bild.“



EXPERTS TV · 13 MIN.
Live-Messetalk, Frankfurter Buchmesse



EXPERTEN-KONGRESS · 26 MIN.
Führen und Entscheiden, der ganze Vortrag



INTERVIEW · 10 MIN.
Entscheidungsfäller statt Entscheidungsträger



EXPERTS-TV · 8 MIN.
Marke schärfen: Der externe Blick verändert alles

ALLE VIDEOS AN EINEM ORT

Showreel, Pitch, der komplette Vortrag vom Experten-Kongress, Interviews und das Radiointerview finden Sie auf wolfgang-frick.com unter Speaker und Presse.

Showreel ansehen
wolfgang-frick.com/speaker



03

Zwei Wochen, vier Städte.

Ein Award auf der Frankfurter Buchmesse, ein Roboterarm, der Widmungen schreibt, und ein voller Saal zum Schluss. Die Tour zu „60 Shades of Führung“.

Frankfurt. Dresden. München. Altach.

Zwei Wochen, vier Städte, ein Award und ein voller Saal zum Schluss. Was seit der Frankfurter Buchmesse passiert ist.



FR 9. OKTOBER
Frankfurter Buchmesse

GOLD Verlag Award und Live-Messetalk

Buchvorstellung am Stand des GOLD Verlags, im Gespräch mit Heidi Bereuther für Experts TV. Ausgezeichnet für den Inhalt und für die kreative Vermarktung mit 14 Partnern.



MO 19. OKTOBER
Dresden · Star G Hotel und Thalia Haus des Buches

Erscheinungstag mit Roboterarm

Mittags „Triple B“ im Star G Hotel am Altmarkt, abends Lesung bei Thalia im Haus des Buches. Die Widmungen schreibt der Roboterarm live in Schreibschrift.



DI 20. OKTOBER
München · Star G Hotel Premium

BVMID Buch:Taufe

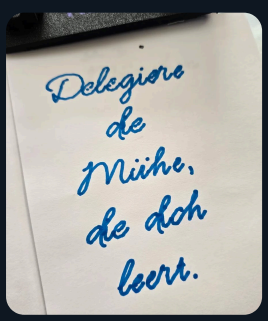
Abend der Bundesvereinigung Mittelstand in Deutschland mit Gespräch, Lesung und Verlosung, moderiert von Kajetan Brandstätter.



DO 22. OKTOBER
Altach · Business-Club SCR Altach

Die offizielle Buchtaufe

Rund 300 Gäste, Bühnengespräch mit Markus Pedot, Videogrüße von Mareike Helgert, Hermann Scherer und Maria Kaplan, Impuls von Afag Askerova.



MENSCH UND MASCHINE

Maschine schreibt, Mensch unterschreibt.

Auf der Tour schreibt ein Roboterarm die Widmungen in Schreibschrift, Wolfgang Frick unterschreibt darunter. Ein Bild, das hängen bleibt, und eine These: Verantwortung unterschreibt keine KI.

FR 9. OKTOBER · FRANKFURTER BUCHMESSE

GOLD Verlag Award und Live-Messetalk.



Live-Messetalk mit Heidi Bereuther für Experts TV am Stand des GOLD Verlags

Buchvorstellung am Stand des GOLD Verlags. Der Verlag zeichnet „60 Shades of Führung“ mit dem GOLD Verlag Award aus, für den Inhalt und für die kreative Vermarktung mit 14 Partnern. Auf der Messe schreibt der Roboterarm die ersten Widmungen.

> **„Der Award gehört auch meinen Partnern. Ein Buch über Führung lebt davon, dass man andere mitnimmt.“**
>
> WOLFGANG FRICK BEI GSI.NEWS

AUS DEM MESSETALK · 13 MIN.

- „Tempo ist nicht Führung.“
- „Wenn man ganz oben ist, ist die Luft dünn. Aber die Aussicht ist schön.“
- „Wer Einblick hat, versteht. Wer Durchblick hat, kann entscheiden. Aber wer Weitblick hat, weiß zu lenken.“
- „Handeln, bevor man gehandelt wird.“

Video ansehen:
wolfgang-frick.com/presse

MO 19. OKTOBER · DRESDEN

Erscheinungstag mit Roboterarm.

Mittags „Triple B“ im Star G Hotel am Altmarkt, abends Lesung bei Thalia im Haus des Buches. Der Roboterarm schreibt die Widmungen live in Schreibschrift, Wolfgang Frick unterschreibt darunter.



Lesung bei Thalia im Haus des Buches

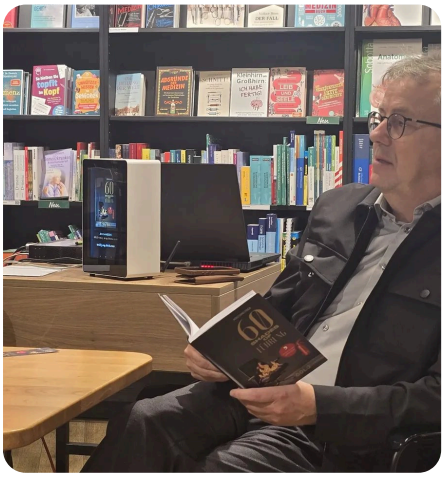


Im Gespräch mit dem Publikum


Danke, Thalia Dresden



Der Büchertisch







DI 20. OKTOBER · MÜNCHEN

BVMID Buch:Taufe.

Abend der Bundesvereinigung Mittelstand in Deutschland im Star G Hotel Premium: Gespräch, Lesung und Verlosung, moderiert von Kajetan Brandstätter. Der Roboterarm signiert auf der Bühne.



Publikum bei der BVMID Buch:Taufe in München



Gespräch auf der Bühne


Signieren mit dem Roboterarm

DO 22. OKTOBER · ALTACH

Getauft in Altach.



GÄSTE

300

Die offizielle Buchtaufe im Business-Club des SCR Altach. Die Paten Gabi Konzett und Mirko Scap enthüllten das Buch, Mister Saxr – Roni Haug spielte Saxophon, der Roboterarm schrieb Widmungen bis zum letzten Gast.

> *„Ein Abend im Zeichen moderner Führung“*
>
> VORARLBERGER NACHRICHTEN · 23. OKTOBER 2026

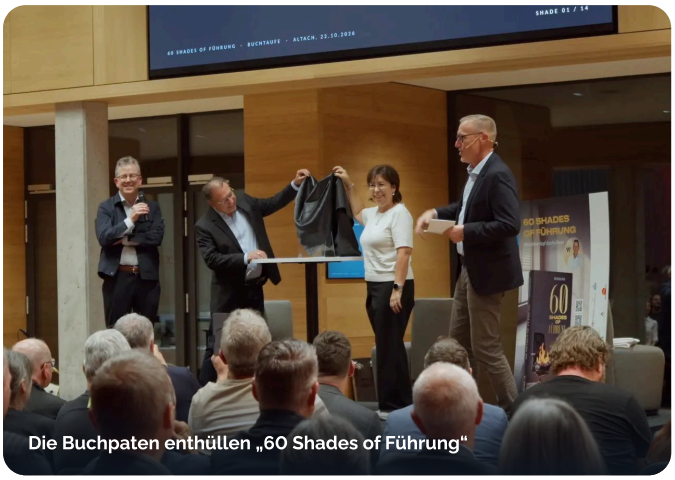
Bühnengespräch
mit Moderator Markus Pedot

Videogrüße
von Mareike Helgert, Hermann Scherer und Maria Kaplan

Impuls
von Afag Askerova, Coach für Positive Psychologie

> *„Rückgrat so elastisch wie ein Gardena-Schlauch“*
>
> WOLFGANG FRICK ÜBER MANAGER, DIE ER ERLEBT HAT · VN

Getauft. Nicht verkauft.


Die Buchpaten enthüllen „60 Shades of Führung“

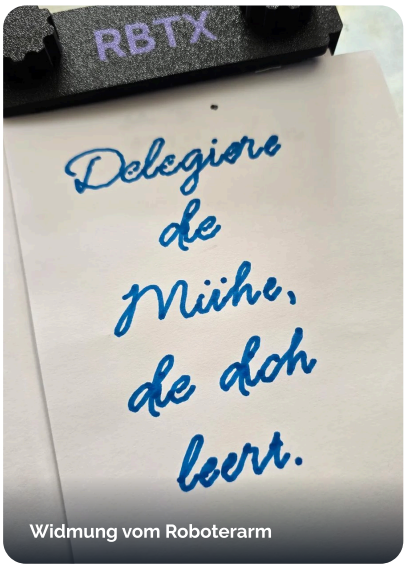

Applaus im vollen Saal


Bühnengespräch mit Markus Pedot


Vor dem Einlass im Business-Club



Taufurkunde, nummeriert



Widmung vom Roboterarm

DER ABEND

Check-in ab 18 Uhr, Beginn 19 Uhr. Wer ein Buch mitbrachte, bekam eine Widmung vom Roboterarm und die Unterschrift des Autors.

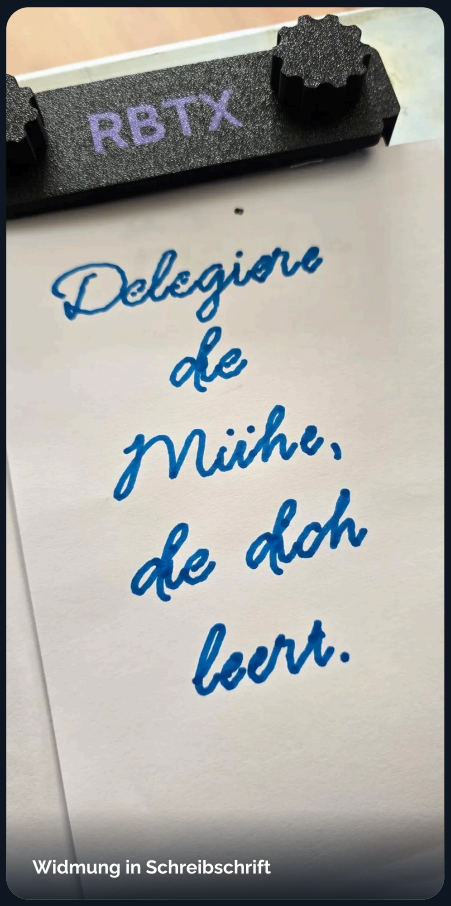
Es wird getauft. Nicht verkauft.

Maschine schreibt, Mensch unterschreibt.

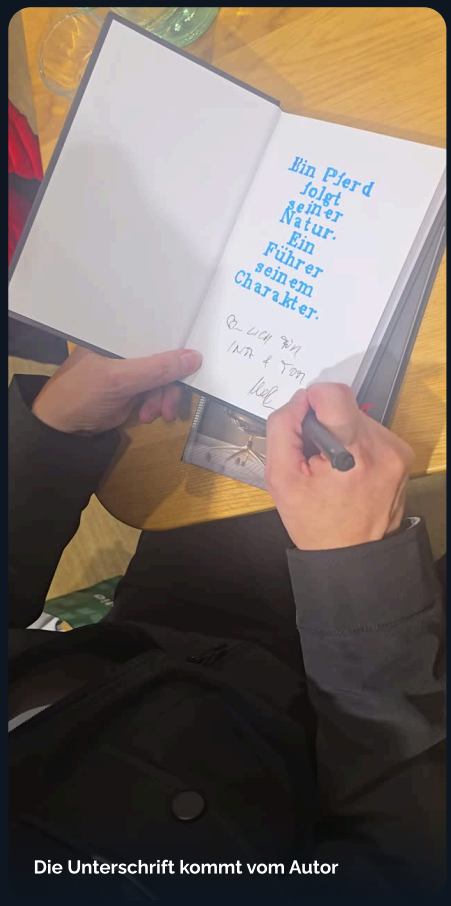
Auf der Tour schreibt ein Roboterarm die Widmungen in Schreibschrift, Wolfgang Frick unterschreibt darunter. Ein Bild, das hängen bleibt, und eine These, die in jede Diskussion über KI im Arbeitsalltag passt.



Der Roboterarm zeichnet das Siegel



Widmung in Schreibschrift



Die Unterschrift kommt vom Autor

> **„Verantwortung unterschreibt keine KI.“**
>
> THESE VON WOLFGANG FRICK

Was können wir an Maschinen delegieren und was nicht? In der Keynote „Natürliche Intelligenz vor künstlicher“ wird aus dem Bild eine Haltung: KI als Beschleuniger, Erfahrung und Verantwortung beim Menschen.

Die Tour geht weiter.

10.11. 2026

Buchpräsentation

Dubai

24.11. 2026

Führung in Zeiten von KI

Interaktive Lesung mit Roboterarm · OVAL – Die Bühne im EUROPARK, Salzburg · 19:30 Uhr

11.12. 2026

Erste Lesung auf Rädern

Weltpremiere: Die Ösi-Borussen fahren nach Dortmund

Lesung, Gespräch oder Keynote für Ihren Club, Verband oder Ihre Buchhandlung: Die Tour lässt sich um weitere Termine ergänzen.

PARTNER DER TOUR

Der GOLD Verlag hat auch die Vermarktung ausgezeichnet: „60 Shades of Führung" geht gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft, Hotellerie und Sport auf Tour.



Lesung in Altach



04

Mit kühlem Kopf durchs Feuer.

Sein fünftes Buch ist eine Inventur: 60 Situationen aus den Chefetagen, 180 Learnings, ausgezeichnet mit dem GOLD Verlag Award.



DAS NEUE BUCH · ERSCHIENEN AM 19. OKTOBER 2026

60 Shades of Führung

Führung ist kein Titel. Führung ist eine Haltung.

Wenn die Visitenkarte plötzlich Altpapier ist und der Kalender stumm wird, beginnt die ehrlichste Inventur eines Berufslebens. Ein Mutmachbuch ohne erhobenen Zeigefinger. Mit Augenkontakt, Augenzwinkern und einem Schuss Herzblut.

60
Kapitel aus den Chefetagen

3
Learnings am Ende jedes Kapitels

180
Lehrstücke aus erster Hand

GOLD VERLAG AWARD 2026

Ausgezeichnet auf der Frankfurter Buchmesse

für Inhalt und Lesefreundlichkeit und für die kreative Vermarktung mit 14 Partnern

„Gewürdigt wurde ein Mutmach-Buch, das mit pointierten Inhalten, hoher Lesefreundlichkeit und echtem Mehrwert überzeugt."

MAREIKE HELGERT · VERLAGSLEITERIN, GOLD VERLAG

DAS BUCH ZUR KEYNOTE

Auf Wunsch mit Lesung aus dem Buch und Signierstunde für Ihre Gäste.

Die 60 Geschichten sind der Stoff der Hauptkeynote. Wer sie auf der Bühne erlebt hat, kann sie im Buch nachlesen, mit drei Learnings pro Kapitel und drei leeren Zeilen für die eigenen Erkenntnisse.

Leseprobe und Bestellung
wolfgang-frick.com/buecher

VERLAG
GOLD Verlag, 2026

UMFANG
183 Seiten · 60 Kapitel

ISBN
978-3-912214-16-1

PREIS
€ 19,99 (D) · € 20,95 (AT) · CHF 29,90

ERHÄLTLICH
im Buchhandel, bei Thalia, Hugendubel und Amazon

WIE DAS BUCH ENTSTAND

60 Shades, nicht 50.

Die „50 Shades“ sind bekannter, gibt Wolfgang Frick zu. Zu seinem 60. Geburtstag schenkte er sich die 60. Das Wort Leadership findet er abgedroschen, in manchen Firmen gebe es so viele „Ships“, dass sie einen eigenen Hafen bräuchten. Also Führung, mit einem Augenzwinkern im Titel.

Es geht um Schattierungen. Führung ist nie schwarz-weiß: manchmal peinlich, manchmal schmerzhaft, aber immer menschlich. Die 60 Kapitel sind 60 Erlebnisse aus über 40 Jahren, seit dem ersten Arbeitstag am 13. Juli 1983. Jede Geschichte ist an eine Marke aus seiner Sammlung geknüpft, ohne Ross und Reiter zu nennen.

Lesefreundlich ist das Buch, weil jedes Kapitel mit drei Learnings endet: Was war mein Beitrag zum Gelingen oder Misslingen, was habe ich daraus gelernt? Darunter folgen drei leere Zeilen für die eigenen Erkenntnisse. So wird aus dem Buch ein Mutmach-Arbeitsbuch.

Und weil das ganze Leben Führung ist, richtet es sich an den CEO auf dem heißen Stuhl ebenso wie an die Teamleiterin, den Vereinsobmann oder Eltern. Es geht sogar ein wenig um Fußball.

GOLD VERLAG AWARD 2026 · FRANKFURTER BUCHMESSE

„Im Rahmen der Frankfurter Buchmesse zeichnete der GOLD Verlag das Buch ‚60 Shades of Führung‘ mit dem GOLD Verlag Award aus. Gewürdigt wurde ein Mutmach-Buch, das mit pointierten Inhalten, hoher Lesefreundlichkeit und echtem Mehrwert überzeugt: 60 Schattierungen des Führungsalltags mit jeweils drei konkreten Learnings. Ebenso ausgezeichnet wurde die außergewöhnlich kreative Vermarktung, die Frick gemeinsam mit 14 Kooperationspartnern umsetzt.“

MAREIKE HELGERT · VERLAGSLEITERIN, GOLD VERLAG

ZUM BUCH

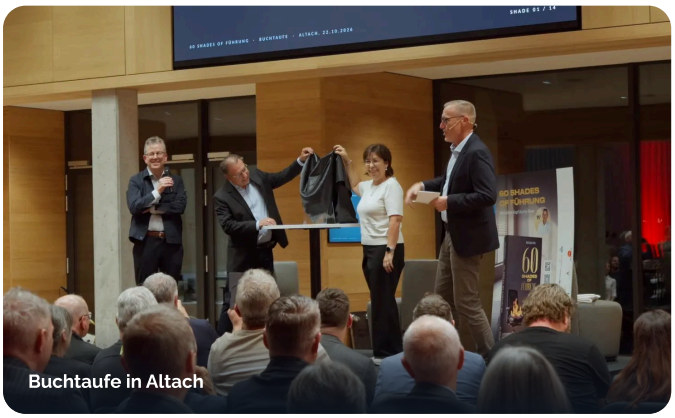
„Das Buch gefällt mir sehr gut – inhaltlich, aber auch von der Aufmachung und Lesefreundlichkeit. Danke, dass ich daran mitwirken durfte!“

Daniel Detambel

IN DER PRESSE

„Wolfgang Fricks neue Pflichtlektüre für Führungskräfte“

VOL.AT, 27. Oktober 2026



Buchtaufe in Altach



Der Büchertisch in Dresden

Anleitung statt Einleitung.

Wie dieses Buch zu lesen ist.

Dieses Buch ist keine Lehrbuchsammlung und keine Beraterfibel. Es ist eine Inventur. Sechzig Kapitel sind zugleich sechzig Stationen aus einem Berufsleben, in dem Marken gehütet, Mitarbeiter geführt, Lieferanten verhandelt und gelegentlich Visitenkarten verloren wurden. Das ganze Leben ist Führung: Egal ob Sie sich selbst führen, Ihre Kinder erziehen, einen Verein leiten oder Theater spielen – alles eine Frage der Führung.

Jedes Kapitel endet mit drei Learnings – bewusst kurz, bewusst zugespitzt, bewusst ohne Anspruch auf wissenschaftliche Vollständigkeit. Das ist Absicht: Wem die Praxis wichtig ist, der braucht keine Fußnoten, sondern Anstöße. Sie können das Buch von vorne nach hinten lesen, in der Markensammlung beginnen oder bei einem Kapitel einsteigen, dessen Titel Sie anspricht. Die Reihenfolge ist eine Empfehlung, kein Befehl. Empfehlungen sind das Lieblingsformat dieses Hauses.

Wo es um Personen geht, sind Namen, Orte und Details verfremdet. Wer sich wiedererkennt, kennt sich besser, als der Autor ihn kannte. Die Eindrücke sind echt, die Wirklichkeit ist literarisiert. Beides ist erlaubt, beides ist verantwortet.

Lesen Sie mit der Geduld eines Sommeliers, der einen Wein verkostet, ohne ihn vorher gegoogelt zu haben.

Manche Kapitel schmecken besser am zweiten Tag. Manche entwickeln ihren Geschmack erst im nächsten Lebensabschnitt. Beides ist gut.



> **„Manche Kapitel schmecken besser am zweiten Tag.“**
>
> AUS „60 SHADES OF FÜHRUNG“, GOLD VERLAG 2026

Die Markensammlung.

Prägend für jeden Lebens-Lauf ist das Elternhaus. Als jüngstes von neun Kindern – ich behaupte immer, ich sei das einzige Wunschkind (man hätte sich gewünscht, er käme nicht mehr) – war die Kindheit nicht immer so unbeschwert wie erwartet. Mein Vater starb, als ich fünf war. Ich kannte ihn kaum, heute erinnert mich mein Vermerk in einem Buch an ihn: „Dieses Märchenbuch wollte mir mein Vater zu Weihnachten schenken, er ist aber im Juni gestorben."

Trotz schwieriger Umstände versuchte meine Mama alles für mich. Mit zwölf Jahren das erste Mal weg von zu Hause. „Du gehst in die Skiwoche", so der Tenor meiner Mutter. Der Elternverein gab uns noch ein paar hundert Schilling dazu – wir konnten es uns nicht leisten. Mit einem Ski vom Flohmarkt für 20 Schilling und Skischuhen von einem sehr guten Freund (er war Skirennläufer) war die Mischung perfekt. Der Schuh war besser als der Ski und in Kombination mit mir eine Katastrophe. Die Bindung brach und ich verbrachte die Woche mit Warten auf die Reparatur.

Das Warten wurde durch eine Hiobsbotschaft von zu Hause getrübt: Mein in den USA lebender Bruder wurde mit 28 Jahren bei einem Autounfall so schwer verletzt, dass er gerade noch überlebte – mit einem Lungenflügel weniger.

Mein erstes Fahrrad bekam ich mit 14 – auch vom Flohmarkt. Ein knallgelbes 3-Gang-Teil mit Jopper-Lenkung. Ich fuhr wirklich Flöhe spazieren. Alt und rostig – aber mein ganzer Stolz.

Meine Mutter starb, als ich sechzehn war. Die Mama war's – was braucht es der Worte mehr.

Es gibt eine Frage, die jeder Erwachsene irgendwann gestellt bekommt, ohne sich darauf vorzubereiten: „Wofür stehst du?" Wer in der Markenführung arbeitet, hat eine Antwort parat. Wer in der Markenführung lange gearbeitet hat, weiß, dass Antworten Marken sind und Marken Antworten.

Bevor wir in die sechzig Schattenseiten der Führung eintauchen, lege ich an dieser Stelle meine Markensammlung offen. Sie ist eine Inventur ohne Steuerberater, eine Aufzählung ohne Eitelkeit und gleichzeitig der einzige Lebenslauf, der sich in einer Vitrine ausstellen ließe.

Marke eins bis fünfzehn.

Die Sammlung beginnt am 13. Juli 1983. Ein Tag nach der Beerdigung meiner Mutter. Discounter, Bezirksstadt im westösterreichischen Alpenraum, 33 Schilling die Stunde – heute knapp zweieinhalb Euro. Eine flache Hierarchie nicht aus Überzeugung, sondern aus Kostengründen: ein Filialleiter, eine Kassiererin, ein Lagerist und ich. Der Filialleiter trug schwarze Lederturnschuhe, das war damals avantgardistisch. Marke eins.

Marke zwei war eine chemische Reinigung. Bügeldampf, Hektik vor dem Wochenende, weiße Blusen mit der Geschichte des Wochenanfangs. Hier lernte ich, dass Service in Sekunden gemessen wird – nicht in Minuten, nicht in Stunden, sondern in Sekunden am Tresen.

Marke dreizehn ist die wichtigste, weil sie die längste war: ein eidgenössischer Discounter, den ich als Vorstand für Einkauf und Marketing insgesamt vierzehn Jahre prägte. In dieser Zeit ist die Marke von einem Familienbetrieb zu einem börsennotierten Konzerngebilde mutiert. Mit dieser Mutation kam eine andere Kultur: weniger Kultur, mehr KPI; weniger Mitarbeitergespräch, mehr Performance-Indikator; weniger Vertrauen, mehr Misstrauen. Aus einer Marke wurden Kulturen. Aus Kulturen wurden Konflikte. Aus Konflikten wurde am Ende ein 20. Mai 2020.

Marke fünfzehn war keine Marke im klassischen Sinn, sondern eine Selbstgründung: die eingetragene Wortmarke. Ein Sommelier wählt nicht den teuersten Wein, sondern den passenden. Er kennt das Wesentliche, ohne alles zu kennen. Er empfiehlt, ohne sich aufzudrängen.

DREI BEOBACHTUNGEN AUS DER SAMMLUNG

Marken überleben Visitenkarten.

Wer eine Visitenkarte verliert, verliert ein Etikett. Wer eine Marke pflegt, verliert nichts, was sich nicht wiedergewinnen ließe.

Marken sind Verhalten.

Ein Logo, das nicht durch Mitarbeiterverhalten gestützt wird, reduziert sich auf Druckkosten.

Marken sind Wege.

Wer eine Marke linear führt, verliert sie an die Realität. Wer sie als Weg begreift, kann Umwege einplanen.

VIER WEITERE BÜCHER

Marke, Handel und Entscheiden.



HAUFE · 3. AUFLAGE

Patient Marke

Kunstfehler im Marke-ting

Zurück zum gesunden Markenverständnis. Provokant und pointiert seziert der Autor die häufigsten Kunstfehler und hilft, Ihre Marke wieder fit zu machen. Ziehen Sie Gewinn aus Missgeschicken anderer, stärken Sie den Markenkern und machen Sie Ihre Marke krisenresistent. Mit der Kernbedeutung von Marke-ting, dem direkten Weg zum Kunden, zehn nachvollziehbaren Thesen und dem Kapitel „Big Data – Big Confusion".

Im Buchhandel, bei Amazon und Thalia, als E-Book bei Kindle und Apple Books.



HANDEL

Online ist schlagbar

Das richtige Konzept und Ihr Laden läuft

Der Onlinehandel hat Schwächen, davon ist Wolfgang Frick überzeugt. Mit praxiserprobten Strategien zeigt er, warum positive Kundenerfahrungen im stationären Handel entscheidend sind. Themen sind Kundengewinnung und -bindung, Einkaufserlebnis, Warenpräsentation, die Grenzen von Big Data, die Verbindung von Online und Offline sowie die Zukunft des Handels bis 2030.

Im Buchhandel, bei Amazon und Thalia, als E-Book bei Kindle und Apple Books.

VIER WEITERE BÜCHER

Kompakt und praxisnah.



ENTSCHEIDEN

Die neue Lust am Entscheiden

Erfolgsrezepte gegen die Qual der Wahl

Nie zuvor bot das Leben mehr Auswahl, bis zu 60.000 Entscheidungen müssen wir täglich treffen. Mit spitzer Feder geschriebene, erfrischende Denkanstöße: historische Fehlentscheidungen, unproduktive Entscheidungsmuster und praktische Entscheidungshilfen, die Sie privat und beruflich auf Kurs halten. Warum die tägliche Übung trotzdem keine Entscheidungsmeister aus uns macht und was Sie aus fatalen Fehlentscheidungen lernen können.

Im Buchhandel, bei Amazon und Thalia, als E-Book bei Kindle und Apple Books.



HAUFE TASCHENGUIDE

Markenführung im Umbruch

Nutzen schaffen am Point of Sale

Welche Faktoren machen starke Marken dauerhaft erfolgreich? Welche Überzeugungen tragen zu nachhaltiger Markenführung bei? Und wo liegen die echten Stärken des stationären Handels im Vergleich zur digitalen Welt? Der kompakte TaschenGuide liefert Antworten und praxisnahe Orientierung für Unternehmer, Marketingverantwortliche und den stationären Einzelhandel, anschaulich gestaltet und pointiert illustriert.

Im Buchhandel, bei Amazon und Thalia, als E-Book bei Kindle und Apple Books.



05

Weitblick auf 1.036 m.

Neben der Bühne begleitet Wolfgang Frick Führungskräfte im Mentoring, trainiert Teams und lädt in den Raum für Weitblick über dem Rheintal, mit Fernsicht bis zum Bodensee.

Maßgeschneidert für Führungskräfte.

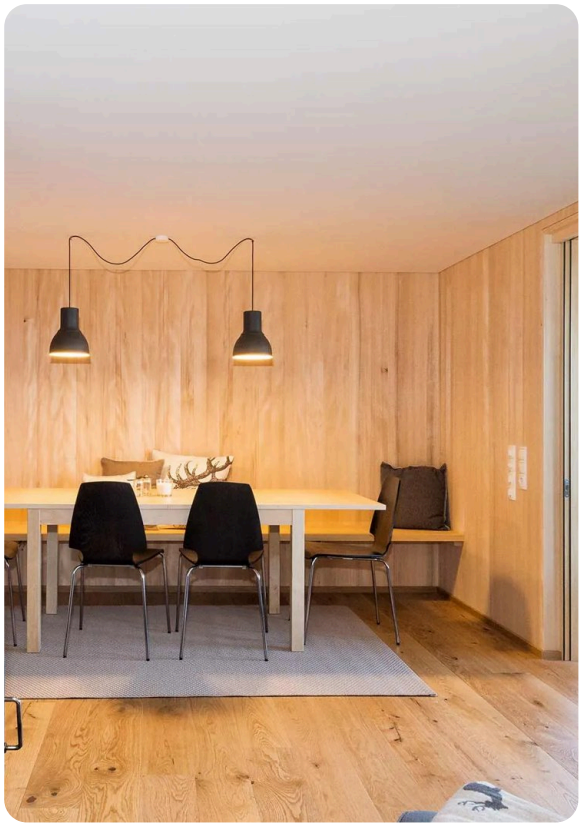
1 **Führungskräfte-Training**
Vom Verwalter zum Gestalter

2 **Entscheiden und Verhandeln**
Optionen schlagen Argumente

3 **Outplacement**
Wenn die Visitenkarte Altpapier wird

4 **Re-Framing**
Wer Marken und Mitarbeiter neu denken will, muss zuerst den eigenen Rahmen erkennen

5 **Der Marke-ting-Sommelier**
Markenführung wie ein Sommelier: degustieren, empfehlen, verantworten



PERSONAL MENTORING 1:1

Der Tag, an dem Sie sich selbst zuhören.

Ein 1:1-Tag auf 1.036 m, exklusiv für Sie. Sie legen den Fokus auf Themen, die Ihnen seit Monaten im Kopf liegen, und sortieren sie in einer geschützten Umgebung. Kein Workshop, keine Gruppe: ein Mentor, ein Klient, ein Ziel. Klarheit.

FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

Sicherer entscheiden und verhandeln, mit Werkzeugen vom Tisch mit den größten Lieferanten der Welt.

NACH EINER TRENNUNG

Orientierung statt Schockstarre: die sieben Phasen kennen, bevor man mittendrin steckt.

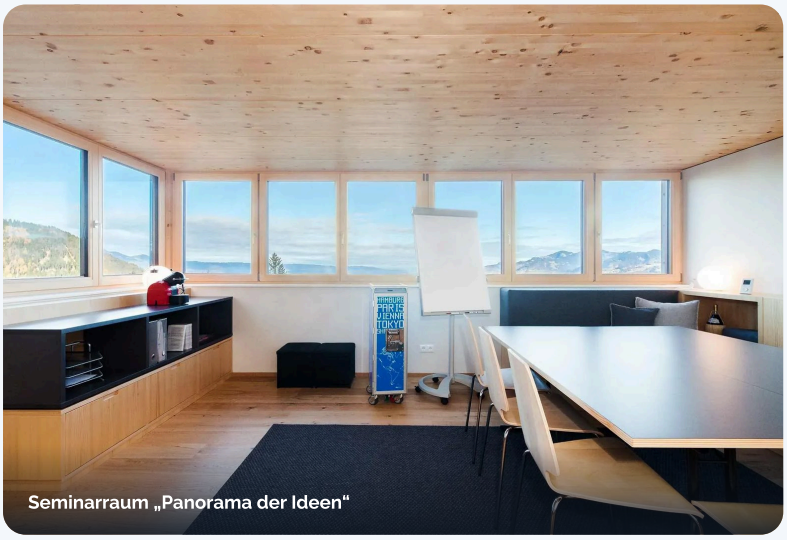
FÜR UNTERNEHMEN UND HR

Ein anständiges Outplacement ohne abgebrannte Brücken, beraten von Ex-Vorstand zu Vorstand.

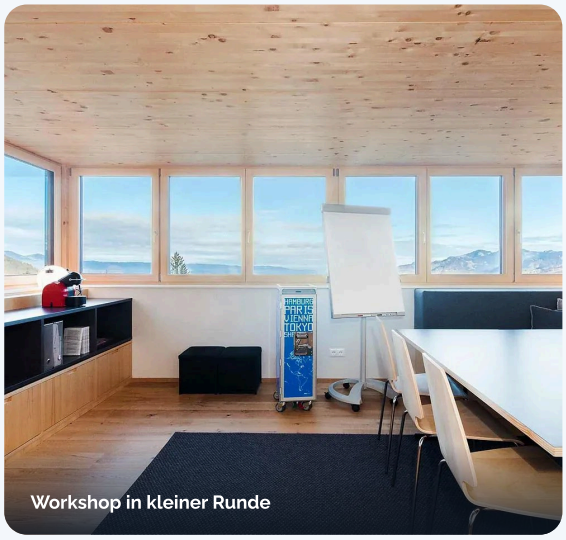
Fünf Themen, ein Ziel: gestalten.

Wolfgang Frick bietet regelmäßig Präsenzworkshops zu Führung, Teamdynamik und Change Management an, inhouse oder im Seminarhaus Raum für Weitblick, abseits der Hektik des Führungsalltags. In kleiner Runde, für gezielte Reflexion und persönliche Weiterentwicklung.

Marke-ting	Den verdichteten Ausdruck der unternehmerischen Spitzenleistung auf den Punkt bringen: Was ist die One-Word-Equity, wo differenziert sich die Marke vom Mitbewerber und wie entsteht eine Sogwirkung?
Employer Branding	Mitarbeiter-VER-bindung statt Mitarbeiterbindung, durch Rituale und Symbole. Und der ESP statt USP: Warum sollten Menschen bei Ihnen arbeiten, jenseits von Früchtekorb und Bike-Leasing?
Kommunikation	Für den studierten Publizisten und Kommunikationswissenschaftler ein Heimspiel: Wie gelingt Kommunikation, die beim Empfänger das auslöst, was der Sender gemeint hat?
Führung	Wertschöpfung durch Wertschätzung und der situative Führungsstil. FührungsKRAFT mit LeidenSCHAFT, nicht die Leiden schafft.
Personal Branding	Wie ein CEO zur Marken-Persönlichkeit reift, wo die Extra-Meile liegt und welche Symbole und Rituale es dafür braucht.



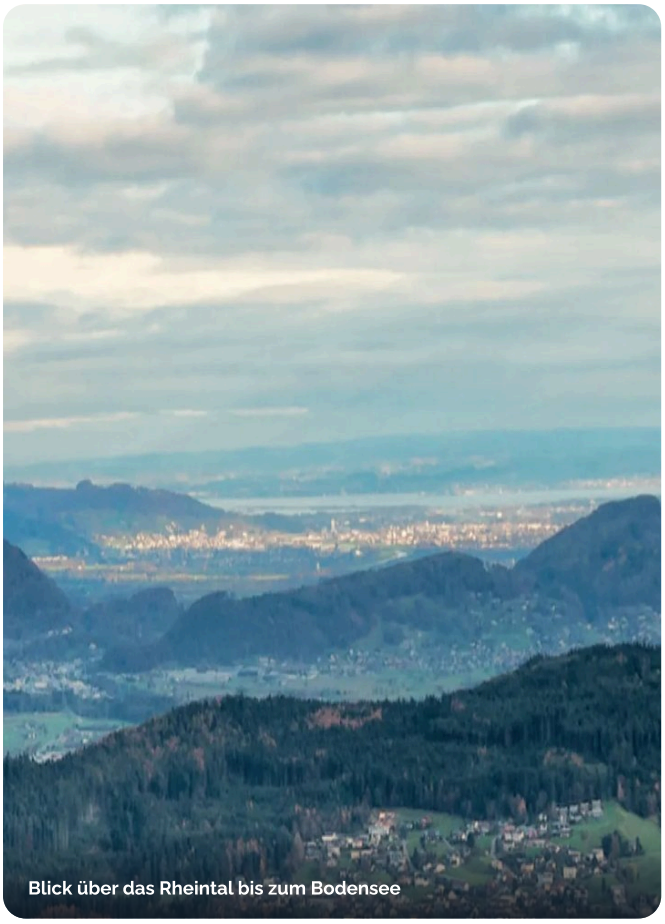
Seminarraum „Panorama der Ideen“



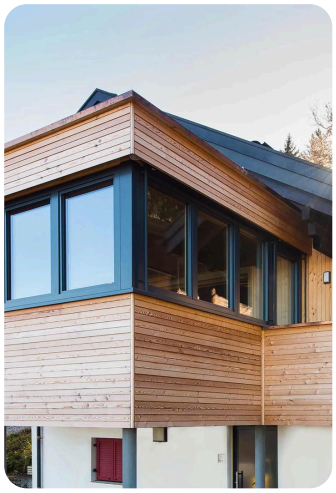
Workshop in kleiner Runde

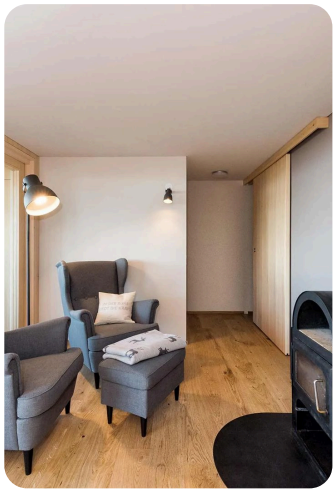
Klausur über dem Nebelmeer.

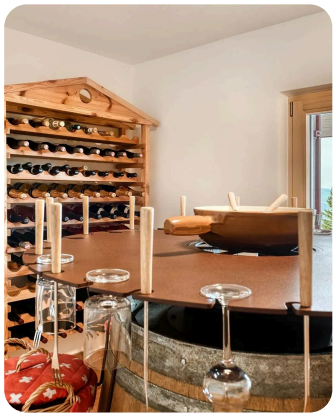
Das Seminarhaus auf 1.036 m für Klausuren, Workshops und Mentoring mit 8 bis 12 Personen. Fernsicht bis zum Bodensee inklusive, Catering auf Wunsch organisiert.

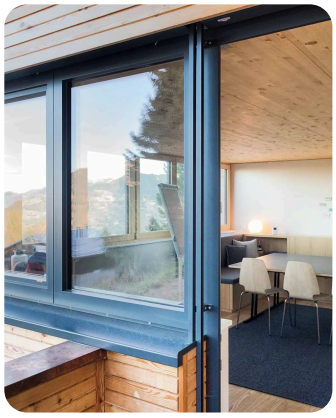


Blick über das Rheintal bis zum Bodensee









AUSSTATTUNG

- Curved TV und Apple TV
- Beamer
- Video-Konferenz
- Flipchart und Magnetwand
- Moderatorenkoffer
- WLAN
- Heiß- und Kaltgetränke
- Bücher, Hörbücher, E-Books
- Seminarunterlagen
- Parkplätze am Haus
- Küche für Kochen auf höchstem Niveau
- Ruhige Höhenlage über dem Nebelmeer

ANREISE

- **Auto:** Bazora 38, 6820 Frastanz, kostenlose Parkplätze
- **Zug:** ab Bregenz mit der S1 in 50 Minuten nach Frastanz
- **Bus:** ab Bahnhof Frastanz mit der Linie 74 nach Gurtis
- **Flug:** Altenrhein 50 km, Friedrichshafen 80 km, Zürich 100 km

AUS DER TOUR ENTSTANDEN

Club der kühlen Köpfe.

Aus der Lesereise zu „60 Shades of Führung“ ist etwas Neues entstanden: Einmal im Monat treffen sich Menschen, die führen, geführt werden oder einfach klarer denken wollen. 90 Minuten, ein echtes Dilemma, ehrliche Erfahrungen und konkrete nächste Schritte. Ohne Präsentationsfolien.

01

Echte Dilemmata

Keine Fallstudien aus dem Lehrbuch, sondern Fragen, die Menschen gerade wirklich beschäftigen.

02

Ehrliche Erfahrungen

Wolfgang Frick bringt seine Praxis vom Lager bis in den Vorstand ein, die Teilnehmer ihre eigene Sicht.

03

Konkrete nächste Schritte

Jeder geht mit einem klaren Gedanken für die eigene Entscheidung nach Hause.



Rhythmus
einmal im Monat, 90 Minuten

Ort
auf der Bazora oder online

Für wen
offen für alle, mit oder ohne Führungstitel

Kühler Kopf.
Weiter Blick.



06

Andere sagen es besser.

Was Hermann Scherer, Veranstalter, ehemalige Weggefährten aus dem Handel, Jurys und Redaktionen über Wolfgang Frick sagen und schreiben.

Was andere über ihn sagen.

„Was ich an Wolfgang besonders mag: **Er schont niemanden – am allerwenigsten sich selbst.** Er hat den Mut, dort hinzuschauen, wo andere wegmoderieren. Er nennt Dinge beim Namen, auch wenn der Name unbequem ist. Und er tut es mit einer Leichtigkeit, die nur entsteht, wenn jemand vom Lager bis zum Vorstand wirklich jede Etage von innen gesehen hat. Wer Führung nur aus PowerPoint kennt, moderiert und schreibt anders. **Wer sie aus Montagmorgen, Inventur, Krisensitzung und Kündigungsgespräch kennt, unterhält so wie er.**“

Hermann Scherer
Business-Experte, Keynote-Speaker

ZUM AUFTRITT

„Das war wirklich exzellent. Es gibt nicht viele Referenten, die so gut auf den konkreten Fall eingehen und das Gehörte vom Vormittag gleich direkt einbringen. Informativ, abwechslungsreich und unterhaltsam. Das Feedback der Teilnehmer war überaus positiv.“

Mag. Katharina Fuchs
Moderatorin, Fritz Führungskreis

ALS REFERENT

„Wolfgang Frick verfügt über ein hervorragendes Fach- und Managementwissen, verbunden mit einer überdurchschnittlichen Erfahrung. Seine feine Rhetorik macht ihn zu einem hervorragenden Referenten, der die Zuhörer mitreißt.“

Stefan Leuthold
ehem. VR-Präsident, CEO und Eigentümer der SPAR-Gruppe Schweiz

ZUM HANDEL

„Wolfgang Frick liefert überzeugende Argumente für den künftigen Erfolg des Einzelhandels.“

Tobias Wasmuth
Managing Director, SPAR International

ZUM BUCH

„Das Buch gefällt mir sehr gut – inhaltlich, aber auch von der Aufmachung und Lesefreundlichkeit.“

Daniel Detambel
hat an „60 Shades of Führung“ mitgewirkt

JURY · PITCH BEI „ULTIMATE BUSINESS FIGHTING“

„1a mit Sternchen. Nichts zu meckern, weitermachen.“

„Cleverer Humor, gute Bilder und ein großes Ego, das du selbst aufs Korn genommen hast.“

„Eine Marke, unglaublich grandios. Dein Humor ist der Wahnsinn.“

„‚Wenn die Visitenkarte plötzlich zu Altpapier wird‘ – was für ein grandioses Bild.“

Sätze, die hängen bleiben.

„Mikromanagement ist die teuerste Form von Führung, weil sie zwei Gehälter für eine Entscheidung bezahlt.“

„You can never e-mail a handshake.“

„Lieber GROSSzügig als KLEINlangsam.“

„Führungskraft mit Leidenschaft oder Führungskraft, die Leiden schafft.“

„Mitarbeiter möchten gerührt werden, nicht geschüttelt.“

„Auf Dauer kommt Nicht-Entscheiden teurer als Fehlentscheiden.“

„Mitarbeiter binden? Das sind moderne Fußfesseln. Mitarbeiter verbinden!“

„Wahre Größe entscheidet sich in Kleinigkeiten.“

„Entscheidungen sind Wechselkurse. Den Kurs bestimmen wir selbst.“

„Führung wird vorwärts gelebt und rückwärts verstanden.“

„Wir brauchen Entscheidungsfäller, keine Entscheidungsträger.“

„Ein Hamsterrad sieht nur von innen aus wie eine Karriereleiter.“

„Wem nichts mehr auffällt, dem fällt auch nichts mehr ein.“

„Wer berät, ohne je Mitarbeiter geführt, gekündigt oder bezahlt zu haben, predigt aus dem Hubschrauber.“

PRESSE UND MEDIEN

Bekannt aus.

VOL.AT 27.10.2026

„60 Shades of Führung“: Wolfgang Fricks neue Pflichtlektüre für Führungskräfte

VORARLBERGER NACHRICHTEN 23.10.2026

Ein Abend im Zeichen moderner Führung

MOTOR FREIZEIT TRENDS 23.10.2026

Wolfgang Frick tauft sein neuestes Buch im Business-Club des SCR Altach

INTERNET WORLD AUSTRIA 20.10.2026

Wenn Führung mehr als Management bedeutet

GSI.NEWS 14.10.2026

GOLD Award für Frastner in Frankfurt

ALLERHAND! HERBST 2026

„Netzwerke werden nicht im Aufstieg getestet, sondern im Sturz“



EXPERTS TV · BUCHMESSE · 13 MIN.

„Tempo ist nicht Führung.“ Der Live-Messetalk

RADIO · 21 MIN.

„Entscheiden heißt verzichten.“

Interview mit Clemens Maria Pohlmann

FERNSEHEN

Ländle TV: Begegnung am Berg, Us dr Gondel, LändleTalk on Tour

EXPERTS TV · PODCAST

Marke schärfen: Der externe Blick verändert alles

und „Warum die Marke immer zuerst kommt“ auf Spotify

„Rückgrat so elastisch wie ein Gardena-Schlauch“

WOLFGANG FRICK ÜBER MANAGER, DIE ER ERLEBT HAT · ZITIERT IN DEN VORARLBERGER NACHRICHTEN

Für Redaktionen

Pressefotos, Kurzbiografie in drei Längen, Interview-Thesen, Factsheet

Was die Medien schreiben.



VORARLBERGER NACHRICHTEN 23.10.2026

Ein Abend im Zeichen moderner Führung

Rund 300 Gäste, das Bühnengespräch mit Markus Pedot, Videogrüße und die Enthüllung des Buches durch die Paten.

„Rückgrat so elastisch wie ein Gardena-Schlauch“



VOL.AT 27.10.2026

Wolfgang Fricks neue Pflichtlektüre für Führungskräfte

Die NEUE-Redaktion berichtet über die Buchpräsentation im Business-Club des SCR Altach.



GSI.NEWS 14.10.2026

GOLD Award für Frastner in Frankfurt

Live-Messetalk am Stand des GOLD Verlags, die Auszeichnung und die Buchtaufe in Altach.

„Ein Buch über Führung lebt davon, dass man andere mitnimmt.“



INTERNET WORLD AUSTRIA 20.10.2026

Wenn Führung mehr als Management bedeutet

Buchvorstellung zum Erscheinungstag: von Intuition und Fehlerkultur bis zu Macht und Einsamkeit an der Spitze.



MOTOR FREIZEIT TRENDS 23.10.2026

Wolfgang Frick tauft sein neuestes Buch

Ein Abend, an dem das Buch getauft und nicht verkauft wurde.



ALLERHAND! HERBST 2026

„Netzwerke werden nicht im Aufstieg getestet, sondern im Sturz“

Doppelseitiges Porträt vor dem Erscheinen.

„Ältere Mitarbeiter sind keine Dackel, sie sind Jagdhunde mit Erfahrung.“

FÜR REDAKTIONEN UND MODERATOREN

Thesen für Ihr Interview.

Führungsmodelle ersetzen kein Rückgrat.

Warum Haltung wichtiger ist als jedes Modell, und woran man Vorgesetzte erkennt, die sich biegen, sobald es unbequem wird.

ANLASS: VERTRAUENSKRISE IN UNTERNEHMEN, FÜHRUNGSDEBATTEN

Nicht-Entscheiden kommt teurer als Fehlentscheiden.

Was Entscheidungsstau in Krisenzeiten kostet und welche Fragen helfen, schneller und gelassener zu entscheiden.

ANLASS: KONJUNKTURFLAUTE, INVESTITIONSSTAU

Verantwortung unterschreibt keine KI.

Was wir an Maschinen delegieren können und was nicht. Live gezeigt mit dem Roboterarm.

ANLASS: KI IM ARBEITSALLTAG

Kündigen ist Chefsache.

Wolfgang Frick kennt Kündigungen als Vorstand und als Gekündigter. Warum Trennung Führungsaufgabe ist und wie Unternehmen sich anständig trennen.

ANLASS: STELLENABBAU, RESTRUKTURIERUNG

Wertschätzung ist kein Früchtekorb.

Warum Wertschätzung harte Wertschöpfung ist und welche Gesten im Alltag wirklich ankommen.

ANLASS: 6. DEZEMBER, WEIHNACHTSFEIERN, MITARBEITERBINDUNG

FÜR DIE ANMODERATION

- Verhandelte als Vorstand mit den größten Lieferanten der Welt, bei 800 Millionen Franken Einkaufsvolumen.
- Führte die Marke SPAR in fünf Ländern.
- Promovierte über Corporate Design als Identitätsstrategie.
- Absolvierte eine Masterclass der Lee Strasberg Studios in New York.
- Ist Vizepräsident der Austrian Marketing Confederation.
- Lässt seine Widmungen von einem Roboterarm schreiben und unterschreibt selbst.

KURZBIOGRAFIE

Dr. Wolfgang Frick, Jahrgang 1966, kennt Führung aus allen Etagen: vom ersten Arbeitstag im Discounter bis in den Vorstand für Einkauf und Marketing, die eigene Kündigung eingeschlossen. Der Keynote-Speaker, Mentor und Autor aus Frastanz in Vorarlberg spricht über Führung, Entscheidungen und Marken. Sein fünftes Buch „60 Shades of Führung“ (GOLD Verlag, 2026) wurde mit dem GOLD Verlag Award ausgezeichnet.

Pressefotos und die Kurzbiografie in drei Längen: wolfgang-frick.com/presse

Ausgezeichnet und verbunden.

GOLD Verlag Award
Frankfurter Buchmesse 2026, für „60 Shades of Führung"

Top 111 Public Speaker
DACH 2026 · Expertenportal

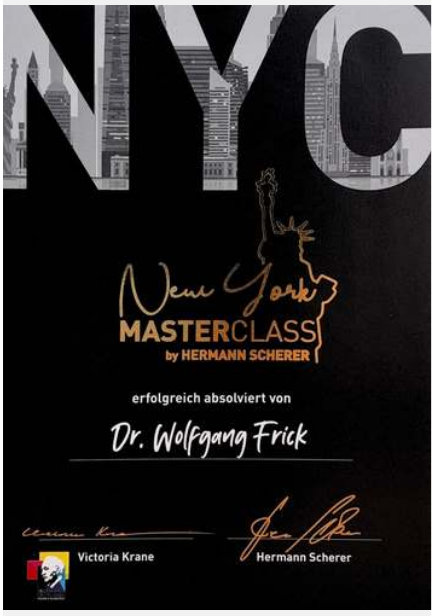
Excellent Experience Award
2026





EHRENAMT UND VERBÄNDE

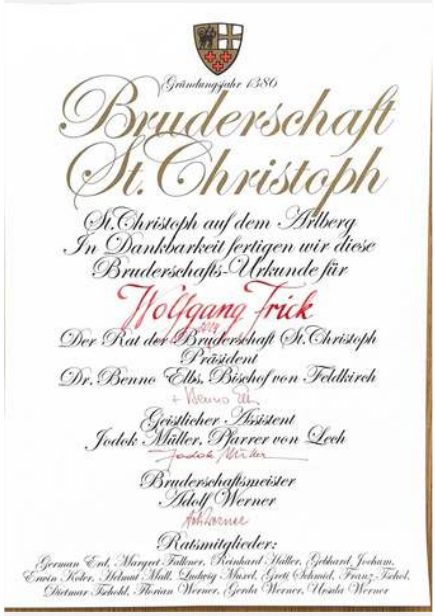
- Vizepräsident der Austrian Marketing Confederation
- Melvin Jones Fellow, Lions Club
- Bruderschaft St. Christoph
- Mitglied im Expertenportal



New York Masterclass
erfolgreich absolviert



Melvin Jones Fellow
Lions Clubs International Foundation



Bruderschaft St. Christoph
Urkunde der Bruderschaft am Arlberg



ANFRAGE

Lassen Sie uns über Ihre Bühne sprechen.

Nennen Sie Datum, Ort und Publikum. Wolfgang Frick meldet sich persönlich und bespricht mit Ihnen Format, Länge, Honorar und Zuschnitt.

DIREKT

+43 664 1917363

frick@marke-ting-sommelier.at

wolfgang-frick.com

ADRESSE

Dr. Wolfgang Frick

Oberer Auweg 13 · 6820 Frastanz · Österreich

linkedin.com/in/wolfgangfrick

Showreel
Keynote ansehen und anfragen

Messetalk
13 Min. von der Buchmesse

Presse
Fotos, Kurzbio, Factsheet

Das Buch
Leseprobe und Bestellung

Presse zum Buch: Mareike Helgert, Verlagsleiterin GOLD Verlag · +49 6545 32699-53 · presse@goldverlag.com

Herausgeber: Dr. Wolfgang Frick, Oberer Auweg 13, 6820 Frastanz · UID ATU56924555 · Stand November 2026. Fotos: Christof Gaggl (Studio), privat (Tour).

Eine Karriere zwischen Handel, Marke und Bühne.

Dieses Profil zeigt den Werdegang von Dr. Wolfgang Frick, Speaker, Autor und Mentor mit drei Jahrzehnten Praxis in Handel, Marketing und Führung. Vom Lager eines Discounters über die Internationalisierung einer Marke in fünf Ländern bis zum Vorstand für Einkauf und Marketing in der Schweiz, und weiter zum Marke-ting-Sommelier mit eigener Bühne.

Es stellt seine Keynotes und Formate vor, die Tour 2026 zu „60 Shades of Führung“, seine Bücher, Stimmen von Weggefährten und Veranstaltern sowie die Berichte der letzten Wochen. Alle Videos, Pressefotos und die Kurzbiografie finden Sie auf wolfgang-frick.com.



IMPRESSUM

Dr. Wolfgang Frick, Speaker und Business Coach
Oberer Auweg 13, 6820 Frastanz, Österreich
Telefon +43 664 1917363 · frick@marke-ting-sommelier.at
wolfgang-frick.com · UID ATU56924555
Verantwortlich für den Inhalt nach § 25 Mediengesetz: Wolfgang Frick

HINWEISE

Fotos: Christof Gaggl (Studio), privat (Tour 2026), GOLD Verlag (Buchcover). Logos der Medien und Partner gehören ihren Inhabern. Termine Stand November 2026. Für die Inhalte externer Links sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.