

(Free) IMPULSE - Campus für Unternehmer: Die großen Strategien für den Mittelstand: Die erfolgreichsten Unternehmer verraten ihre Rezepte.

IMPULSE - Campus für Unternehmer: Die großen Strategien für den Mittelstand: Die erfolgreichsten Unternehmer verraten ihre Rezepte.

Von Arnold Weissman

**Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks*



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation - Verkaufsrang: #1384593 in Bucher Veröffentlicht am: 2006-03-13 Abmessungen: 9.25 x .87b x 6.34l, Einband: Gebundene Ausgabe 192 Seiten | File size: 47.Mb

Von Arnold Weissman : **IMPULSE - Campus für Unternehmer: Die großen Strategien für den Mittelstand: Die erfolgreichsten Unternehmer verraten ihre Rezepte.** before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised IMPULSE - Campus für Unternehmer: Die großen Strategien für den Mittelstand: Die

erfolgreichsten Unternehmer verraten ihre Rezepte.:

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
0 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Lesenswert
Von 14joerg12Arnold Weismann hat mit diesem Titel ein hervorragendes Strategiebuch für den Mittelstand geschaffen. Basierend auf der Engpasskonzentrierte Strategie und den Ergebnissen der Hidden Champions beschäftigt sich der Autor mit der Unternehmensvision und den -werten, einer umfassenden Analyse (Umfeld, Eigensituation, Geschäftsmodell), leitet über zur Unternehmensstrategie und führt das - wie er es nennt - Unternehmenscockpit mit dem Ziel eines umfassenden zeitnahen Controllings und der entsprechenden Nachsteuerung und Justierung. Ein Buch, das auf knapp und knackig die wesentlichen Bereiche beschreibt, die es für die erfolgreiche Strategie eines mittelständischen Unternehmens bedarf. Es gibt einen guten Überblick, kann aber natürlich in den Einzelbereichen nicht so sehr in die Tiefe gehen. Ein wichtiges Verdienst des Autors ist, eine nutzen- und wertorientierte, respektierende Unternehmensstrategie zu propagieren.
9 von 15 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Guter Überblick
Von Stefan Merath (Unternehmercoach GmbH)
Das Buch von Arnold Weissmann hinterlässt einen zweigeteilten Eindruck - je nachdem, wie man es liest. Einerseits werden in der Tat die wesentlichen Strategien des Mittelstands (Engpasskonzentrierte Strategie nach Wolfgang Mewes, Positioning nach Jack Trout und Al Ries, Shareholder Value nach Rappaport und Strategiekonzepte nach Porter) dargestellt. Ergänzt wird dies um das strategische Steuerungssystem der Balanced Scorecard (Kaplan/Norton). Liest man das Buch als Überblick über die verschiedenen dominanten Ansätze, so wird man nicht enttäuscht. Andererseits scheint es so nicht gemeint zu sein. Die verschiedenen Strategien werden in einem Zusammenhang dargestellt, so dass man den Eindruck gewinnt, dass es sich in Kombination um ein stringentes Strategiekonzept handelt. Genau darum handelt es sich jedoch nicht! So lassen sich EKS und Positionierungsansätze ganz gut vereinbaren (wie z.B. Sawtschenko gezeigt hat). Auch Shareholder Value-Konzepte und Balanced Scorecard passen gut zusammen (wie Kaplan/Norton selbst gezeigt haben). Aber EKS und Shareholder Value sind wie Feuer und Wasser. Die beiden Konzepte widersprechen sich schlicht. Im einen Fall ist das oberste Optimierungsprinzip der Nutzen für den Kunden, im anderen Fall der Nutzen für die Aktionäre oder Inhaber. Man kann sich nicht an zwei unterschiedlichen "obersten" Optimierungsprinzipien ausrichten. Dabei handelt es sich nicht nur um eine theoretische Spitzfindigkeit, sondern abhängig von unterschiedlichen Optimierungsprinzipien gelangt man im Unternehmen immer wieder zu unterschiedlichen praktisch-alltäglichen Entscheidungen. Und diese widersprechen sich oft. Wer sich an zwei unterschiedlichen Orientierungsprinzipien ausrichtet, hat die Konflikte (und darauf folgend die Ineffektivität) vorprogrammiert. Verwunderlich, dass dieser Gegensatz nirgends im Buch thematisiert wird.
1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Strategieanleitung für KMU
Von VSD
Das Buch wendet sich vornehmlich an kleinere und mittlere Unternehmen und fasst kompendiumartig das Wesentliche über Erfolgsstrategien zusammen. Arnold Weissmann vermeidet wissenschaftliche Abhandlungen, verzichtet auf die Darstellung aufwendiger Vorgehensweisen sowie komplizierter Verfahren und gibt gleichzeitig viele Anregungen zur praktischen Umsetzung. Die mannigfachen Hinweise auf umgesetzte und gelebte Erfolgsstrategien kleiner und mittlerer Unternehmen machen den sonst eher trockenen Stoff etwas lebendiger. Besondere Erfolgsrezepte gibt der Autor jedoch nicht preis. Acht Kapitel stellen alle wichtigen Schritte zur Entwicklung einer erfolgreichen Strategie dar: ausgehend von der Unternehmensvision über die Analyse des Umfeldes und der eigenen Stärken und Schwächen, dem eigentlichen Strategieinhalt bis zur Balanced Scorecard und zur Strategieumsetzung. Im Mittelpunkt stehen dabei die wesentlichen Erfolgsfaktoren mittelständischer Unternehmen: - sie sind anpassungs- und differenzierungsfähig - sie suchen Marktführerschaft auf eng begrenzten Marktsegmenten, - sie sind kundennah, - sie sind innovativ, - sie sind qualitäts- und serviceorientiert, - sie vertrauen auf ihre eigenen Fähigkeiten, - sie haben motivierte Mitarbeiter und - sie sind autoritär in den Grundwerten, aber partizipativ im Detail. Viel Spaß beim Lesen!

.de
Was immer der Mittelstand ist, er wird in diesen Zeiten kräftig gebeutelt. Längst betrifft Globalisierung nicht mehr nur Unternehmen, die auf globalen Märkten agieren. Abgeschottete Märkte gibt es nur noch in engen Nischen, ansonsten konkurriert und kooperiert man munter über frühere Grenzen hinweg. Traditionelle Einkaufs- und Vertriebsstrukturen werden aufgebrochen, und mit ihnen die herkömmlichen Wertschöpfungsketten. Doch sind Klein- und Mittelbetriebe hinreichend darauf vorbereitet? Die Antwort ist ein klares Nein. Deshalb bedarf es hier effizienter Beratung. In diese Lücke tritt Arnold Weissman. Es will von der Wichtigkeit strategischer Planung überzeugen - und zeigen, wie man sie umsetzt. "Mein Anliegen ist es", schreibt der Autor, der im Alter von 21 Jahren den elterlichen Mittelstandsbetrieb übernehmen musste und heute als Professor für Betriebswirtschaft an der Fachhochschule in Regensburg lehrt, "Unternehmern einen fundierten Ansatz und konkrete Handlungsempfehlungen für die Entwicklung und Steuerung ihres Unternehmens zu bieten." Weissman schreibt also für die Praxis und für den Unternehmenspraktiker. Zuerst ist eine klare Analyse sowohl des Umfeldes wie auch der eigenen Potentiale und Fähigkeiten nötig. Und es ist wichtig, sich klar zu machen, wohin man will. Vision, Werte, Leitbilder sind nicht für Großunternehmen reserviert, sondern geben gerade auch kleinen und mittleren Unternehmen Orientierung; und die wiederum ist wichtig, um die Mitarbeiter "zu

herausragenden Leistungen zu befolgen". Gleiches gilt für die Strategie: Die "ist das Herzstück Ihres Unternehmenserfolgs", mahnt der Autor. "Sie hat die Aufgabe, für nachhaltige Differenzierung zu sorgen, denn in stagnierenden Märkten führen austauschbare Leistungen zwingend zu einer negativen Rendite." Differenzierung erreicht man durch Konzentration: Konzentration auf Kernkompetenzen und Kerngeschäftsfelder. Also indem man das identifiziert, was man selbst besser kann als alle anderen. Weil aber nichts so bleibt, wie es ist, weil der Wandel an Tempo gewinnt, ist neues Denken notwendig: Nicht Benchmarking sei gefragt, sondern "Benchbreaking". Denn "erfolgreiche Unternehmen brechen die Logik ihres Marktes". Sie machen es nicht nur besser, sondern anders als alle anderen. Neue Wege gehen, ausgetretene Pfade verlassen, so handeln, dass neue Möglichkeiten entstehen, darin liegt der Schlüssel zum Erfolg. -- Winfried Kretschmer Rezension Ein gelungenes Werk, das spannend und schnell zu lesen ist Volkmar Wywiol, Geschäftsführer der Stern-Wywiol-Gruppe Werbetext Strategie ist kompliziert? Von wegen!