

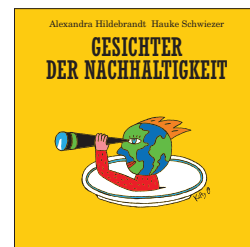
Bücher für Unternehmer

„Meine Marke – Was Unternehmen authentisch, unverwechselbar und langfristig erfolgreich macht“

Von Hermann H. Wala, Redline Verlag, 2011, 220 Seiten, 24,99 EUR
Globalisierung, veränderte Konsumgewohnheiten, dank Internet nie geahnte Preistransparenz und Unübersichtlichkeit zugleich: Der Wettbewerb wird immer härter. Unternehmen, die auf diesen Wandel keine Antwort geben, werden vom Markt verschwinden. Dabei wird die Bedeutung einer Unternehmensmarke immer wichtiger. Ob Coca-Cola als Traditionsmarke, Google als Shooting Star des letzten Jahrzehnts oder Apple als Kultmarke in der IT: Erfolgreiche Marken sind die Leuchttürme in einem Meer gesichtsloser Produkte. Was genau eine Firma zu einer starken Marke macht, beschreibt das Buch „Meine Marke“.



unbegrenzt Wachstum und einen immer schnelleren Kreislauf von Geld, Gütern und Geist setzt. Wie kann der Wandel gestaltet werden? Welche Einflussmöglichkeiten hat der Einzelne? In diesem Buch werden Vorreiter des Wandels vorgestellt, darunter Roland Berger, Claus Hipp, Dietmar Hopp, Henning Kagermann, Marie-Christine Ostermann oder Michael Otto. Das Buch zeigt, was möglich und wünschenswert ist.



„Das Handbuch für Familienunternehmen – Eine Schriften-sammlung“

Von Andreas E. Mach (Hrsg.), 2012, 344 Seiten, 36,95 EUR
Die Führung und Zukunftssicherung von Familienunternehmen steht im Mittelpunkt des Handbuchs für Familienunternehmen, das vom Gründer und Sprecher des Alphazirkel, Andreas E. Mach, herausgegeben wurde. Über 30 Autoren, darunter Familienunternehmer wie Prof. Dr. h.c. mult. Reinhold Würth, Anette Roeckl, Beatrice Rodenstock oder Dr. Albert Michael Geiger sowie Manager aus Familienunternehmen, berichten von ihren Praxiserfahrungen. Wissenschaftler, Praktiker und Berater ergänzen die Schriftensammlung, in der die wesentlichen Aspekte des Familienunternehmens beleuchtet werden: Finanzierung, Nachfolge, Unternehmenskultur und Gesellschaftliches Engagement, Family Governance und Family Equity.



„Unternehmensübergabe nachhaltig gestalten“

Von Norbert Wandl und Ute Habenicht, SpringerGabler, 2. Auflage 2013, 165 Seiten, 34,95 EUR
Wie gelingt es, die Nachfolge in Familienunternehmen erfolgreich zu sichern? Dieser Frage versucht das Buch von Norbert Wandl und Ute Habenicht auf den Grund zu gehen. Unter den besonderen Bedingungen von Vertrauen und Zugehörigkeit bieten Familienunternehmen bis heute immer wieder erstaunliche Beispiele geglückter Unternehmenskultur. Zugleich hat Unachtsamkeit in diesem Bereich besonders schmerzhaft Auswirkungen. Dieses Buch, nun in der 2. aktualisierten und erweiterten Auflage, bietet zahlreiche Anregungen für eine zukunftsfähige Firmenübergabe. Dabei geht es vor allem um die menschliche Komponente.



„Das Harvard-Konzept: Der Klassiker der Verhandlungs-technik“

Von Roger Fisher, William Ury und Bruce Patton, Campus Verlag, 2003, 270 Seiten, 27 EUR
Seit mehr als 20 Jahren gilt die unter dem Namen Harvard-Konzept bekannte Methode des sachbezogenen Verhandeln als eine der wirksamsten Verhandlungstechniken: Statt um bereits vorher festgelegte Positionen zu rangeln, bemühen sich die Partner um einen fairen Interessenausgleich, der beiden Seiten das bestmögliche Ergebnis bringt.



„Gesichter der Nachhaltigkeit“

Von Alexandra Hildebrandt und Hauke Schwiezer, ABC Verlag, 2012, 440 Seiten, 34,99 EUR
Vertrauensverlust, Finanzkrisen und Klimawandel führen die Grenzen eines Wirtschaftssystems vor Augen, das auf