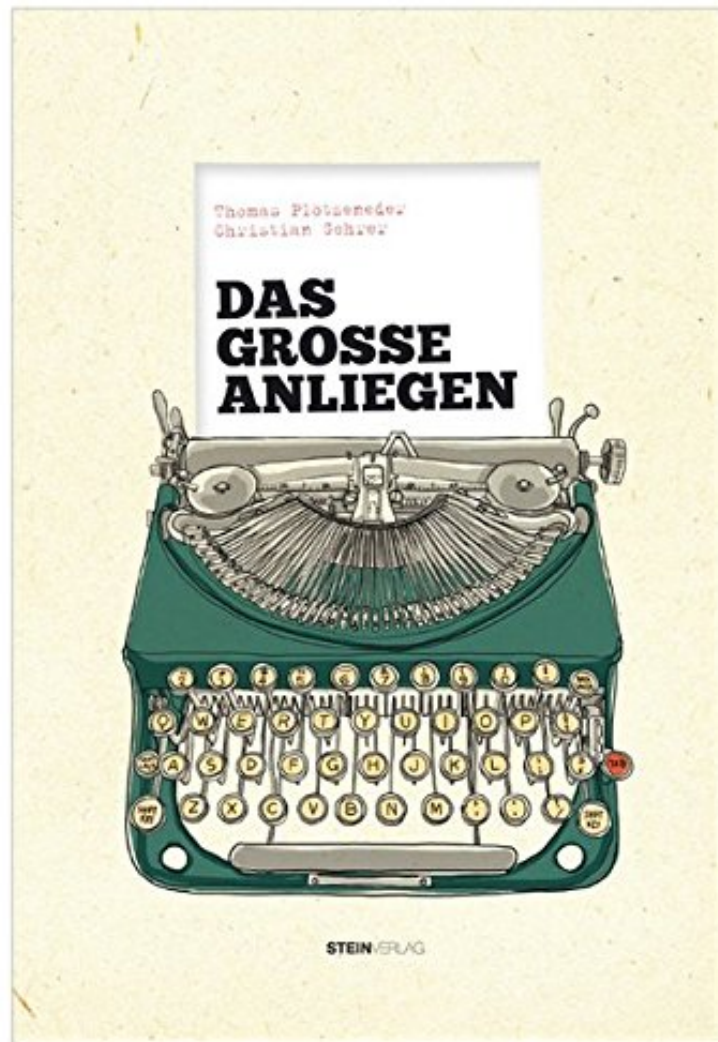


(Read free) DAS GROSSE ANLIEGEN

## DAS GROSSE ANLIEGEN

Von Thomas Pltzeneder, Christian Gehrer  
audiobook / \*ebooks / Download PDF / ePub / DOC



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #642097 in BcherVerffentlicht am: 2014-01-13Erscheinungsdatum: 2014-01-13Abmessungen: 8.58 x .67b x 5.87l, Einband: Gebundene Ausgabe124 SeitenWas macht Unternehmen wirklich erfolgreichDie Antworten der Management-Literaturfunktionell und punktuellDer Nutzen fr KonsumentenUnser Thesenbuch ist ein Versuch, unternehmerischen Erfolg aus dem Blickwinkel der Ideengeschichte zu verstehen. | File size: 16.Mb

**Von Thomas Pltzeneder, Christian Gehrer : DAS GROSSE ANLIEGEN** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised DAS GROSSE ANLIEGEN:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen5 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Purpose statt BrseVon Michael.MeyerDas Buch ist nicht nur liebevoll und wunderschn produziert, was ganz untypisch fr das einschlgige Genre der Berater-"Literatur" ist. Es hat auch selbst ein Anliegen. Es will uns erklnen, dass es das groe

Anliegen ist, was hinter unternehmerischen Erfolgen steht. Zwar nicht auf Basis breiter empirischer Fakten, aber mindestens so einprägsam wie weiland Peters und Waterman beschreiben die Autoren, wie groe Anliegen Unternehmen erfolgreich machen. Menschliche und sthetische Technologie von Apple, die Demokratisierung biologischer Lebensmittel durch Billa und REWE, Weltraum fr alle von Virgin-Grnder Richard Branson - das sind aktuelle Anliegen hinter groen Unternehmenserfolgen. Die Autoren argumentieren schlssig, dass es immer derartige Motive sind, die nachhaltig erfolgreiches Unternehmertum ausmachen. Eine wohlthuende Antithese sowohl zur schnden Finanz- und Kapitalmarktorientierung als auch zum "CSR-Schwindel". Gute Unternehmer und gute Unternehmen sind keine Gut-Menschen, die permanent den Erwartungen der Gesellschaft hinterherhecheln, sie prgen ebendiese Erwartungen durch revolutionre Anliegen. Somit gemahnt das Buch an Schumpeter - es ist freilich weit bekmlicher geschrieben und eignet sich perfekt nicht nur als Digestiv nach einem harten Business-Tag, sondern als Anregung fr neue Visionen von Unternehmertum.<sup>4</sup> von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr spannend Von Univ.Prof.Dr. Markus Hengstschlger In der Wissenschaft ist das einzige nachhaltige Erfolgskonzept die Begeisterung und das Anliegen der Wissenschaftler selbst. Die Autoren dieses Buch zeigen spannend, gut begrndet und klar verstndlich auf, dass diese Grundregel ihren Stellenwert auch in der Wirtschaft hat. An gut gewhlten Beispielen wird immer wieder klar gemacht, dass der Anfang vom Ende naht, wenn etwa eine Firma ihr eigentliches Anliegen aus den Augen verliert. Und wer gar kein solches hat wird wahrscheinlich nie oder nur sehr kurzfristig wirtschaftlich erfolgreich sein knnen. Spannende Thesen von Autoren erzht, deren Ratschlge man eigentlich in allen Bereichen des Lebens befolgen sollte. uerst empfehlenswerter Text!<sup>2</sup> von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. der blick auf das wesentliche Von Laura Latanzadas grosse anliegen - ein grosser titel, und dabei ein buch, das zeigt, wie einfach ein "unternehmen" sein kann, wenn es "es selbst" sein darf. die autoren spielen das moderne unternehmen frei von den zwnngen, die wir uns ber jahrzehnte anstudiert haben. wir erkennen aus diesem zeitlosen buch, dass die zwanghafte produktion von geld und erfolg vor dem eigentlichen tiefen und dauerhaften wert des unternehmens zurcksteht. er entsteht aus dem beharrlichen und klugen verfolgen der ursprungsidee, des grossen anliegens, dass einem unternehmen zugrunde liegt. die autoren weisen uns handbuchartig den weg vom visionren gedanken zu den einzelnen bereichen der unternehmensfhrung - ernst und leicht, menschlich, kenntnisreich. auf dieses buch haben wir lange gewartet.

Kurzbeschreibung Groe Anliegen zielen auf groen Nutzen ab, auf grundlegende Vernderungen. Und zwar zunchst aus der unmittelbaren Sicht und Erfahrung desjenigen, der das Anliegen hat. Der Nutzen fr Konsumenten ergibt sich erst in der Folge. Was macht Unternehmen wirklich erfolgreich: Der hrteste CEO? Das beste Marketing? Die intensivste Marktforschung? Die Antworten der Management-Literatur auf diese Frage fllen Bibliotheken. Jeder Ansatz, Unternehmenserfolge zu erklren, hat etwas fr sich. Aber erklrt meist nur funktionell und punktuell, warum manche Unternehmen deutlich erfolgreicher sind als andere. Unser Thesenbuch ist ein Versuch, unternehmerischen Erfolg aus dem Blickwinkel der Ideengeschichte zu verstehen. Denn hinter jedem wirklich erfolgreichen Unternehmen steht eine ideelle Vorstellung davon, wie etwas in Zukunft sein soll. Ein groes Anliegen, das von einer Person oder mehreren geteilt wird und das in Form eines Unternehmens umgesetzt wird. Warum tun Sie beruflich, was Sie tun fhlen Sie sich mehr als Arbeitnehmer oder als Unternehmer? Warum arbeiten Sie, wo Sie arbeiten weil Sie gut fr das Unternehmen sind oder das Unternehmen gut fr Sie ist? Setzen Sie lieber um oder geben Sie lieber vor? Was motiviert Sie mehr Wertschpfung oder Wertschtzung? Was ist fr Sie Erfolg Umsatzerfolg oder Umsetzungserfolg? Woran messen Sie persnlichen Erfolg an Ihrem finanziellen oder an Ihrem gesellschaftlichen Status? Was interessiert Sie mehr Geld oder Wert? Welche Ideen bewegen Sie Ihre eigenen oder die Ideen anderer Menschen? Wofr wollen Sie von Ihren Kunden gelobt werden fr den Preis oder fr den Wert? ber den Autor und weitere Mitwirkende Thomas Pltzender, seit 2005 ist Thomas Pltzener als Managing Partner bei Gehrler-Pltzener DDWS Corporate Advisors aktiv. Davor war er als CEO der Lowe GGK Wien Werbeagentur und als Vorstandssprecher der Lowe GGK Holding AG ttig. In dieser Position arbeitete er in Warschau, Prag, Budapest, Bratislava, Moskau, Kiew, Laibach, Zagreb, Bukarest und Sofia. Ein tiefes Verstndnis von betriebswirtschaftlichen Kundenbedrfnissen und die Fhigkeit, neue Business-Modelle als Lsungen zu entwickeln, auerhalb von traditionellen Werbelsungen, halfen ihm, die Firmengruppe als eines der fhrenden Beraterunternehmen in Zentral- und Osteuropa zu etablieren. 2001 und 2002 war er als General Manager Europe fr Lowe und Partners Worldwide in London ttig. Mag. Thomas Pltzener hat sein Studium an der Wiener Wirtschaftsuniversitt als Magister der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften abgeschlossen, absolvierte ein Advanced Management Program an der Wharton Business School in Pennsylvania und ist Wharton Alumnus. Thomas Pltzener lebt mit seinen zwei Shnen in Breitenstein. Christian Gehrler, nach dem Fremdenverkehrskolleg in Innsbruck und zwei Berufsjahren in Hotellerie und Gastronomie in Frankreich studierte Christian Gehrler Internationale Wirtschaftswissenschaften an der Leopold Franzens Universitt in Innsbruck. Sein Auslandsstudienjahr verbrachte er an der University of New South Wales in Sydney, Australien. Von der TRIO Werbe- und Public Relations in Innsbruck wechselte er zu Pleon Publico Public Relations Lobbying nach Wien und war zuletzt auch Partner in

sterreichs grter PR- und Lobbying-Agentur. Nach 2,5 Jahren als Generalsekretär des Managementclub, sterreichs grter unabhängiger Plattform wirtschaftlicher Entscheidungsträger, ist Christian Gehrler nun seit Inner 2008 Managing Partner bei Gehrler Pltzeneder DDWS Corporate Advisors. Christian Gehrler ist verheiratet, hat zwei Kinder und lebt in Wien. Auszug aus dem ersten Kapitel. Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Rechteinhaber. Alle Rechte vorbehalten. 1. Der unglaubliche Erfolg großer Anliegen. Was Anliegen sind und wie sie uns bewegen. Hinter schwarzen Zahlen in der Wirtschaftswelt steht nicht blo professionelles Management, khles Benchmarking und konsequente Shareholder-Orientierung. Sondern meist leidenschaftliches Engagement für eine Sache, ein Ziel, eine Idee. Eine Antriebskraft, die mit rationalen und rein ökonomischen Kategorien nicht zu erfassen ist, und die sich auch der wissenschaftlichen Beschreibung entzieht. Eine Kraft, die enorme Wirkungsmacht entfalten kann und die den außergewöhnlichen Erfolg beeindruckender Unternehmen erklärt. Wir nennen diese Kraft "Das große Anliegen". Das große Anliegen lässt sich weder von der Nachfrage am Markt beeindrucken noch von interessanten Nischen und Marktlücken. Es ignoriert konsequent die Warnungen von Analysten und ist an Empirie nicht wirklich interessiert. Es lässt sich nicht Lehren, aber man kann es spüren. Das große Anliegen will etwas schaffen, und ist hier durchaus dem Künstler vergleichbar. Es bewegt Unternehmer und Unternehmen. Es motiviert Mitarbeiter und es begeistert Kunden. Es macht Zukunft. Kurzer Weg zur Lust. Wer die Geschichte großer Unternehmenserfolge aus ideengeschichtlicher Perspektive liest, der erkennt: Unternehmen und Marken funktionieren dann erfolgreich, wenn hinter ihnen ein großes Anliegen, eine echte Leidenschaft steht. Die globalen Erfolgsgeschichten von Apple, Google oder Coca Cola sind prototypisch. Sie sind von Anliegen und Persönlichkeiten mit einer großen Idee getrieben. Diese haben bzw. hatten nicht auf Meinungsumfragen gehört, um ihre Produkte zu entwickeln. Hand aufs Herz: Welcher Konsument würde in einer Erhebung ankreuzen, dass er gerne ein kaltes Getränk mit einer sehr dunklen Farbe, Koffein und viel Zucker trinken würde? Der einzigartige Erfolg von Coca Cola begann damit, als man es von der ursprünglichen Medizin zum Getränk machte, das nie eine Armeslänge von der Lust entfernt sein sollte. Ein Anliegen, das dank des starken Vertriebs global umgesetzt wurde und Coca Cola zu einer Frage des Lebensstils machte..