

# Produktbeschreibungen

## Pressestimmen

„Über Unternehmensführung ist schon das eine oder andere Buch erschienen. Dennoch hat Hans Erich Müller einen interessanten Zugang zu diesem Stoff gefunden.“ (Harvard Business Manager 4/2010) "Gute Auffrischungs- und Weiterbildungsmöglichkeit für Führungskräfte!" (Forum F3 Fach- und Führungskräfte, Buch des Monats März 2011) „Das Buch liefert in einem klar gegliederten Aufbau eine fundierte und gut nachvollziehbare Übersicht über die wichtigsten Fragen der Unternehmensführung.“ (Dr. Christof Balkenhol, Der Betriebsrat, 3/ 2011) „Der Ansatz trifft den Nerv der Zeit.“ (Jörg Ullmann, Siemens AG, Corporate Human Resources) „Müller nimmt den Lesenden nicht nur mit auf eine kurzweilige Reise durch die Unternehmensführung – sein Buch ist auch eine hervorragende Enzyklopädie zum Thema – mit anderen Worten zu Strategien - Konzepten – Praxisbeispielen.“ (Martin Spilker, Newsletter der Bertelsmann Stiftung) „Ein Buch, das Lust auf Führung macht und das sowohl Wissenschaftlern als auch der Managementlehre, als auch Führungskräften zu empfehlen ist.“ (Personal 11/2010) „Müller liefert ein realitätsnahes Miteinander oder gar produktives Gegeneinander von unterschiedlichen Perspektiven – und das ist das eigentlich Neue an dem Buch.“ (Manfred Bobke-von Camen in WSI-Mitteilungen 10/2010) „In einer kompakten Form erfährt der Leser sehr nachvollziehbar und mit vielen aktuellen Fällen versehen in einer interessant verfassten Form etwas zu den wichtigsten Themen der Unternehmensführung.“ (Prof. Dr. Guenther Mueller-Stewens, Institute of Management, Universität St. Gallen) „Endlich eine rundherum überzeugende Einführung in das große Thema Unternehmensführung.“ (Prof. Dr. Ralf T. Kreutzer, Berlin – Königswinter)

## Kurzbeschreibung

Bis zur jüngsten Finanz- und Wirtschaftskrise dominierte eine eindimensionale Sicht zur Unternehmensführung: die Orientierung am Gewinn, am Kapitalmarkt und Shareholder-Value. Kritiker hoben demgegenüber die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens hervor, die Notwendigkeit, sich an den unterschiedlichen Interessen der Anspruchsgruppen, den so genannten Stakeholdern, auszurichten. Interessant ist dabei, dass keine der beiden Seiten allein recht zu haben scheint. Entscheidungsträger müssen heute integrierte Lösungen in komplexen und dynamischen Situationen entwickeln. Sie sollten daher nicht vorschnell den Verlockungen zu einfacher Lösungen erliegen. Durch dieses Buch betrachtet der Leser ein Thema aus gegensätzlichen Perspektiven und entwickelt damit ein realitätsnäheres Bild. Er gewinnt dadurch vertiefte analytische Kenntnisse und denkt in Alternativen und Handlungsspielräumen. Darüber hinaus lässt sich der Text durch den klaren, traditionellen Aufbau und viele Praxisbeispiele gut lesen. Dieses Buch bietet einen neuen, integrierten Ansatz und ist dennoch anschaulich kompakt und praxisorientiert. Es ist sowohl als studienbegleitender Text in der Managementlehre, als auch für das Selbststudium und die Unternehmenspraxis geeignet.