

Sybille Sachs, Edwin Rühli, Isabelle Kern

Lizenz zum Managen

Mit Stakeholdern zum Erfolg:
Herausforderungen und Good Practices

«Schriftenreihe für Betriebs- und Bildungsökonomie» Band 5.
ca. 200 Seiten, ca. 30 Abbildungen, kartoniert
EUR 32.– / CHF 48.–
ISBN 978-3-258-07233-3
Erscheint im Mai 2007



Wer sind Ihre Stakeholder, was erwarten Sie von Ihnen und wie können Sie Ihrem Unternehmen nützen? Dieses Buch gibt Ihnen Antworten auf diese Fragen und zeigt Ihnen, wie Sie strategisch wichtige Partner in die Wertschöpfung einbinden können, wie Sie und Ihre Stakeholder gegenseitig voneinander profitieren und wie Sie so im nationalen und internationalen Wettbewerb nachhaltig erfolgreich sein können.

Unsere hier präsentierten Erkenntnisse und Erfahrungen beruhen auf Fallstudien, die wir mit KMU und global tätigen Unternehmungen durchgeführt haben. Diese haben in der Vergangenheit bereits einen bedeutenden Lernprozess im Stakeholder-Management zurückgelegt. Bei allen hat sich eines gezeigt: Erfolgreiche Manager und Unternehmen erwerben sich ihre Lizenz zum Managen in enger Kooperation mit ihren Stakeholdern – sie sind innovativ, positionieren sich erfolgreich im Stakeholdernetzwerk und werden den gesellschaftlichen Erwartungen gerecht. Diese Erkenntnisse illustrieren wir anhand zahlreicher Praxisbeispiele. Wir entwickeln zudem einen Leitfaden, mit dem Sie überprüfen können, inwiefern Sie und Ihre Unternehmung erfolgreich mit Ihren Stakeholdern zusammenarbeiten.

Stimmen zum Buch auf der Rückseite

Haupt Verlag

Falkenplatz 14, CH-3001 Bern, www.haupt.ch

Bestellschein



Haupt-Bücher sind im Buchhandel erhältlich.

Bitte bestellen Sie bei:

Ex. Sybille Sachs, Edwin Rühli, Isabelle Kern

Lizenz zum Managen

Mit Stakeholdern zum Erfolg: Herausforderungen und Good Practices
«Schriftenreihe für Betriebs- und Bildungsökonomie» Band 5.
ca. 200 Seiten, ca. 30 Abbildungen, kartoniert
EUR 32.– (D) / CHF 48.– (zzgl. Versandkosten)
ISBN 978-3-258-07233-3 Erscheint im Mai 2007

Haupt Buchhandlung

Falkenplatz 14
CH-3001 Bern
Tel. ++41 (0)31 309 09 09
Fax ++41 (0)31 309 09 10
buchhandlung@haupt.ch
www.haupt.ch

Name/Vorname: _____

Strasse/PLZ/Ort: _____

E-Mail: _____

Datum: _____

Unterschrift: _____

Haupt

Stimmen zum Buch

Mir gefällt an diesem Buch, dass es konkret und anschaulich sagt, worum es geht, wenn einseitiges «Shareholder-Value»-Denken überwunden werden soll. Es postuliert nicht einfach die Berücksichtigung berechtigter Stakeholder-Interessen, sondern es zeigt, wie die relevanten Stakeholder für die Wertschöpfung des Unternehmens aktiv genutzt werden können und sollen. Die «Take-Aways» am Ende des Buches dienen als nützliche Checkliste für die eigene Praxis.

Stephan Baer, Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates BAER AG

Alle kommunizieren – tun sie es wirklich? Das frage ich mich immer wieder, wenn ich beobachte, wie sich verschiedene Interessensgruppen aufeinander zu bewegen und wie hidden agendas den echten Austausch mancherorts erschweren. Wer sich heute aktiv für seine Stakeholder engagiert, wer Begegnung und aufbauende Kritik sucht, investiert in das kostbarste Gut: die konkrete, langfristige Beziehung. Dieses Buch zeigt, wie erfolgreich Unternehmen agieren, deren Strategie frühzeitig und glaubwürdig auch auf Stakeholder-Bewirtschaftung setzt. Ein essentielles Werk für all jene, denen Stakeholder-Beziehungen wirklich am Herzen liegen.

Alenka Ambroz, Strategie und Kommunikation

Kommunikation ist nicht nur das Core-Business von Orange, sondern auch die wichtigste Voraussetzung für eine erfolgreiche Geschäftsführung. Orange legt seit jeher grossen Wert auf einen konstanten Dialog mit all seinen Stakeholdern und hat sich deshalb auch gerne bereit erklärt, den Autoren Sachs, Rühli und Kern für ihre Fallstudien Rede und Antwort zu stehen. Mit dem vorliegenden Buch ist eine profunde Analyse entstanden, wie der Stakeholder-Dialog in Unternehmen geführt wird und welche Wirkung er erzielt. Darin enthalten sind auch wertvolle Tipps, wie nachhaltiger Dialog aufgebaut und betrieben werden kann. Gratulation zu diesem Werk!

Andreas S. Wetter, CEO Orange Schweiz

Das Geschäftsmodell der pharmazeutischen Industrie steht auf dem Prüfstand. In der Zukunft wird nur noch das Unternehmen erfolgreich sein, das in der Lage ist, den neuen strategischen Management-Ansatz der «Stakeholder View» sichtbar und messbar umzusetzen. Wir möchten Pfizer Schweiz dabei zu einem Center of Excellence entwickeln. «Stakeholder View» – reflektiert im Denken und Handeln der gesamten Organisation.

Dr. Petra Danielsohn-Weil, CEO & President Pfizer AG, Schweiz

Dieses Buch weist den Managern den Weg aus der verkürzten Shareholder-Value-Sicht und öffnet den Blick für die strategische Bedeutung aller Stakeholder. Es regt an, die traditionelle Rolle der Unternehmensführung zu überdenken.

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Péter Horvath, Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender der Horvath & Partners

Der nachhaltige Erfolg der Geschäftstätigkeit von Swiss Re basiert auf dem Wissen über verschiedene Stakeholdergruppen wie Mitarbeitende, Kunden, Experten und weitere Partner. Aufgrund der weltweiten Aktivitäten in verschiedenen kulturellen Kontexten wird die strategische Relevanz der Stakeholder künftig noch wichtiger für Swiss Re.

Charlotte A. Gubler, Mitglied der Geschäftsleitung, Swiss Re

Unternehmen sind Teil der Gesellschaft und deshalb ihren verschiedenen Anspruchsgruppen verpflichtet. Georg Fischer hat die Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung an ein Unternehmen frühzeitig operativ und kulturell integriert. Das vorliegende Buch zeigt für den interessierten Praktiker sehr anschaulich auf, wie ein Unternehmen die drei Pfeiler Ökonomie, Ökologie und Soziales in Einklang bringen kann.

Dr. Kurt E. Stirnemann, CEO Georg Fischer AG