

(Mobile book) Schlecker, oder: Geiz ist dumm

Schlecker, oder: Geiz ist dumm

Von Roland Alter

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC

Roland Alter

Schlecker, oder: Geiz ist dumm

Aufstieg und Absturz eines Milliardärs



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrank: #177063 in eBooksVerffentlicht am: 2012-04-15Erscheinungsdatum: 2012-04-15File Name: B007UPONP6 | File size: 70.Mb

Von Roland Alter : Schlecker, oder: Geiz ist dumm before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Schlecker, oder: Geiz ist dumm:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Schlecker Pleite entschlsset: 1. Anton Schleckers Missmanagement und 2. eine konsequent miese UnternehmenskulturVon Jobst HagedornJetzt, 2017, luft er endlich der Schlecker-Prozess. Mehrere Verhandlungstage zeigen wie zu erwarten einen ehemaligen Milliardr, der von nichts wusste, nichts gemacht hat und vollkommen von der Pleite seines Schlecker-Imperiums berrascht wurde. Dabei zerfiel sein Laden nicht ber Nacht sondern der alte Grundsatz wurde wahr: Selbst Missmanagement braucht Zeit!Das Buch "Schlecker oder: Geiz ist dumm" habe ich

schon Ende 2012 in einem kleinen Periodikum besprochen. Dieses Buch ist heute so aktuell wie damals. Denn wenn man es auf den Punkt bringt, was Schlecker letztlich zum Absturz brachte, dann ist es: 1. Anton Schlecker und 2. die Art der Führung, die er top-down in seinem Imperium installierte. Also simpel gesagt: konsequentes Missmanagement und der miese Umgang mit Menschen. Das alles beschreibt Roland Alter in seinem sezierenden Buch auf brillante Weise. Das Buch geht weit über Schlecker hinaus. Es sollte jedem Unternehmen zu denken geben und jeder Führungskraft. Letztlich ist das Buch ein grandioses Plädoyer für eine positive Unternehmenskultur. Insofern ist zwar der Schlecker-Fall in seinen Details und Tiefen (die jetzt erst vor Gericht deutlich werden) einmalig, aber die Message des Buches ist universell. Von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gutes Buch mit kleinen Schwächen. Von Patrick M. Mit Grundwissen in Wirtschaftslehre liest sich das Buch recht spannend, auch wenn es mehr wie eine BWL-Vorlesung aufgebaut ist. Der Autor greift sachlich alle Faktoren für den Erfolg und den Niedergang der Firma Schlecker auf und erlutert die Versumnisse und Fehler, die mit den Jahren gemacht worden sind. Was mir persönlich fehlt ist ein wenig Background- und Insiderwissen von Anton Schlecker, da das Buch fast ausschließlich sich mit der Firma beschäftigt. Anton Schlecker stellt zwar faktisch die Firma da, ein Persönlichkeitsbild wird man hier aber nicht finden. Daher müsste der Untertitel des Buches eigentlich "Aufstieg und Fall der Firma Schlecker" heißen. Hierzu empfehle ich noch folgenden Artikel: [...] Ansonsten sehr gelungen. 2 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Nicht das Erwartete... Von EBBU Habe das Buch bestellt, da eine nahestehende Person eine unmittelbar "Betroffene" ist. Der Autor hatte auch gut und gerne "Chronik des Hauses Schlecker" auf den Einband schreiben können... und als Untertitel "Eine volkswirtschaftlichen Betrachtung". Die Interna, die menschenverachtende Atmosphäre innerhalb der Firma und der Umgang mit dem Personal werden bestenfalls tangiert. Auch wird der Eindruck vermittelt, dass es sich bei Schlecker um einen Einzelfall handelt. Dass das Modell "MENIAR" zwischenzeitlich zum Geschäftsmodell der renommiertesten Firmen und Einrichtungen in D gehört, wird ausgeblendet. Also mein Resümee.. man muss dieses Buch nicht unbedingt haben..!

Kurzbeschreibung Der Sturz einer der größten Drogerieketten Deutschlands hat für viel Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit und eine umfangreiche mediale Präsenz gesorgt. Intensiv mit diesem Fall beschäftigt hat sich auch Prof. Dr. Roland Alter vom Studiengang Betriebswirtschaft und Unternehmensführung und Leiter des Masterstudiengangs Unternehmensführung/Business Management an der Hochschule Heilbronn. Mit dem Titel Schlecker, oder: Geiz ist dumm - Aufstieg und Absturz eines Milliardärs hat der gefragte Schlecker-Experte - unter anderem kommentierte er als kompetenter Interviewpartner beim SWR, HR, MDR und zuletzt bei der ARD die aktuellsten Entwicklungen - ein Buch veröffentlicht. Darin beschreibt er vier Phasen, die über den Aufstieg, den zeitweiligen Stillstand und dann schrittweise zum Absturz des Unternehmens geführt haben. Schlecker ist vor allem an seiner eigenen Unternehmenskultur gescheitert, so Prof. Alter. Eine Geizkultur, die ganz persönlich von Anton Schlecker geprägt wurde. Doch es war nicht nur materieller Geiz, sondern auch und insbesondere der bei Vertrauen und Respekt den Menschen gegenüber. Und es war auch der Geiz bei der Kommunikation mit der Öffentlichkeit. 1:5 gegen den Drogerieknig Anton Schlecker Vergleichbar dem Punktstand bei einem Wettbewerb zeigt Prof. Alter für die einzelnen Phasen auf, wo Schlecker und seine Konkurrenten im Kampf um den Kunden jeweils liegen. So führte der Drogerieknig Schlecker in seiner Glanzphase mit 3:0, um dann am 23. Januar 2012 - abgeschlagen mit 1:5 - das Spielfeld zu verlassen. Durch den einfach nachvollziehbaren Punktstand wird deutlich, dass Schlecker spätestens um 2006 in Rückstand geraten ist und bereits damals ein strategischer Scheinriese war, so Alter. Speziell die Vorgänge um die berchtigte Zeitarbeitsfirma MENIAR zeigen, dass bei Schlecker kein funktionierender Kompass für die 'weichen Faktoren' der Unternehmensführung existierte. Und ohne diesen steuerte man ungebremst direkt in den Untergang. Zum Abschluss gibt Prof. Alter Empfehlungen, was aus dem Fall Schlecker zu lernen ist. Dringend rät er Unternehmen, sich kritischen Input von außen zu holen, beispielsweise durch einen professionellen Beirat: Externe Meinungen sind wie frische Luft, die durch ein geöffnetes Fenster kommt. Jedoch muss dieses Fenster auch geöffnet sein. Pressestimmen Ein meinungsfreudiges, rasch und einfach zu lesendes Werk über die wohl größte Insolvenz dieses Jahres. (Heiko Fritze, WirtschaftsStimme, 20. November 2012) Kurzbeschreibung Der Sturz einer der größten Drogerieketten Deutschlands hat für viel Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit und eine umfangreiche mediale Präsenz gesorgt. Intensiv mit diesem Fall beschäftigt hat sich auch Prof. Dr. Roland Alter vom Studiengang Betriebswirtschaft und Unternehmensführung und Leiter des Masterstudiengangs Unternehmensführung/Business Management an der Hochschule Heilbronn. Mit dem Titel Schlecker, oder: Geiz ist dumm - Aufstieg und Absturz eines Milliardärs hat der gefragte Schlecker-Experte - unter anderem kommentierte er als kompetenter Interviewpartner beim SWR, HR, MDR und zuletzt bei der ARD die aktuellsten Entwicklungen - ein Buch veröffentlicht. Darin beschreibt er vier Phasen, die über den Aufstieg, den zeitweiligen Stillstand und dann schrittweise zum Absturz des Unternehmens geführt haben. Schlecker ist vor allem an seiner eigenen Unternehmenskultur gescheitert, so Prof. Alter. Eine Geizkultur, die ganz persönlich von Anton Schlecker geprägt wurde. Doch es war nicht nur materieller Geiz, sondern auch und insbesondere der bei Vertrauen und Respekt den Menschen gegenüber. Und es war auch der Geiz bei der Kommunikation mit der Öffentlichkeit. 1:5 gegen

den Drogeriekönig Anton Schlecker Vergleichbar dem Punktestand bei einem Wettbewerb zeigt Prof. Alter für die einzelnen Phasen auf, wo Schlecker und seine Konkurrenten im Kampf um den Kunden jeweils liegen. So führte der Drogeriekönig Schlecker in seiner Glanzphase mit 3:0, um dann am 23. Januar 2012 - abgeschlagen mit 1:5 - das Spielfeld zu verlassen. Durch den einfach nachvollziehbaren Punktestand wird deutlich, dass Schlecker spätestens um 2006 in Rückstand geraten ist und bereits damals ein strategischer Scheinriese war, so Alter. Speziell die Vorgänge um die berchtigte Zeitarbeitsfirma MENIAR zeigen, dass bei Schlecker kein funktionierender Kompass für die 'weichen Faktoren' der Unternehmensführung existierte. Und ohne diesen steuerte man ungebremst direkt in den Untergang. Zum Abschluss gibt Prof. Alter Empfehlungen, was aus dem Fall Schlecker zu lernen ist. Dringend rät er Unternehmen, sich kritischen Input von außen zu holen, beispielsweise durch einen professionellen Beirat: Externe Meinungen sind wie frische Luft, die durch ein geöffnetes Fenster kommt. Jedoch muss dieses Fenster auch geöffnet sein.