

Arnold Weissman

## **Die großen Strategien für den Mittelstand**

Die erfolgreichsten Unternehmer verraten ihr Rezept

2011, 2. akt. u. erw. Aufl., geb., 196 Seiten

D 29,90 € / A 30,80 / CH 43,90 Fr.\*

ISBN 978-3-593-39441-1

**Erscheinungstermin/Sperrfrist: 14. Februar 2011**

**Für den mittelständischen Unternehmenserfolg ist die Frage nach der richtigen Strategie entscheidend. Arnold Weissman hat zahlreiche Unternehmen des Mittelstands untersucht und ihre strategischen Erfolgsprinzipien herausgearbeitet.**

Gerade mittelständische Unternehmen können sich strategische Fehleinschätzungen nicht leisten, weil sie nicht über die finanzielle Substanz eines Großunternehmens verfügen, um sie zu korrigieren. Darum sind für mittelständische Unternehmen strategische Überlegungen existenzielle Kernfragen, deren Bedeutung gar nicht hoch genug eingeschätzt werden kann. Und es gibt eine Vielzahl von Erfolgsbeispielen mittelständischer Unternehmen, die es geschafft haben, mit ihrer ganz eigenen Strategie in ihrer Branche zum Weltmarktführer aufzusteigen.

Arnold Weissman hat viele erfolgreiche Mittelstandsunternehmen untersucht und ist dabei auf verblüffende Parallelen gestoßen. So verschiedenartig die einzelnen Geschäftskonzepte von Unternehmen wie *Flexi*, *Truma*, *Baader* oder *Poly-clip* auch sein mögen, auf der strategischen Ebene gibt es große Übereinstimmungen. Der Autor zeigt die Grundprinzipien hinter den Erfolgen auf und benennt die Schlüsselemente einer guten Strategie: eine klare Positionierung, eine deutliche Firmenvision und eine konsequente Umsetzung.

Weissman macht die ungewöhnlichen Erfolgsmodelle auch weniger bekannter und kleinerer Unternehmen verständlich und ermöglicht seinen Lesern damit ein hohes Maß an Identifikation und vor allem die kreative Übertragung auf das eigene Unternehmen. Sein Buch bietet ein fundiertes und praxiserprobtes Portfolio an Lösungen und Strategien, von denen jeder mittelständische Unternehmer für sich profitieren kann. Für die aktualisierte und erweiterte Neuauflage zeigt der Autor, welche Konsequenzen der Mittelstand aus der Wirtschaftskrise ziehen sollte.

### **Der Autor**

Prof. Dr. Arnold Weissman kennt die Auswirkungen strategischen Denkens aus der eigenen Praxis. Er übernahm im Alter von 21 Jahren den elterlichen Betrieb in Hof. Später verkaufte Weissman das erfolgreiche Unternehmen an einen französischen Mineralölkonzern. Seit 1987 ist er Professor für Betriebswirtschaft an der FH Regensburg und Unternehmensberater.

### **Kontakt**

Kathrin Schieferstein, 069-976516-25, [schieferstein@campus.de](mailto:schieferstein@campus.de)

Campus Verlag GmbH  
Presseabteilung  
Kurfürstenstraße 49  
60486 Frankfurt/Main  
Tel. 069 976516-20  
Fax 069 976516-78  
[presse@campus.de](mailto:presse@campus.de)  
[www.campus.de](http://www.campus.de)