

Heute Chef – morgen Ruhestand?



Herbert Loos Wie werde ich meine Firma los?

Ratgeber Betriebsnachfolge

Vom Unternehmer zum Privatier, die eigene Firma verkaufen: Das ist gar kein so leichter Weg, wie man meinen möchte. Betriebsnachfolge: Das kann vieles bedeuten. Findet sich ein Nachfolger in der eigenen Familie oder im Kreis der Mitarbeiter? Wann soll der Verkauf des Unternehmens über die Bühne gehen? Ist der Verkauf Gebot der Stunde oder worauf soll man warten? In allen Fällen gilt es, den Ausstieg aus dem eigenen Betrieb genau zu planen, kühl zu kalkulieren und vorausschauend zu handeln.

Das Buch des Unternehmensberaters Herbert Loos gibt Auskunft über Unternehmensbewertung, Käufersuche, Kommunikationsfallen, den Umgang mit Mitarbeitern, Kunden und Medien. Mit Beispielen und Interviews aus der Praxis.

DR. HERBERT LOOS | Unternehmensberater, Erfolgsfanatiker, Mitpacker, Umsetzer, Realist, begleitet, bewertet, saniert, kauft und verkauft Unternehmen.

Hardcover | Schutzumschlag
14 x 21,5 cm | 132 Seiten
EURO 19,50 | CHF 30,-
ISBN 978-3-902679-79-6



9 783902 679796

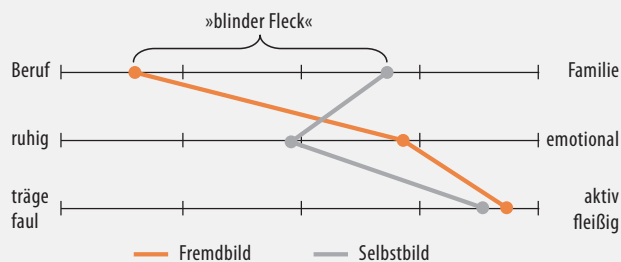
8. Management, Geschäftsleitung

»Was mir immer gefehlt hat, war ein Partner auf meiner Seite, der mich, wenn ich ein Tief gehabt habe oder müde war, unterstützt hätte.« (Interview Roland Lang, Offsetdruck Bezaun GmbH, 06/2009)

Viele Unternehmer sind »Alpha-Menschen«. Sie haben eine starke Persönlichkeit, sie haben Visionen und sind überzeugt von dem was sie tun. Zudem haben sie ein starkes Selbstbewusstsein.

Bei meiner Tätigkeit als Berater stelle ich jedoch oft fest, dass der Chef sich selbst und seine Rolle in der Firma ganz anders sieht als der Rest der Belegschaft.

Das hat mehrere Gründe. Bereits mehrmals wurde wissenschaftlich untersucht, wie sich im höheren Alter das Fremdbild vom Selbstbild immer weiter entfernt. Man spricht in der Psychologie vom »Johari-Fenster«. Das Johari-Fenster ist ein Bild bewusster und unbewusster Persönlichkeits- und Verhaltensmerkmale zwischen einem selbst und anderen bzw. einer Gruppe. Entwickelt wurde es 1955 von den amerikanischen Sozialpsychologen Joseph Luft und Harry Ingham. Die Vornamen der beiden wurden für die Namensgebung herangezogen. Mit Hilfe des Johari-Fensters wird vor allem der so genannte »Blinde Fleck« in der Selbst- und Fremdwahrnehmung eines Menschen illustriert. (Quelle: Wikipedia, 8/2009)



61