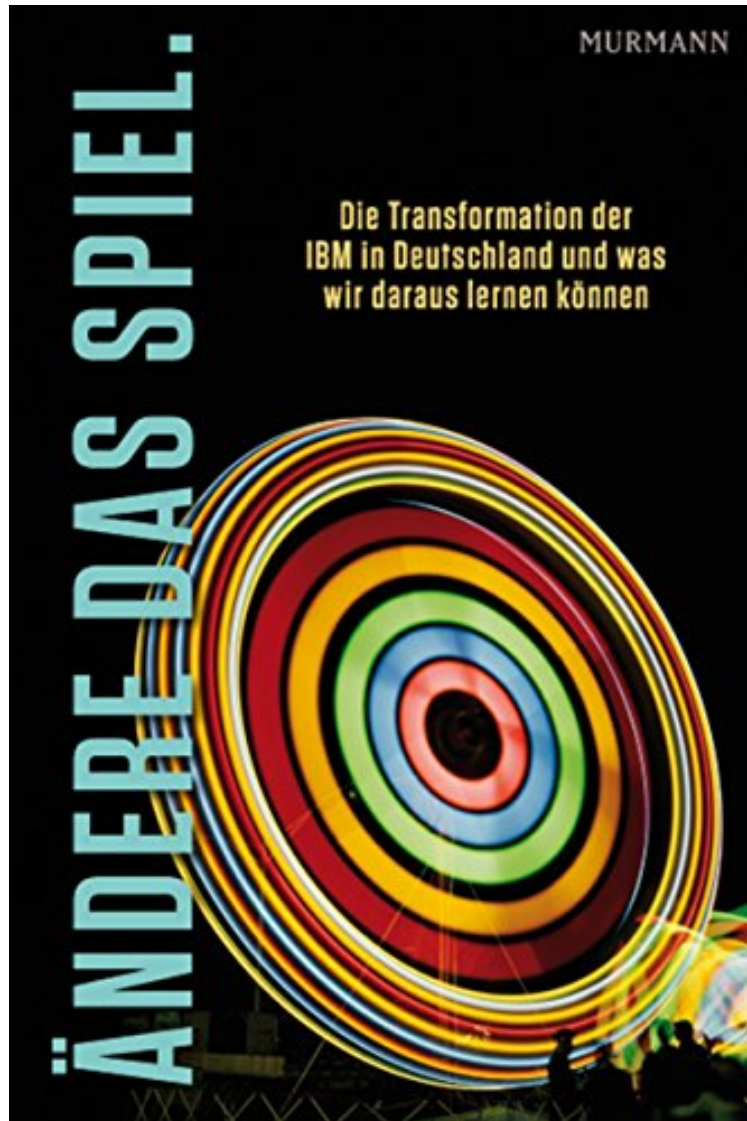


[Download] ndere das Spiel: Die Transformation der IBM in Deutschland und was wir daraus lernen knnen

ndere das Spiel: Die Transformation der IBM in Deutschland und was wir daraus lernen knnen

Von Max Mustermann
audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #676038 in eBooksVerffentlicht am: 2010-09-30Erscheinungsdatum: 2010-09-30File Name: B004TSXQLY | File size: 45.Mb

Von Max Mustermann : ndere das Spiel: Die Transformation der IBM in Deutschland und was wir daraus lernen knnen before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised ndere das Spiel: Die Transformation der IBM in Deutschland und was wir daraus lernen knnen:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen9 von 9 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. ndere den TitelVon Heavy WombatMit einigen Wochen Abstand mchte ich mich nun an einer Rezension dieses Buchs

versuchen. Management Zusammenfassung: Auf etwas mehr als 250 Seiten werden in acht Hauptkapiteln unterschiedliche Themen rund um die IBM behandelt. Der Leser wird dabei chronologisch an das Hauptthema des Buches herangeführt, die Transformation der IBM in Deutschland und warum dies so geschehen musste. Im Großen und Ganzen wird dies auch sauber abgehandelt, es ist dem Buch allerdings sehr anzumerken, dass es aus der Feder der eigenen Leute stammt. Vorallem das Kapitel zur Geschichte ist daher sehr einseitig und wertbehaftet geschrieben. Trotzdem ist dieses Kapitel mit dem Namen "Wendepunkte" wohl der informativste und interessanteste Teil des Buches. Ich empfehle dieses Buch deshalb auch nur IBM-interessierten Lesern, die einen aktuellen Einblick in die Hintergründe von Unternehmensrestrukturierungen werfen wollen. Etwas ausführlicher: Wer hat das Buch geschrieben? Als Autor wird ein gewisser Max Mustermann geführt. Dahinter - so verrät es uns gleich das einführende Kapitel "Einblicke" - steckt eine Vielzahl von IBM Mitarbeitern, die zusammen dieses Buch verfasst haben. Darunter sollen sich Mitarbeiter aus allen Bereichen und aus allen Ebenen befinden. Beim Lesen erhört sich allerdings eher das Gefühl, dass es sich dabei hauptsächlich um Mitarbeiter in leitenden Funktionen handelt. So liest sich das Buch auch stellenweise recht beschwerlich und eher wie eine Aneinanderreihung einer großen Menge Buzzwords. So schlingelt sich das Buch die ersten drei Kapitel chronologisch durch die IBM, um dann in den folgenden drei Kapiteln verschiedene Themen, wie Unternehmenskultur oder Leadership zu behandeln. Eine klare Linie oder Struktur ist dabei schwer zu erkennen und viele Daten und Fakten werden in verschiedenen Kapiteln ein um das andere Mal wiederholt. Besonders auffällig und vor allem störend sind Erklärungen, welche die Wikipedia als Quelle nutzen. Ich habe eine hohe Wertschätzung für die Wikipedia, aber in so einem Buch erwarte ich einfach andere Quellen. Abgesehen von Wiki-Zitaten wird der Text immer wieder von eingefügten - teils langen - Zitaten unterstützt. Dabei fällt jedoch auf, dass der überwiegende Anteil davon von hochrangigen Managern und Vice Presidents stammt. Hier hätte ich mir mehr Beispiele des kleinen Mannes gewünscht, denn immerhin ist so eine Transformation nicht nur eine Umstellung der Managementstruktur. Für wen empfiehlt sich dieses Buch nun? Dies wird zwar im ersten Abschnitt "Einblicke" behandelt, aber eine klare Antwort gibt es dafür nicht. Es ist deshalb allen zu empfehlen, die sich für den Werdegang der IBM interessieren und etwas besser verstehen wollen, was die IBM in den letzten Jahren dazu getrieben hat diese Transformation durchzuführen. Wer dabei ein Buch auf dem Level von Gunter Dueck erwartet, könnte allerdings etwas enttäuscht werden. 7 von 8 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ja, wie denn nun wirklich? Von Niclas Grabowski Wir hätten mehr daraus machen können. Die wichtigsten Kunden der IBM sind andere Unternehmen. IBM macht dann einen guten Job, wenn es einen Beitrag zum Erfolg seiner Kunden leistet. Insofern ist es ein guter Gedanke, ausgerechnet mit dem Werbung zu machen, was man selbst bei sich ausprobiert hat. Zu zeigen, wo es IBM im eigenen Haus gelungen ist, eine Transformation - also eine Veränderung von Organisation und Prozessen - erfolgreich hinzubekommen. Sell what you use, das ist nach wie vor ein Erfolgsrezept. Und tatsächlich sind Veränderungsprozesse eine der größten Herausforderungen der Kunden der IBM, und ja, die IBM kann hier in vielen Fällen hilfreich sein. Und ja, das Unternehmen ist in deutlich besserer Form als noch vor fünf bis zehn Jahren. Aber warum dann so eine Werbeproschüre als Buch verpackt? Das, was hier gleich zu Beginn als Strich verkauft wird, nämlich der Verzicht auf einen namentlich genannten Autor, erweist sich dann beim Lesen als große Schwäche des Buches. Vieles, was hier erzählt wird, wirkt wenig konkret. Merkwürdig reibungslos verlaufen hier die einzelnen Aspekte des Kulturwandels, nie gibt es konkrete Probleme, sondern immer nur kleine, lösbare Herausforderungen. Kritische Auseinandersetzungen mit der Strategie, ein nach meiner Erfahrung wesentliches Mittel, um überhaupt das Buy In für Veränderungen zu erhalten, bleiben im Buch außen vor. So kann ich das Buch als Leitfaden für andere Unternehmen in ähnlicher Lage kaum empfehlen. Ich hätte mir hier weit mehr Mut gewünscht. Jeder, der selbst in einem großen Unternehmen arbeitet, weiß, dass es immer Stärken und Schwächen gibt. Dass es kein Licht ohne Schattenseiten geben kann. Dass kein Unternehmen ohne Diskussion, ohne Streit erfolgreich sein kann. Dass Manager mal gute Tage haben und mal schlechte. Warum hat sich das Unternehmen hier nicht einmal etwas weiter geöffnet und gezeigt, dass der Weg noch nicht abgeschlossen ist, auch niemals abgeschlossen sein kann? Warum fehlen wirklich persönliche Stellungnahmen, die über ein gelungenes Marketing hinausgehen? Das hätte dann den Lesern und den Kunden wirklich weiterhelfen können. Und es hätte deren Bindung an das Unternehmen verstärkt. Beim nächsten Mal deshalb dann doch bitte einen Autor, und möglichst einen guten. 0 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Für jeden Unternehmer eine Pflichtlektüre Von Customer Ehrlich gesagt, wundere ich mich darüber, dass das Buch bis jetzt keine guten Rezensionen erhalten hat. Ich habe mir das Buch nach drei Monaten genauer angeschaut und auch angefangen von der ersten Seite an, zu lesen. Mein Fazit (bin fast am Ende des Buches angelangt): Dieses Buch ist für jeden Unternehmer oder angehenden Unternehmer goldwert. Dieses Buch zeigt: Unternehmen, die sich nur auf ihr Produkt fixieren, werden auf lange Sicht nie überleben. Denn die Menschen draußen haben immer Probleme im Alltag, wofür sie Lösungen suchen. Also sagt IBM: Vergessen Sie ab sofort Produkte! Verkaufen Sie Lösungen! Nur wer den Menschen dabei hilft, leichter und besser zu leben, kann so rasant zu einem Koloss wachsen wie IBM. Oder wie Google. Die Kernaussage von IBM lautet darum: Die Menschen wollen keine Produkte kaufen. Sie wollen Lösungen für ihre Probleme. Viele Unternehmen denken produktorientiert. Aber das führt auf lange Sicht zur Krise eines Unternehmens.

Das hat bereits der Clienting-Experte Edgar K. Geffroy erkannt (auch bei zu finden).[...]

Kurzbeschreibung Dieses Buch ist die Geschichte des Transformationsprozesses der IBM in Deutschland der letzten Jahre vor dem Hintergrund der globalen Entwicklung des Konzerns. Es lehrt, wie mhsam, hart, neu - vor allem aber auch lohnend - der Aufbruch zum Wandel ist. Die Geschichten, die hier erzht werden, sind beispielhaft fr die Herausforderungen, vor denen heute viele Unternehmen stehen. Warum mssen wir uns ndern? Warum wollen wir das sogar? Wie verndern wir uns? Was ist der Preis dafr? Und was gewinnen wir? Dieses Buch berichtet ber einen Vernderungsprozess, offen und klar. Es enthlt die geballten Erfahrungen von Mitarbeitern, Fhrungskrften, aber auch Geschäftspartnern und Angehrigen der deutschen IBMer. In vielen Fallbeispielen wird deutlich gemacht, vor welchen kulturellen und organisatorischen Herausforderungen Vernderer stehen. Welche Hrden und Barrieren es zu berwinden gilt. Bei alldem geht es darum, den Wandel als Normalitt des Geschfts zu begreifen - mit unternehmerischer Leichtigkeit statt Angst vor Vernderung. Das Buch ist damit auch ein Pldoyer fr mehr Selbstndigkeit und Verantwortungsbewusstsein - ein optimistischer Change-Report, der klarmacht: ndere das Spiel. Es lohnt sich fr alle.

Kurzbeschreibung Dieses Buch ist die Geschichte des Transformationsprozesses der IBM in Deutschland der letzten Jahre vor dem Hintergrund der globalen Entwicklung des Konzerns. Es lehrt, wie mhsam, hart, neu - vor allem aber auch lohnend - der Aufbruch zum Wandel ist. Die Geschichten, die hier erzht werden, sind beispielhaft fr die Herausforderungen, vor denen heute viele Unternehmen stehen. Warum mssen wir uns ndern? Warum wollen wir das sogar? Wie verndern wir uns? Was ist der Preis dafr? Und was gewinnen wir? Dieses Buch berichtet ber einen Vernderungsprozess, offen und klar. Es enthlt die geballten Erfahrungen von Mitarbeitern, Fhrungskrften, aber auch Geschäftspartnern und Angehrigen der deutschen IBMer. In vielen Fallbeispielen wird deutlich gemacht, vor welchen kulturellen und organisatorischen Herausforderungen Vernderer stehen. Welche Hrden und Barrieren es zu berwinden gilt. Bei alldem geht es darum, den Wandel als Normalitt des Geschfts zu begreifen - mit unternehmerischer Leichtigkeit statt Angst vor Vernderung. Das Buch ist damit auch ein Pldoyer fr mehr Selbstndigkeit und Verantwortungsbewusstsein - ein optimistischer Change-Report, der klarmacht: ndere das Spiel. Es lohnt sich fr alle.

ber den Autor und weitere Mitwirkende Wer ist Max Mustermann? Der Autor dieses Buches. Er lebt unter anderem in Ehningen bei Stuttgart, in Mnchen, in Bremen, in Dresden und Herrenberg. Er kennt die deutsche IBM wie seine Westentasche. Max Mustermann reprsentiert die Menschen, die dieses Buch geschrieben haben: Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner und Personen, die ihnen nahestehen. ndere das Spiel hat viele Autoren. Sie erzhlen die Geschichte der Transformation der IBM in Deutschland. Und sie wollen all jenen, die heute den Wandel positiv bewltigen mssen, Mut machen. Max Mustermann ist ihr Avatar - weil Vernderung kein Einzelschicksal ist. Sie betrifft alle.