

→ Buch des Monats

## Auf Schatzsuche im Unternehmen

Wie läßt sich der Gewinn nachhaltig steigern, wenn scheinbar alle Maßnahmen zur Kostensenkung ausgeschöpft sind? Kein Problem, behauptet Buchautor Gerhard Gieschen. In jedem Betrieb gibt es versteckte Ressourcen.

■ Mit diesem Buch wird der SPD-Parteivorsitzende Franz Müntefering wohl nicht einverstanden sein. Aus seiner Sicht darf Gewinnerzielung nicht die erste Maxime einer Firma sein. Mit seiner Kapitalismuskritik hat er mittelständischen Unternehmen einen Nackenschlag versetzt.

Gerade die Mittelständler jedoch müssen hohe Gewinne erzielen, das sei die erste Pflicht eines Unternehmers, sagt Gerhard Gieschen. Nur wer genügend Eigenkapital in der Firma hat, wird im zunehmenden Wettbewerb überleben. In seinem Buch gibt er Tips, wie Firmenlenker ihre Strategie optimieren, den Umsatz steigern, die Kosten senken und ihr Risiko minimieren. Häufig liegen in Firmen viele unentdeckte Reserven. Wie man diese findet,

zeigt der Autor. Für Firmenchefs liest sich das wie die Erzählung aus einem Märchen. Die benutzt der Autor dann auch, um den trockenen Stoff etwas aufzupeppen. So



dienen Hase und Igel oder das häßliche Aschenputtel, das am Ende doch noch den Prinzen bekommt, als Beispiele, wie vermeintlich unterlegene Unternehmen sich gegen die Konzern-Über-

●●● Lesbarkeit ●●● Informationsgehalt ●●● Praxiswert

G. Gieschen, Wie Mittelständler versteckte Ressourcen mobilisieren, Cornelsen, Berlin. 237 S., 25 Euro. ISBN 3-589-23653-1

## Gewinnen Sie das Buch des Monats

Wollen Sie mehr darüber erfahren, wie Sie versteckte Ressourcen mobilisieren?

**Wir verlosen unter allen Einsendern drei Mal das Buch des Monats.**

Schreiben Sie bis zum 16. Juni 2005 an [info@marktundmittelstand.de](mailto:info@marktundmittelstand.de) oder schicken Sie uns ein Fax an **089/272 64-328**.

macht durchbeißen können. Das lockert die eher schwere, aber doch eingängig geschriebene Management-Kost auf. Übersichten und Grafiken geben dem Unternehmer neue Ideen und Anhaltspunkte, sich dem Wettbewerb zu stellen. Denn nur wer seine Kosten kennt, kann sie auch reduzieren. Per Fragebogen testen Firmenchefs, ob es in ihrer Firma Potential gibt, um wirkungsvoll Kosten zu streichen. Checklisten und Auswertungs-Tools bieten praktische Möglichkeiten, Schwächen zu erkennen und sich selbst zu testen. Für Unternehmer ein nützliches und wichtiges Buch, das ihnen Anleitung bietet, Strukturen und Prozesse im Betrieb zu überdenken und neu zu ordnen.