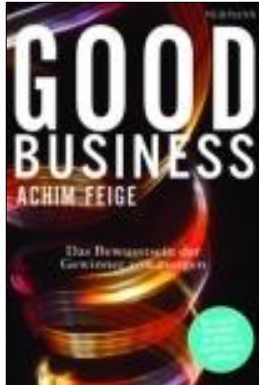


Achim Feige
Good Business
Das Denken der Gewinner von morgen



ca. 200 Seiten
€ (D) 24,90 / sFr. 41.50 / € (A) 25,60
ISBN 978-3-86774-107-1

Erscheinungstermin: 25. September 2010

Wirtschaftlich erfolgreich sein und gleichzeitig „Gutes“ für alle Beteiligten schaffen: Dass es ein neues und umfassenderes Denken der Unternehmer, Manager und Entscheider von morgen braucht, um dauerhaften Gewinn erzielen können, davon ist Top-Managementberater und Vordenker Achim Feige überzeugt. „Nur Geld verdienen zu wollen ist auf unserer Entwicklungsstufe zu banal“ – und, wie Feige erklärt, nicht nur das, es ist auch immer weniger erfolgsversprechend. Die Alles-um-jeden-Preis-Wirtschaft dankt gerade ab – an ihre Stelle tritt zunehmend die Good-Business-Wirtschaft, die Ökonomie, Ökologie, Ethik und persönliche Integrität zusammenbringt.

Was Unternehmen und Marken können müssen, um zu den Gewinnern dieses Paradigemenwechsels zu gehören, zeigt der Autor in „Good Business – Das Denken der Gewinner von Morgen“ auf. Nur authentische Marken mit echtem Wert werden in der Zukunft überleben, da sich immer mehr Kunden bewusst für ethisch und ökologisch einwandfreie Produkte entscheiden und zunehmend alle Marketinglügen durchschauen. Das Interesse aller mit einzubeziehen und die Lebensgrundlagen der zukünftigen Generation zu bewahren, sind Aspekte, mit denen sich die einflussreichen Gestalter der Welt beschäftigen müssen, um Nachhaltigkeit zu erlangen. „Gute“ Unternehmen und Marken denken zukünftig integriert und erzielen damit einen dreifachen Gewinn: einen menschlichen, ökologischen und ökonomischen, kurz „People, Planet, Profit“.

Als erstes Buch im deutschsprachigen Raum entwirft es einen überzeugenden Leitfaden, unterlegt mit praktischen Beispielen, der dem Leser die Erfolgsstrategie des integrierten Denkens fundiert und klar verständlich macht: „Damit können Sie als Mensch ein balancierteres, glücklicheres Leben führen, als Manager die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens und Marke stärken, sodass neben ökonomischem Erfolg auf positive Konsequenzen für die Gesellschaft und die Natur entstehen.“

Über den Autor:

Achim Feige, geboren 1968, Top-Managementberater und Markenspezialist, berät internationale Unternehmens- und Markenführer, attraktive und außergewöhnliche Marken mit hohem Wert zu kreieren. Als Redner und Seminarleiter zu den Themen Businessmodelle und Markenführung der Zukunft ist er in ganz Europa tätig. 2007 erschien sein Buch „BrandFuture. Markenwissen für Marktführer von morgen.“