

---

## Vorwort

Beim vorliegenden Band handelt es sich um eine Zusammenstellung von Beiträgen mit einer großen Bandbreite strategischer und marketingbezogener Themenaspekte, die im Kontext einer langfristig ausgerichteten erfolgreichen Entwicklung von Unternehmen von Bedeutung sind.

Das Werk zeichnet sich durch drei Besonderheiten aus: Sämtliche Hauptbeiträge weisen in unterschiedlicher Ausprägung empirische Bezüge zu spezifischen Gegebenheiten von Schweizer Unternehmen auf. Die Artikel sind durch eine ausgeprägte Gestaltungsorientierung gekennzeichnet und somit in hohem Masse praxisbezogen. Damit einhergehend wurden alle Forschungsbeiträge durch Autorentandems verfasst, die sich aus Praktikerinnen und Praktikern mit fundierter Kenntnis der Schweizer Unternehmenslandschaft sowie Lehrenden und Forschenden des Fachbereichs Wirtschaft der Berner Fachhochschule zusammensetzen.

Unser großer Dank gilt allen Autorinnen und Autoren für deren Engagement beim Erstellen des Sammelbandes. Wir danken auch allen unterstützend Mitwirkenden der Berner Fachhochschule, insbesondere Sabrina Weber, und des Springer Gabler Verlags.

Wir würden uns darüber freuen, wenn das Buch, auch über die Schweizer Grenzen hinaus, in der Unternehmenspraxis, bei Studierenden sowie Lehrenden und Forschenden auf breite Resonanz stößt und wir neue Perspektiven und Anregungen für das Management und akademische Weiterentwicklungen aufzeigen können. In diesem Sinne wünschen wir den Leserinnen und Lesern viel Spaß bei der Lektüre sowie Anregungen zu konkreten Umsetzungen und Handlungsempfehlungen.

Bern, im Mai 2015

Die Herausgeber

Unternehmensentwicklung

Strategien und Instrumente aus Forschung und Praxis

Tokarski, K.O.; Schellinger, J.; Berchtold, P. (Hrsg.)

2016, X, 309 S. 44 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00282-4