Christian Esser / Alena Schröder

DIE VOLLSTRECKER

Christian Esser / Alena Schröder

DIE VOLLSTRECKER

Rausschmeißen, überwachen, manipulieren.
Wer für Unternehmen die Probleme löst

C. Bertelsmann

Verlagsgruppe Random House FSC-DEU-0100
Das für dieses Buch verwendete FSC®-zertifizierte Papier
Munken Premium Cream liefert Arctic Paper Munkedals AB, Schweden.

1. Auflage
© 2011 by Autorengemeinschaft Christian Esser & Alena Schröder
© 2011 by C. Bertelsmann Verlag, München,
in der Verlagsgruppe Random House GmbH
Umschlaggestaltung: R·M·E Roland Eschlbeck
und Rosemarie Kreuzer
Satz: Uhl +Massopust, Aalen
Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck
Printed in Germany
ISBN 978-3-570-10096-7

www.cbertelsmann.de

INHALT

VORWORT 11

»RAUS, UND ZWAR SCHNELL!« 15

Von Rausschmeißern, Trennungsexperten und Sanierern 15

Ein harter Hund mit Ruhrpott-Schnauze: Sanierer Rüdiger Knaup verkündet schlechte Nachrichten 16

Schöne neue »Trennungskultur«: Wie Manager-coaches das richtige Kündigen lehren 33

Von Anwälten und Teufelskerlen: Wie Juristen bei der Entsorgung von Betriebsräten helfen 46

»So bringen Sie Ihren Betriebsrat auf Vordermann!« Die Methode Naujoks macht Schule 56

Prozess gegen eine Komapatientin: Wie eine Bahnhofsbuchhandlung ihre Betriebsräte unter Druck setzt 67

»Stets zur vollsten Zufriedenheit« – Jennifer Herbert schreibt Zeugnisse auf Bestellung 70

»KONTROLLE IST BESSER!« 77

Von Schnüfflern, Spionen und Sicherheitsexperten 77

Von Datenschutz und Datenschätzen: Wie Unternehmen ihre Mitarbeiter überwachen 79

»Alles, nur keine Polizei!« Wie Sicherheitsspezialisten Firmen bei Erpressung, Diebstahl und Spionage helfen 89

Alles eine Frage der Technik: Der Handel mit Wanzen, Minikameras, Peilsendern und Aufsperrwerkzeug boomt 108

DER KRISE DEN GESCHMACK DER KATASTROPHE NEHMEN 115

Von Schönfärbern, Grünwäschern und PR-Strategen im Gerichtssaal 115

Glänzen in der Katastrophe: Wie Krisen-PR-Agenten das Image ihrer Kunden retten 118

Im Gerichtssaal der Öffentlichkeit: Wie Litigation-PR-Agenten Prozesse beeinflussen 131

Angriff ist die beste Verteidigung: Konzerne nutzen Kampf-PR 148

Von »engagierten Bürgern«, gekauften Preisjurys und gezinkten Umfragen: Wie verdeckte PR Konzernen Glaubwürdigkeit verleihen soll 163

Nachwort 175
Dank 179
Literaturverzeichnis 181
Anmerkungen 183
Personen- und Sachregister 185

»It's a dirty job, but someone's gotta do it!«

JOHN WAYNE

VORWORT

Anfang letzten Jahres gelang einer kleinen Firma in der Bretagne der ganz große Coup: Sie entwickelte ein Kartenspiel, das innerhalb von wenigen Wochen zum Verkaufsschlager und heiß diskutierten Medienthema in ganz Frankreich wurde. »Plan Social« heißt das Spiel, bei dem alle Mitspieler mal so richtig die Kapitalistensau rauslassen dürfen. Wer als Erster alle seine Angestellten gefeuert hat, gewinnt. Wer Schwangere, Behinderte und Betriebsräte loswird, erntet Extrapunkte. Auch mit ein paar korrupten Politikern auf der Lohnliste müssen die Spieler fertigwerden. Dem Gewinner winkt die Aussicht, seine Produktion nun nach China verlagern zu dürfen, wo Arbeitskräfte noch so richtig schön billig zu haben sind.

Sicher, »Plan Social« ist eine Satire, eine Art Mittelfinger, der lachend in Richtung Großkapital ausgestreckt wird. Wenn den Millionen Arbeitslosen in einer immer mehr auf Effizienz und Profit getrimmten Welt nichts anderes übrig bleibt, als in der Kneipe Karten zu spielen, dann sollen sie sich doch wenigsten dabei einmal wie echte Bosse fühlen dürfen.

Aber wie fühlt sich eigentlich ein »echter Boss« beim Exekutieren eines realen Sozialplans?

Schwer zu sagen, denn Topmanager lassen sich nicht gern in die Karten, geschweige denn in die Seele gucken.

Von einer gewissen Abgebrühtheit darf man wohl ausgehen bei denen, die es bis an die Spitze eines Unternehmens geschafft haben. Und in vielen Fällen auch eine gewisse Entfremdung von der Lebenswelt ihrer Mitarbeiter.

Es gibt jedoch Situationen, in denen diese Lebenswelt eine ganz entscheidende Rolle spielt, egal, ob man einen Großkonzern leitet oder einen mittelständischen Betrieb. Nämlich dann, wenn der Karren im Dreck steckt, wenn es eine Krise gibt. Wenn Entlassungen anstehen, wenn es Sicherheitsprobleme gibt oder wenn Skandale das Überleben der Firma gefährden.

Harte Entscheidungen fällen – das können die allermeisten Manager noch ganz gut. Wenn es jedoch darum geht, diese Entscheidungen auch umzusetzen, sieht es schon ganz anders aus. Deshalb tun Entscheidungsträger in solchen Situationen gern das, was sie am besten können: Sie delegieren. Und zwar an eine wachsende Zahl von Dienstleistern, die darauf spezialisiert sind, Unternehmern all die unangenehmen, lästigen und komplizierten Dinge abzunehmen, denen sie sich selbst nicht stellen wollen oder nicht stellen können.

Zum Beispiel einem Mitarbeiter zu sagen, dass er seinen Job verliert. Oder dafür zu sorgen, dass ein engagierter Betriebsrat endlich Ruhe gibt oder aus der Firma verschwindet.

Auch beim Thema Sicherheit können Firmenchefs auf immer mehr Experten bauen, die wahlweise die Belegschaft umfassend überwachen oder sich mit chinesischen Industriespionen und russischen Mafiosi anlegen. Und wenn ein Lebensmittelskandal oder eine Umweltschweinerei auf den Firmenumsatz drücken und die Kunden verprellen, finden

sich mittlerweile viele Imagekosmetiker, die es schaffen, den Laden und seine Besitzer wieder in hellem medialem Glanz erstrahlen zu lassen.

Ohne diese Vollstrecker, Aufräumer und Problemlöser geht inzwischen nichts mehr in der deutschen Wirtschaft. Sie erledigen die Dreckarbeit, bei der sich das Management nicht die Finger schmutzig machen will. Sie übernehmen das Steuer, wenn die Chefetage mit der Lösung des Problems überfordert ist. Sie kennen die miesen Tricks und die flexiblen Lösungen. Und einige touchieren bei der Ausübung ihres Jobs auch mal moralische oder legale Grenzen, was sie zu perfekten Sündenböcken macht, sollte die ganze Sache doch schiefgehen oder ungewollt öffentlich werden. Kaum eine Firmeninsolvenz, bei der sich der Hass von Belegschaft und Gewerkschaft nicht gegen die »erbarmungslosen Sanierer« richtet, die im Auftrag des Managements harte Schnitte beim Personal durchsetzen. Kein Überwachungsskandal – ob bei Lidl, Telekom oder Deutscher Bahn –, bei dem die Konzernspitze nicht auf den »übereifrigen Dienstleister« verwiesen hätte, der angeblich ungefragt den Datenschutz und die Grundrechte von Arbeitnehmern missachtet und viel mehr Material geliefert habe als ursprünglich bestellt.

Was aber sind das für Menschen, die für die Entscheidungen anderer den Kopf hinhalten, für Manager die Kastanien aus dem Feuer holen und flexibel mit der Wahrheit umgehen, um andere gut dastehen zu lassen? Schurken? Retter in der Not? Oder einfach nur Menschen, die für Geld alles machen?

Die Antwort auf diese Frage ist nicht ganz leicht. Unter

den Vollstreckern gibt es harte Hunde und geschmeidige Sympathen, windige Typen und ehrliche Häute. Solche, die mit ihrem Job sehr viel Geld verdienen, und andere, die kaum über die Runden kommen. Was sie antreibt, ist die Überzeugung, mit ihrer Arbeit mehr zu erhalten als zu zerstören. Einen Job zu machen, der manchmal auch schmutzig ist, aber eben nun mal gemacht werden muss, wenn die Dinge in unserem Land funktionieren sollen.

Vielleicht könnte in die nächste Auflage von »Plan Social« ja auch ein Vollstrecker aufgenommen werden – als Joker. Oder als letztes Ass im Ärmel aller Möchtegernbosse.

»RAUS, UND ZWAR SCHNELL!«

Von Rausschmeißern, Trennungsexperten und Sanierern

Ryan Bingham hat einen sehr speziellen Job: Er muss Menschen, die gerade ihren Arbeitsplatz verloren haben, diesen Umstand als die Chance ihres Lebens verkaufen.

»Jeder Mensch, der je die Welt verändert hat, war einmal in Ihrer Lage. Und gerade deshalb war es ihm möglich, all das zu erreichen.« Das ist das Mantra, das er seinen Klienten mit auf den Weg gibt, nachdem er ihnen gesagt hat, dass sie gefeuert wurden.

Ryan Bingham selbst hat keine Angestellten, er arbeitet für ein Unternehmen, das eine besondere Dienstleistung anbietet: Kündigungsgespräche führen. Wo der Chef zu feige oder zu beschäftigt ist, um seinen Mitarbeitern selbst die traurige Nachricht zu überbringen, ist er zur Stelle. Er sagt die entscheidenden Sätze, überreicht eine Broschüre mit nützlichen Tipps zur Jobsuche und hält die Reaktionen seines fassungslosen Gegenübers aus: »Wieso ich? Wie soll ich das meiner Frau/meinem Mann sagen? Wovon soll ich leben? Und das ist der Dank nach zwanzig Jahren harter Arbeit für die Firma?«

Bingham hat ebenso gute wie schwammige Antworten

auf all diese Fragen, er lässt die Tränen und Wutausbrüche an sich abperlen und zieht mit seinem Rollkoffer wieder ab, auf zum nächsten Kunden.

Ryan Bingham ist nicht real, er ist eine Filmfigur, gespielt von George Clooney in dem Hollywoodfilm »Up in the air«. Kaum vorstellbar, dass es so etwas auch bei uns geben könnte: Leute, die hauptberuflich anderen Menschen kündigen, und Chefs, die diese Aufgabe tatsächlich an einen externen Dienstleister abtreten, weil sie sich der Aufgabe nicht gewachsen fühlen oder schlicht keine Lust auf unangenehme Szenen haben. Und doch gibt es sie: eine stetig wachsende Schar von Experten, die Firmenchefs alle lästigen Dinge rund ums Personalwesen abnehmen – vom Kündigungsgespräch über das juristisch fundierte Rausschmeißen von Betriebsräten bis hin zum Schreiben von Arbeitszeugnissen.

Ein harter Hund mit Ruhrpott-Schnauze: Sanierer Rüdiger Knaup verkündet schlechte Nachrichten

Die Welt des Personalwesens, in der man nicht »feuern«, »kündigen« oder »rausschmeißen«, sondern »freisetzen« und »abbauen« sagt, die Welt, in der von »Offboarding-Prozessen« und »Change-Management« die Rede ist, wenn Massenentlassungen anstehen – diese Welt ist nicht die Welt von Rüdiger Knaup. Der Bochumer Rechtsanwalt ist ein Mann der klaren, ungeschönten Worte. Nie würde er auf die Idee kommen, eine Kündigung als »Chance für einen Neuanfang« zu verkaufen. Seine Maxime lautet: Das

Fairste und Beste, was man einem Menschen, der seinen Arbeitsplatz verliert, mit auf den Weg geben kann, ist die ganze, brutale Wahrheit. Aus purer Feigheit Hoffnung aufkeimen zu lassen, wo keine Hoffnung mehr ist, kommt für ihn nicht infrage.

Rüdiger Knaup hat in seinem Leben rund 35 000 Menschen entlassen, so viel wie wahrscheinlich kaum jemand sonst in Deutschland. Seine Kanzlei berät sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer, einen Namen hat er sich aber vor allem als knallharter Sanierer gemacht: Er begleitet Unternehmen bei Einzel- und Massenentlassungen, bei Standortschließungen und -zusammenlegungen. Er prüft das betriebswirtschaftliche Warum und das juristische Wie, handelt Sozialpläne und Abfindungen aus. Vor allem aber ist er der Überbringer der schlechten Nachrichten: »Sie verlieren Ihren Arbeitsplatz, es ist beschlossen und nicht mehr zu diskutieren. Es geht nicht mehr um das Ob, es geht nur noch um das Wie« – das ist die Botschaft, die er zu verkünden hat.

Dabei ist Rüdiger Knaup, Jahrgang 1961, schon rein optisch das genaue Gegenteil von George Clooney: eine massige Gestalt mit einer Vorliebe für Fanta und Moods-Zigarillos, ein Fußballfan mit Ruhrpott-Zungenschlag und rustikalem Humor.

»Ich bin ehrlich, authentisch, gerade und im besten Sinne des Wortes brutal«, sagt er über sich selbst. Er spricht gern mit unverhohlener Verachtung über die aalglatten, blutjungen »Berater-Kerlchen« in ihren Kommunionsanzügen, die für Millionengagen in Unternehmen gehen, ein paar Powerpointpräsentationen aus dem Ärmel schütteln,

pauschal empfehlen, dreißig Prozent Personalkosten einzusparen, und dann wieder abrauschen. »Da denke ich immer: Jungchen, wenn du so genau weißt, wie es geht, dann mach doch deine eigene Firma auf!«, sagt Knaup.

In der Regel waren die Berater-Kerlchen schon da, wenn Knaup von der Unternehmensführung angerufen wird. Die »Maßnahme« ist beschlossen, Knaup soll sie umsetzen.

»Die Erstgespräche führe ich nie in meiner Kanzlei, sondern immer vor Ort in der Firma«, sagt er. Er will sich ein Bild machen von der Stimmung im Unternehmen und vom Sinn des Personalabbaus. »Wenn ich dann zwei Stunden bei einem Geschäftsführer im Büro sitze, und da klingelt kein einziges Mal das Telefon, und keiner kommt rein und will was von dem, dann weiß ich: Hier ist keine Thermik im Laden, der weiß überhaupt nicht, was in seinem Unternehmen wirklich los ist. Der zieht sich nur ein paar Zahlen aus dem Computer und trifft dann irgendwelche Entscheidungen.«

Auf der anderen Seite gibt es die Firmenpatriarchen, die so verwachsen sind mit ihrem Unternehmen, dass sie notwendige Schnitte einfach nicht übers Herz bringen und so lange an alten Strukturen festhalten, bis nichts mehr zu retten ist. Ohne einen Vollstrecker wie Knaup, der auch der alleinerziehenden Mutter oder dem vierfachen Familienvater mit Immobilienkredit und null Chancen auf dem Arbeitsmarkt ins Gesicht sagen kann, dass er seinen Job verliert, führe der ganze Laden gegen die Wand.

Wo es den Indianern an den Kragen geht, sind bei Knaup jedoch auch die Häuptlinge nicht sicher: Ein Firmenchef, der seine Belegschaft halbiert, aber seine Ehefrau

ganz oben auf der Gehaltsliste stehen lässt, weil die ab und zu den Schreibtisch aufräumt, wird damit nicht durchkommen. Und wenn Knaup feststellt, dass nicht etwa ein Personalüberschuss, sondern die Geschäftsführung das eigentliche Problem im Unternehmen ist, dann sagt er das auch.

Unter anderem deshalb ist Knaup Gewerkschaftern nicht nur als »Jobkiller« bekannt, sondern auch als fairer, wenngleich eisenharter Verhandlungspartner. Er spielt stets mit offenen Karten und verschweigt nichts, das ist sein Arbeitsstil. Gerade in mittelständischen Unternehmen, die sich rühmen, seit Jahren die Bildung eines Betriebsrats verhindert und sich die Gewerkschaft vom Hals gehalten zu haben, ist es oft Knaups erste Amtshandlung, einen Betriebsrat zu gründen. »Nach Schichtende rufe ich die Wortführer in der Belegschaft in der Kantine zusammen, lege die Karten auf den Tisch und alle Unternehmenszahlen offen, sage ihnen ganz klar, was ansteht, und frage die: ›Wollt ihr euch nicht als Betriebsrat wählen lassen? Eure erste Amtshandlung wird sein, mir zu sagen, welche siebzehn Kollegen ich hier entlassen soll. Das muss sein, sonst dreht die Bank der Firma in vier Wochen den Hahn zu, und wir können den Laden schließen.‹ Diese Ansage mache ich in der Regel freitags, am Montagmorgen will ich dann eine Entscheidung.«

Es ist nicht so, dass Rüdiger Knaup mit den Gewerkschaften kuschelt. Wenn ein Betriebsrat glaubt, man könne ihn, den feisten Anzugträger, in Verlegenheit bringen, indem man ein Verhandlungstreffen für morgens um sechs terminiert, schlägt Knaup vor, lieber um fünf Uhr anzufangen, um noch eine Stunde länger Zeit zu haben.

Eine seiner Lieblingsanekdoten erzählt die Geschichte

eines verhinderten Streiks bei seinem alten Arbeitgeber: Der Betriebsrat hatte mehrere Busse vors Werktor bestellt, um die Belegschaft zu einer Kundgebung zum Marktplatz fahren zu lassen. Knaup, damals Personalvorstand, ließ kurzerhand selbst ein paar Busse vorfahren. Die brachten die Belegschaft allerdings nicht zur Kundgebung, sondern zum Düsseldorfer Weihnachtsmarkt. Von Streik wollte danach keiner mehr etwas wissen, sehr zum Ärger des Betriebsrats.

Heute ist Knaup froh, wenn es einen Betriebsrat im Unternehmen gibt, denn der erleichtert ihm die Arbeit für seine Mandanten: Mit dem Betriebsrat kann er einen für alle Mitarbeiter gültigen Sozialplan erarbeiten. Am leichtesten in den Wochen vor Weihnachten, wenn alle Beteiligten eigentlich die Feiertage einläuten und das leidige Thema schnell mit dem alten Jahr hinter sich lassen wollen. »Wenn ich dann die möglichen Abfindungssummen in den Raum stelle, sehe ich doch, wie die meisten in der Belegschaft im Kopf schon mal anfangen zu rechnen und sich ausmalen, was sie mit dem Geld alles anfangen könnten: die Mallorcareise, das neue Auto, die Polstergarnitur«, sagt Knaup. Ein bisschen käuflich seien wir schließlich alle.

Rüdiger Knaup kann morgens gut in den Spiegel schauen. Das betont er gern, denn es ist die Frage, die ihm immer wieder gestellt wird: Wie hält man das aus, Tag für Tag anderen Menschen den Boden unter den Füßen wegzuziehen? Kann so ein Job Spaß machen?

Kann er, aber nur, solange Knaup das Gefühl hat, dass sein Einsatz eine Firma und damit die übrigen Arbeitsplätze rettet. Den schleichenden Niedergang eines Firmenimperiums hat er am eigenen Leib erfahren und dabei auch,

wenn man so will, sein Handwerk gelernt: Vierundzwanzig Jahre lang war er Angestellter bei Steilmann, einst Europas größtem Bekleidungshersteller. Schon als Schüler hatte er dort gejobbt, für 7,50 Mark die Stunde, schließlich arbeitete er sich bis zum Personalvorstand hoch. Im Jahr 1993 machte das Unternehmen zum ersten Mal in seiner Unternehmensgeschichte keinen Gewinn mehr. Es zeichnete sich längst ab, dass das Produzieren von Kleidungsstücken in Deutschland wirtschaftlich kaum noch zu vertreten war, wenn einige Kilometer östlich, jenseits der Grenze, für die Hälfte produziert werden konnte. Da war es Knaup, der die schmerzhaften Einsparungen kommunizieren und umsetzen musste. »Der alte Steilmann war ein richtiger Patriarch. Der hat die Leute nur eingestellt, aber denen ins Gesicht zu sagen: ›Du bist raus!‹ – das hat er nicht fertiggebracht. Es gab nur so eine kleine Randbemerkung in meine Richtung, und ich wusste, was ich zu tun hatte.«

Bis 2005 machte Steilmann siebenundvierzig Produktionsbetriebe dicht und reduzierte seine Stammbelegschaft von 9000 auf 484 Mitarbeiter. Mit jedem Einzelnen von ihnen führte Knaup das Kündigungsgespräch: mit Freunden, die er seit der Schulzeit kannte, mit Kollegen, die ihr ganzes Arbeitsleben bei Steilmann verbracht hatten. Auf der Kommunion seines Sohnes sah er in der Kirche in lauter Gesichter von Menschen, denen er gerade erst das Ende ihres Arbeitslebens verkündet hatte.

2005 kündigte er selbst. »Ich wollte das nicht mehr, das hat mich alles angekotzt«, sagt er heute. Knaup sah sich nur noch als Kehrdienst für einen riesigen, immer größer werdenden Scherbenhaufen. Und da auf viele Versprechun-

gen, dass dies nun definitiv die letzte »Personalanpassung« sei, doch jedes Mal weitere Entlassungen folgten, ging er schließlich selbst. Um seine Glaubwürdigkeit nicht zu verlieren, wie er sagt.

Apropos Glaubwürdigkeit: Ob Knaup garantieren könne, dass seine Auftraggeber wirklich nur das Wohl ihrer Firma und die Rettung der verbleibenden Arbeitsplätze im Sinn hätten und nicht etwa immer höhere Renditen, wird er immer wieder gefragt. Nein, garantieren könne er das nicht, gibt er zu. Aber in aller Regel seien diese Personalkürzungen sinnvoll und richtig.

Zum Beispiel Nokia: Der Handyhersteller hatte 2008 seinen Bochumer Standort dichtgemacht und rund 2300 Menschen in die Arbeitslosigkeit geschickt, trotz satter Unternehmensgewinne. »Die haben gesehen: Noch läuft es gut, aber das wird nicht so bleiben«, erklärt Knaup. »Also lasst uns jetzt den Laden dichtmachen, solange wir das noch in Ruhe und einigermaßen sozialverträglich durchziehen können. Das ist allemal besser, als erst in drei Jahren damit anzufangen, wenn uns das Wasser bis zum Hals steht.«

Lächerlich findet Knaup den Aufmarsch von empörten Politikern und Gewerkschaftsbossen, die sich in solchen Fällen mit dem Megafon vors Fabriktor stellen, Boykotte fordern und in jedes Mikrofon posaunen, dass sie für diese Arbeitsplätze kämpfen würden bis zum letzten Blutstropfen – wohl wissend, dass es nichts mehr zu ändern gibt.

Wenn Knaup dann bei Betriebsversammlungen auf der Bühne steht und eiskalt sagt: »Der Laden hier wird dichtgemacht, so wahr ich hier stehe, Punkt, Ende, aus!«, dann fliegen ihm natürlich nicht die Herzen der Belegschaft zu.

Doch wenn die Lokalpolitiker und die Funktionäre längst wieder abgerauscht sind und es darum geht, Abfindungen und Sozialpläne auszuknobeln, kommt es durchaus vor, dass es in der Belegschaft heißt: »Der Knaup hat uns wenigstens die Wahrheit gesagt.«

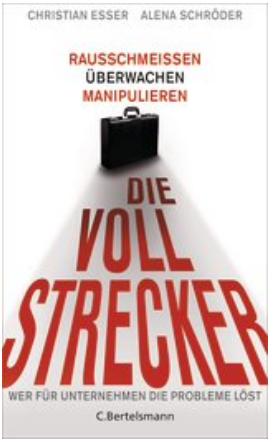
Und wie sagt man sie nun, die Wahrheit? Rüdiger Knaup führt Entlassungsgespräche gerne freitags. So kann der Gekündigte danach erst mal ins Wochenende gehen und muss nicht noch tagelang wie Falschgeld durch die Firma laufen. »Viele Personaler machen das gern am Montag und lassen sich das ganze Wochenende vorher zu Hause noch ein bisschen aufpäppeln, so in der Art: ›Oh, Papi hat es schwer, der muss ein ganz schwieriges Gespräch führen am Montag!‹«, erzählt er.

Knaup führt die Gespräch am liebsten allein, damit es gar nicht erst zu Diskussionen kommt. Einen Firmenchef oder Vorgesetzten, der sich im Personalgespräch in Fragen nach dem Warum und Wieso verstrickt und sich am Ende zu einem »Vielleicht schauen wir noch mal …« hinreißen lässt, kann er nicht gebrauchen. Knaup sagt klipp und klar: »Sie werden entlassen. Daran ist nichts mehr zu ändern. Sie können vors Arbeitsgericht gehen und haben da auch gute Chancen, den Prozess zu gewinnen. Wir wollen aber trotzdem, dass Sie gehen. Hier ist das Abfindungsangebot, das wir Ihnen machen können.«

Knaups Erfahrung zeigt: Einfache Arbeiter und Angestellte nehmen die Nachricht mit deutlich mehr Würde und Fassung auf als leitende Angestellte. Wenn tatsächlich Tränen fließen oder jemand ausflippt, dann sind es in der Regel Entscheidungsträger: »Die sind meistens völlig fassungs-

C.Bertelsmann

UNVERKÄUFLICHE LESEPROBE



Christian Esser, Alena Schröder

Die Vollstrecker
Rausschmeißen, überwachen, manipulieren
Wer für Unternehmen die Probleme löst

ORIGINALAUSGABE

Paperback, Klappenbroschur, 192 Seiten, 12,5 x 20,5 cm
7 s/w Abbildungen
ISBN: 978-3-570-10096-7

C. Bertelsmann

Erscheinungstermin: Februar 2012

Brisanter Report über fragwürdige Unternehmenspraktiken

Entlassungen, harte Bandagen im Umgang mit Betriebsrat und Angestellten, diskrete Überwachung und ausgebuffte PR für fragwürdige Geschäfte – professionelle »Problemlöser« bieten sich für die ungeliebten Arbeiten in Unternehmen an. Die Autoren schauen hinter die Kulissen einer sehr speziellen Dienstleistungsbranche, die boomt. Wer sind die »Fire«-Profis, die für Konzerne die Drecksarbeit übernehmen, was treibt Anwaltskanzleien in die trüben Gewässer der »kreativen Kündigungsgründe«? Wer fängt für die Unternehmen Wirtschaftskriminelle, Spione oder einfach nur Blaumacher? Und wie lassen PR-Strategen Firmen und ihre Manager selbst bei Umweltkatastrophen oder Lebensmittelskandalen gut aussehen?

Dieser Report stellt die wahren Aufräumer der deutschen Wirtschaft vor, fragt nach ihren Motiven und enthüllt ihre Methoden und Strategien.

Der Titel im Katalog