

[Free pdf] Mr. Amazon: Jeff Bezos und der Aufstieg von amazon.com

## Mr. Amazon: Jeff Bezos und der Aufstieg von amazon.com

Von Richard L. Brandt

DOC | \*audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



 Download

 Read Online

Produktinformation - Verkaufsrang: #515134 in BcherVerffentlicht am: 2012-03-31Abmessungen: 8.78 x .87b x 5.831, Einband: Gebundene Ausgabe200 Seiten | File size: 33.Mb

**Von Richard L. Brandt : Mr. Amazon: Jeff Bezos und der Aufstieg von amazon.com** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Mr. Amazon: Jeff Bezos und der Aufstieg von amazon.com:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen13 von 15 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Wie wurde, was es istVon H. P. Roentgen steht in der Kritik wegen seiner Leiharbeit. Aber warum ist es überhaupt so gro

geworden? Das zeigt dieses Buch. Die einen hassen es, weil es angeblich die deutsche Buchkultur bedrohe, die anderen lieben es, weil es so anwenderfreundlich sei. Aber kalt lässt niemanden. Richard Brandt schildert die Entwicklung Jeff Bezos, des Gründers und die Entwicklung von der kleinen Start-Up Klitsche bis zu dem Giganten heute. Das ist interessant, weil es so manche Falschmeldung korrigiert und auch daran erinnert, dass vieles, das wir heute für selbstverständlich erachten, erfunden wurde und das oft gegen die Mahnungen von Kritikern. Als seine Leserrezensionen online stellte, erklärte es die Konkurrenz für verrückt, weil es auch negative Kritiken zuließ. Der Gründer Jeff Bezos war von frühester Jugend an ein Nerd, der sich in Computer verliebte, als er den ersten Zug zum Gesicht bekam. Diese Liebe dauert bis heute an. Aber er war auch eine Leseratte, die sämtliche SF-Bücher las, die sie bekommen konnte. Logischerweise studierte er Computing Science, legte eine steile Karriere hin und beschäftigte sich mit der Vernetzung von Computern. Als das Internet entstand, erkannte er sofort die Möglichkeiten, die es bot. Und er wollte das Beste und größte virtuelle Kaufhaus schaffen, eines, das kundenfreundlicher war als alle anderen. Eigentlich hätte er mit jedem beliebigen Produkt sein Projekt starten können, doch er wählte aus drei Möglichkeiten aus, die er kannte: Software, Bücher und Musik. Perfektionistisch, pedantisch wie er war, wog er die Vor- und Nachteile jedes der drei ab und startete mit Büchern. Diese perfektionistische Planung, die fanatische Sucht, auch jedes noch so unwichtige Detail in die Planung einzubeziehen, sollte auch später der wichtigste Grund für seinen Erfolg sein. Dass er aber Wirtschaftswissenschaftler studiert habe und nach deren Vorgaben seinen Erfolg berechnete, stimmt nicht. Ebenso falsch ist die Behauptung, dass er gar keine Beziehung zu Büchern hat. In seiner Jugend war er eine Leseratte und ist mit einer Schriftstellerin verheiratet, die für Toni Morrison gearbeitet hatte. Im Gegenteil, die Geschichte seines ist reich an Beispielen, dass Bezos keinerlei Hemmungen hatte, gegen eherne Wirtschaftsgesetze zu verstößen und Risiken einzugehen. Die ersten Jahre bis ins Jahr 2000 machte nicht nur keinen Profit, Bezos verkündete gar, dass dies sein Ziel sei. Er wolle erst das perfekte anwenderfreundliche Kaufhaus schaffen, dann werde der Profit schon kommen. Die Dot-Com Blase 2000 zwang ihn dann doch zu profitsteigernden Maßnahmen wie Massenentlassungen und Einsparungen. Ein wesentlicher Grund für den Erfolg war auch die Bereitschaft, auf die Kunden zu hören. Kaum eine andere Firma nahm Kundenbeschwerden oder Anregungen so ernst wie und auch innerbetrieblich war die Bereitschaft, mit neuen Ideen zu experimentieren weit größer als üblich. Kein Wunder, dass in Umfragen immer wieder die Nummer eins bei Kundenzufriedenheit wurde. Eine weitere Konstante in Jeff Bezos' Plänen war der Glaube, dass Computeralgorithmen Kunden besser beraten können als menschliche Verkäufer. Darüber wird immer noch heftig gestritten, Fakt ist, dass sie "Andere Kunden haben auch gekauft"-Hinweise oft erstaunlich gut funktionieren. 2000 wollte Bertelsmann zusammen mit der amerikanischen Buchhandelskette Barnes and Nobles sein Wachstum stoppen. Beide waren damals noch erheblich größer und einflussreicher als der Newcomer, der keine Gewinne machte. Wallstreet-Analysten war klar, wer der Gewinner sein würde: Natürlich Bertelsmann. Sie irrten, übrigens nicht zum letzten Mal. Als mit dem Lesegerät Kindle auf den Markt kam, hatten schon mehrere Firmen mit solchen Geräten Schiffbruch erlitten. Doch Jeff Bezos wiederholte nicht die Fehler seiner Vorgänger. Der Kindle war passgenau auf die Leser zugeschnitten, Perfektionismus und Liebe zum Detail sorgten dafür, dass er kein Flop wurde wie seine Vorgänger. Wie sehr sein Erfolg darauf beruht, dass es kundenorientiert arbeitet, zeigt sich oft im Detail. Seit vielen Jahren gibt es dort Leseproben - die Konkurrenz hat es bis heute nicht verstanden, wie wichtig dies ist und bietet das nur in Ausnahmefällen an. Das Buch beschäftigt sich hauptsächlich mit dem Aufstieg seines, die Entwicklung der letzten Jahre ist eher oberflächlich beschrieben. Wer etwas über Jeff Bezos' Privatleben erfahren will, wird ebenfalls enttäuscht. Das Buch handelt von und Bezos' Firmenphilosophie, privates findet sich fast gar nicht. Interessant ist natürlich die Entwicklung von und auch diese Mischung aus Geschäftssinn mit der fast schon fanatischen Vision, dass Software und Vernetzung die Menschen und vor allem die Kunden glücklich machen werde. Ähnliches findet sich bei Apple, Steve Jobs scheint ein Zwillingenbruder von Jeff Bezos zu sein, was seine berufliche Karriere angeht. Die gleiche Hingabe an Details, verbunden mit visionärem Blick auf die neuen Möglichkeiten, die die Digitalisierung bietet, Geschäftssinn gepaart mit einer fast religiösen Vision, der man alles hintanstellt. In diesem Punkt irrt das Buch, das behauptet, Steve Jobs habe eine Vision gehabt, Jeff Bezos denke nur an den Profit. Das Buch selbst zeigt das genaue Gegenteil. Auf die deutschen Verhältnisse geht das Buch so gut wie gar nicht ein, es fokussiert auf den amerikanischen Markt. Dabei wäre ein Kapitel über die Entwicklung seines in Deutschland mehr als interessant gewesen, das Erstaunliche ist ja, dass auch in Deutschland groß geworden ist. Obwohl es die amerikanische Methode, Bücher mit hohen Rabatten anzubieten, hier gar nicht wiederholen konnte. Fazit: Wer wissen will, warum so erfolgreich, so groß wurde, der erfährt es hier. Ein gutes Buch das zeigt, dass nicht aufgrund irgendwelcher bösen Mächte groß wurde, sondern aufgrund seiner Kundenorientierung. 5 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Unbedingt lesen, auch für Nicht-Fans geeignet. Von Maxi T. Eines darf man wohl gleich vorweg bemerken: Jeff Bezos Golden Retriever-Hündin Kamala ist dem Autor auf jeden Fall sympathischer als ihr Halter. Trotzdem gelingt es Richard Brandt, nach einem Anfang, der sich wie ein Bezos-Abwatschen anfühlt, sehr anschaulich zu beschreiben, was der -Gründer auf die Beine gestellt hat. Vor allem aber räumt er gründlich mit dem Mythos auf, dass alle Entrepreneurs mit einem gigantischen Glücksgriff ganz reich und ganz sorgenfrei werden. Jeff Bezos ist keineswegs sorgenfrei ebenso wenig wie aber er war, ist und bleibt ein Visionär, wie sie jede Generation nur in winziger Zahl hervorbringt, und das vermittelt uns Brandt auf eine heraus unterhaltsame und angemessen kritische Weise. Wir lernen Jeff Bezos als zwar schrullige, aber enorm zielbewussten Unternehmer kennen, der sich durch nichts von seinen Idealen abbringen lässt. Umso netter

ist, dass das Buch keinerlei Vorgriffe wagt, sehr wohl ein Scheitern des ganzen -Unternehmens offenst okay, das ist nicht nett aber am Ende hat uns Richard Brandt erzählt, wie jemand solch ein Wagnis aus dem Boden stampfen konnte und damit zum beliebtesten Online-Versand der Welt avancierte. Nach der Lektüre wünscht man Jeff Bezos eigentlich nur, dass .com uns bleibt und er irgendwann auf dem Mond landet (und das ist positiv gemeint). Das Buch ist so unterhaltsam, dass man es selbst Nicht--Fans empfehlen möchte. Unbedingt lesen! 5 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Unternehmergeschichte mit kritischen Untertönen Von Fuchs Werner Dr. Seit Robert Spector die erste Biographie des -Gründers veröffentlichte, sind zwölf Jahre vergangen, in denen sich im Internethandel so viel veränderte, dass sich eine Fortsetzung dieser Unternehmergeschichte geradezu aufdrängte. Geschrieben hat sie Richard L. Brandt, ein amerikanischer Journalist, der seit mehr als zwei Jahrzehnten über Wissenschaft, Technologie und Wirtschaft berichtet. Und weil Brandt vor seiner Tätigkeit als Journalist Ingenieurwissenschaften studierte, erfährt der Leser in diesem Buch auch viel über die Software, die hinter steht. Ein Insiderbericht ist diese Biographie nur bedingt, da Brandt selber nie bei arbeitete und dem Gründer des weltweit größten Internethändlers nur bei kurzen Interviews nahe kam. Trotzdem hat man als Leser oft das Gefühl, man bekomme Einblicke in die innersten Kreise. Das ist gutes journalistisches Handwerk und verdient Respekt. Im Nachhinein sind alle klüger. Vor allem diejenigen, die lieber an Erfolgen anderer herumklopfen und selten mutige Entscheidungen treffen. Daher ist es richtig, wenn Richard L. Brandt immer wieder auf Situationen hinweist, in denen Jeffrey Preston Bezos handelte, während andere nur diskutierten und dachten. Zudem verlief die Erfolgsgeschichte von ja alles andere als geradlinig. Wir wollen das Unternehmen sein, das sich am konsequentesten von allen an den Kunden orientiert und in dem sie alles finden und entdecken, was sie online kaufen möchten. Mit diesem Satz aus dem Firmenleitbild beginnt das Buch. Und wie weit er auch wirklich umgesetzt wird, mag jeder selber entscheiden. Jedenfalls spricht Richard L. Brandt durchaus von Situationen, Vorgängen und Zeiten, in denen wohl mancher Kunde an diesem Bekenntnis zweifelte. Sicher ist, dass es eine außergewöhnliche Geschichte ist, wenn ein Mann 18 Milliarden Dollar auf seinem Konto hat, obwohl sein gegründetes Unternehmen noch nicht einmal das Zwanzigste feiern konnte. Aber was für viele erfolgreiche Unternehmer zutrifft, sehen wir auch bei Jeff Bezos: In erster Linie geht es darum, einer Idee zum Durchbruch zu verhelfen und nicht darum, möglichst bald viel Geld zu verdienen. Und wenn sich diese Haltung später verändert, ist das zwar bedauerlich, aber durchaus kein Einzelfall. Das letzte Kapitel Schritt für Schritt mutig voran zeigt allerdings, dass der Unternehmerteufel von Jeff Bezos ungebrochen ist. Denn als 2000 dem Untergang geweiht schien, zog Bezos ein Geschäft auf, das um einiges verrückter ist als der Internethandel. Jeff Bezos will in den Weltraum. Und er will sogar, dass sich möglichst viele Leute diesen exklusiven Ausflug leisten können. In den Weltraum wollte Bezos schon als Kind, wie wir in diesem Buch erfahren. Und die Alternative zum Astronauten war Archäologie. Dass alles ganz anders kam, hat natürlich auch mit dem Zufall zu tun. Aber nicht nur. Denn das Unternehmertum hatte der blitzgescheite Bezos offenbar schon als Junge im Blut. Und als die Welt durch das Internet plötzlich zu einem riesigen Marktplatz wurde, berlegte sich Bezos, welches Produkt sich am besten im Web verkaufen lässt. Auf die Antwort, dass sich Bücher besonders gut eignen, hätten auch andere kommen können. Allen voran die Buchhändler selber. Aber als sie endlich darauf kamen, war es bereits zu spät. Denn Jeff Bezos hatte den Platz ganz vorne mit einer Software besetzt, die andere erst verstehen und entwickeln mussten. Und vor allem war er von seiner Idee überzeugt, hatte den notwendigen Enthusiasmus und viel Durchhaltewillen. Zudem ist Bezos, und das halte ich für eine seiner wichtigsten Eigenschaften, ein guter Beobachter. Mein Fazit: Wie so viele erfolgreiche Unternehmer kann auch Jeff Bezos ein unangenehmer Zeitgenosse für sein Umfeld sein. Aber das trifft ja auch für viele Menschen zu, die lieber jammern und kritisieren als selber anzupacken und einer Vision zu folgen. Da der Autor dieser Biographie kein klassischer Schmeichler ist, sondern auch viel von Software und Unternehmertum versteht, erfahren wir in seinem Buch auch, was hinter den Kulissen eines Internethändlers braucht, um besser als die Konkurrenz zu sein.

Pressestimmen-Gründer Jeff Bezos hat mit seinem Internetportal den Buchhandel auf den Kopf gestellt. Sein Biograf Richard L. Brandt schlüsselt auf, welche Strategien zum bahnbrechenden Erfolg des Unternehmens geführt haben und was Jeff Bezos Persönlichkeit dazu beigetragen hat. Sympathisch ist, dass das Buch im Vergleich zu anderen Biografien schon auf den ersten Blick aus der Reihe tanzte: Auf dem Cover prangt nicht das bliche Porträt des Protagonisten, stattdessen macht nur eine schlichte schwarze Fläche auf den -Gründer neugierig. Und mit nicht einmal 200 Seiten beschränkt sich die Biografie auf das Wesentliche eine seltene Tugend in dieser Sparte. Die Lobeshymnen auf Jeff Bezos mögen etwas gar berschwänglich sein, aber ansonsten empfiehlt getAbstract dieses flüssig und packend geschriebene Buch allen, die sich für die Unternehmensgeschichte von und für Innovationen im E-Commerce-Bereich interessieren. (getabstract (10/2012)) Und so sind die Informationen in dem Buch, die sich mit der Vita von Bezos beschäftigen, besonders aussagekräftig - der Markt allein hätte mehrfach Gelegenheit gehabt, den Garaus zu machen. (missler, Mai 2012) Mr. ist ein Plädoyer für Risikobereitschaft, Zukunftsdenken und eisernen Willen, Eigenschaften, die Unternehmen voranbringen. Jeff Bezos verfolgte nur ein Ziel: .com sollte der größte Onlinehandel der Welt werden. Das hat er erreicht. (Empfohlene Wirtschaftsbecher, Mai 2012) Kurzbeschreibung Das Phänomen - was steckt wirklich

dahinter? Wer ist der Architekt hinter dem grten Onlinehndler der Welt? Der Gigant unter den Onlinehndlern seine Marktmacht, sein Service und seine Ambitionen sind legendr und Vorbild fr Viele. Doch nur Wenige kennen die Person hinter diesem Erfolg den Macher und genialen Strategen Jeff Bezos. Die Geschicke von sind untrennbar mit der Persnlichkeit ihres Grnders verwoben. Nur ein genialer Nerd wie er konnte in der aufstrebenden Interneteuphorie der 80er-Jahre so erfolgreich sein, denn seine Vision war nicht, ein weiterer Onlinehndler zu werden, sondern schlicht der Beste. Dieses Buch zeigt, wie das Patent auf den Bestellbutton One Click oder das Produkt Kindle und andere Ideen dazu beigetragen haben, zum erfolgreichsten Onlinehndler der Welt zu machen Der Bestsellerautor Richard Brandt zeichnet ein faszinierendes Bild der Persnlichkeit von Jeff Bezos. Mr. ist nicht nur eine Unternehmerbiografie, sondern bietet tiefe Einblicke in die Erfolgsstrategien und Plne eines Unternehmens, das nicht nur den Buchhandel revolutioniert hat, sondern einen Paradigmenwechsel in Vertrieb und Verkauf im 21. Jahrhundert eingeleitet hat. Ein Muss fr jeden, der schon einmal ber das Internet gekauft hat oder mit dem Internet Geld verdienen mchte.ber den Autor und weitere MitwirkendeRichard L. Brandt lebt in San Francisco und studierte Ingenieurwissenschaften und Journalismus an der Universitt von Delaware. Er schreibt seit 20 Jahren ber Wissenschaft, Technologie und Wirtschaft. Er war Chief Editor, Kolumnist, Korrespondent fr verschiedene Zeitungen und Nachrichtensprecher unter anderem fr CNN. Als freier Journalist interviewte er Bill Gates und schrieb Bcher wie die Bestseller "The Google Guys: Inside the Brilliant Minds of Larry Page and Sergey Brin" und "Capital Instincts: Life as an Entrepreneur, Financier and Athlete".