MANAGER MÜSSEN BEI SICH ANFANGEN



FOTO: OLAF BALLNUS

CHRISTOPH SEEGER
CHEFREDAKTEUR

Vor rund zehn Jahren verfassten W. Chan Kim und Renée Mauborgne einen der einflussreichsten Managementtexte überhaupt: „Blue Ocean Strategy". Der Harvard-Business-Review-Beitrag, auf Deutsch unter dem Titel „Die Ozean-Strategie" erschienen, definierte für Unternehmen das Wettbewerbsdenken neu. Kim und Mauborgne rieten, Konkurrenten nicht frontal anzugreifen, sondern nach „blauen Ozeanen" zu suchen, das heißt Märkte zu erobern, die von Mitbewerbern noch nicht entdeckt wurden. Blue Ocean Strategy wurde zu einem von Managern wie Beratern viel zitierten Begriff. Das 2005 bei Harvard Business School Press erschienene Buch der Autoren verkaufte sich weltweit bis heute rund 3,5 Millionen Mal.

In dieser Ausgabe veröffentlichen wir das neueste Werk der beiden: „Blue Ocean Leadership". Darin übertragen die Insead-Professoren ihr Modell der blauen Ozeane auf die Personalführung. Sie stellen eine Methode vor, mit der Manager schnell und günstig ungenutzte Tatkraft und Talente im Unternehmen erschließen können. Eine lohnende Aufgabe, wenn man bedenkt, dass große Umfragen jedes Jahr aufs Neue zeigen, dass nur ein kleiner Teil der Angestellten bei der Arbeit wirklich engagiert bei der Sache ist.

Im Fokus von Kim und Mauborgne steht allerdings nicht das Verhalten der Mitarbeiter, sondern das der Manager. Sie müssen den Anfang machen und ihre Führungsqualitäten verbessern. Mit ihrem klar strukturierten Prozess und leicht verständlichen Grafiken liefern die Autoren das nötige Handwerkszeug. Ihren Beitrag „Blue Ocean Leadership" finden Sie auf Seite 20.



DAS DIGITALE HEFT
Jede Ausgabe des Harvard Business Managers erscheint auch als digitale Version für Tablet, Smartphone und PC/Mac. Weitere Informationen: www.harvardbusinessmanager.de/digital



Banking auf dem Boden der Tatsachen.



www.helaba.de

Helaba