

Wert und Werte

Ein Unternehmen ist nur so viel wert wie seine Mitarbeiter. Wohl jede Führungskraft kennt diesen Satz, und die meisten werden der daraus folgenden Konsequenz sicher zustimmen: Den Menschen in einer Firma muss jede nur mögliche Aufmerksamkeit geschenkt werden. Nicht von ungefähr behandelt daher ein großer Teil der Literatur, der Veranstaltungen und Seminare für Manager Personal-, Führungs- und Organisationsthemen.

In der vorliegenden Ausgabe des Harvard Businessmanager beschäftigen sich gleich mehrere Beiträge mit wertvollen Mitarbeitern. So begeben sich US-Managementprofessor Thomas H. Davenport und seine Koautoren in unserer Titelseite auf die Suche nach einer besonders seltenen und daher kostbaren Art von Führungskraft. Sie fahnden nach den Kollegen, die für das Management des Unternehmens die besten neuen Ideen haben und diese auch umsetzen können. Wie Sie diese High Potentials finden, pflegen und an Ihr Haus binden, lesen Sie ab Seite 24.

Keinen Ideenbringer, sondern einen, der die Notbremse zieht, fordert Isabelle Royer. Die Dozentin an der Universität Paris Dauphine weist zu Recht darauf hin, dass Unternehmen auch dann noch riesige Summen in Produktideen stecken, wenn deren Erfolg längst fragwürdig geworden ist. Damit aussichtslose Projekte keine Eigenynamik entwickeln und am Ende zu teuren Flops werden, müsse ein so genannter Exit-Champion her, mit genügend Reputation und Einfluss, um dem Unterfangen ein Ende zu setzen (ab Seite 44).

Um wertvolle Mitarbeiter und vor allem um Werte im Management geht es in unserem Gespräch mit Ulrich Hemel. Der Vorstandsvorsitzende des schwäbischen Medizin- und Hygiene-produkteherstellers Paul Hartmann AG ist auch Professor für Religionspädagogik und Katechetik an der Universität Regensburg. Ob Christen die besseren Manager sind, erfahren Sie ab Seite 108.



Christoph Seeger,
Chefredakteur

Foto: Manfred Witt

Christoph Seeger