



## 4 : 6

4 zu 6 – keine Nachricht aus der Champions League des Fußballs. Aus einer anderen Liga gleichwohl: HARVARD BUSINESSmanager ändert die Frequenz und erscheint ab 1998 nicht mehr 4mal, sondern 6mal im Jahr. Sein Kernthema bleibt unverändert die zukunftsorientierte Unternehmensführung. Und über dieses Spielfeld gibt es immer mehr zu berichten. Hier kommt Zukunft immer schneller, nehmen die strategischen Herausforderungen und operativen Zwänge, wie Manager Tag für Tag erfahren, ständig zu. Da bedarf es fruchtbringender Ideen, damit die fälligen Anpassungsschritte beizeiten erfolgen und die Unternehmen prosperieren können.

HARVARD BUSINESSmanager will seinen Teil dazu beitragen, die Qualität der Unternehmensführung zu verbessern. Kurzlebige Management-Moden, „unübertreffliche“ Patentrezepte oder gar „todsichere“ Erfolgsstrategien haben da keinen Platz. Worauf es ankommt, davon ist die Redaktion überzeugt, sind die zahllosen neuen Wege, die Unternehmen bereits zu ihrem Nutzen erproben oder die nach kritischer Prüfung durch namhafte Fachleute einiges versprechen – nur diese Wege verdienen eine Vorstellung und Diskussion.

Die Leser werden also künftig im HARVARD BUSINESSmanager noch mehr Überlegungen finden zu entscheidenden Fragen der betriebswirtschaftlichen Praxis: Wie lassen sich die intellektuellen Potentiale von Führungskräften und Mitarbeitern besser erschließen? Wie können neue Produkte, Leistungen und Vertriebskanäle erfunden werden? Wie kommt mehr Wissen und Können zustande? Was hat sich als Best Practice erwiesen und sollte zum Maßstab eigenen Handelns werden? Woher die Kraft zu Wandel und Zukunftsfähigkeit nehmen?

Auf das Thema Qualität der Führung zielt auch der Schwerpunkt-Beitrag dieser Ausgabe (siehe Kim/Mauborgne, Seite 60 ff.). Was sollten Firmenleiter bei harten Entscheidungen tun – etwa einer Reorganisation, Modernisierung oder Produktionsumstellung? Sie müssen Betroffene über Entscheidungsgründe und -konsequenzen rückhaltlos ins Bild setzen und auf Einwände hören. Nur ein solches als „Fair Process“ bezeichnetes Vorgehen wird für Akzeptanz und Vertrauen sorgen.

*Horst Georg Koblitz*