

Informativ + innovativ

An Informationen mangelt es in Unternehmen wahrlich nicht. Vor allem international tätige Konzerne mit ihren vielen tausend Mitarbeitern rund um die Welt produzieren täglich schüttgutartig Daten und Fakten, die in irgendeiner Weise für den Geschäftsbetrieb von Bedeutung sind. Das Problem ist nur: Wie gelangt das wirklich wichtige Wissen zu den Kollegen, die damit etwas anfangen können? Und wie können diese die gesammelten Informationen zum Wohle des Unternehmens verwenden?

Thomas W. Malone, Professor an der Sloan School of Management am Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Cambridge, hält interne Märkte für den besten Weg, Informationen im Unternehmen schnell und effizient zirkulieren zu lassen. Malone erläutert, wie BP, Hewlett-Packard und Intel diesen Wettbewerb im eigenen Haus nutzen, um Umsätze genauer vorherzusagen oder Produktionskapazitäten besser zu planen. Der Managementprofessor beschreibt unterschiedliche Typen des internen Wettbewerbs, von einfachen Systemen bis zu komplexen Modellen, und analysiert die Stärken und Schwächen dieser Form der Unternehmensorganisation. Was passiert, wenn Sie „Den Markt ins Unternehmen holen“, lesen Sie ab Seite 26.

Der US-Berater Michael Hammer beschäftigt sich in dieser Ausgabe ebenfalls mit Verbesserungen der Organisation. Wer seiner Konkurrenz angesichts stagnierender Märkte und mächtiger Kunden Marktanteile abnehmen will, sollte sich um operative Innovationen bemühen. Darunter versteht Hammer keineswegs die seit kurzem wieder geforderte Exzellenz bei bestehenden Arbeitsprozessen. Unternehmen sollten vielmehr völlig neue Arbeitsweisen entwickeln, sei es bei der Auftragsabwicklung, der Produktentwicklung oder beim Kundenservice. Wie Sie mithilfe operativer Innovationen „Das Unternehmen tief greifend verändern“, lesen Sie ab Seite 76.



Christoph Seeger,
Chefredakteur

Christoph Seeger