

Vorbildlich führen

Wer sich in Chefetagen umsieht, kann den Eindruck gewinnen, es gäbe nur zwei Typen von Topmanagern: Der eine, getrieben von den Anforderungen der Kapitalmärkte und vom eigenen Anspruch, schaut nur auf die Rendite; der andere Typ ist übermäßig um das Wohl der Mitarbeiter besorgt und gefährdet so die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Das jedenfalls ist das Bild, das sich Harvard-Business-School-Professor Michael Beer und seinen Koautoren in ihrer Lehr- und Beratertätigkeit immer wieder geboten hat.

In einer großen Untersuchung identifizierten die Experten für Unternehmensführung nun Firmen, die sich durch Mitarbeiterorientierung und hohe Leistung auszeichnen. „High Commitment, High Performance“-Companys haben sie diese Vorbilder genannt. Was machen deren Chefs anders? Was machen sie besser als die Masse? Anhand von 22 Beispielen aus europäischen und US-amerikanischen Unternehmen beschreiben Beer et al. einen dritten Typ Topmanager, für den gutes Führen und Profitstreben kein Widerspruch sind. Der Beitrag „Der perfekte Chef“ beginnt auf Seite 20.

Perfekt in die Zeit passte die These von US-Bestsellerautor Chris Anderson. In seinem Buch „The Long Tail“ orakelte er, dass durch den Vertrieb über das Internet Nischenprodukte immer stärker nachgefragt würden. Ganze Branchen richteten sich auf diese neuen Chancen aus. Nun hat Harvard-Business-School-Professorin Anita Elberse die Verkaufszahlen von Online-Händlern analysiert, mit überraschendem Ergebnis: Das Umsatzpotenzial von Nischenprodukten wird überschätzt; beim Internetvertrieb nimmt die Bedeutung von Bestsellern sogar noch zu. „Das Märchen vom Long Tail“ gibt es ab Seite 32.



Christoph Seeger,
Chefredakteur

A handwritten signature in black ink, reading "Christoph Seeger".