

Nachhaltig erfolgreich

Manchmal scheint alles wie festgefahren: Das Führungsteam hat keine guten Ideen mehr; viele Manager kommen über den mittleren Karriereabschnitt nicht hinaus und sind deshalb frustriert; das Wachstum des gesamten Unternehmens stagniert. Was tun? Ist Kreativität planbar? Lassen sich unzufriedene Führungskräfte wieder motivieren? Wie kommt neuer Schwung in das Unternehmen? Drei Beiträge geben Antworten auf diese Fragen.

Der amerikanische Strategieguru Gary Hamel sagt, das Wichtigste für nachhaltigen Unternehmenserfolg seien neue Ideen für das Management. Er nennt sie Managementinnovationen und beklagt, dass auf sie zu wenig geachtet würde. Und das, obwohl der Erfolg wirklich großer Neuerungen beeindruckend ist. Hamel zählt dazu: die Erfindung des industriellen Forschungslabors durch General Electric; das Produktionsmanagement à la Toyota; aber auch modernere Erfolgsstorys wie das kreative Projektmanagement bei Google. Hamel hat die besten Konzepte der Welt untersucht und erklärt, wie Führungskräfte vorgehen sollten, um systematisch Managementinnovationen in ihrem Unternehmen zu entwickeln (siehe Seite 20).

Wie viel Produktivität dem Unternehmen durch Mittelmanager verloren geht, die in ihrer Karriere auf halbem Weg stehen geblieben sind, beschreiben Berater Robert Morison und seine Koautoren. Morison & Co. geben Topmanagern und Personalern sechs Strategien an die Hand, mit denen sie das mittlere Management zu neuen Leistungen anspornen können (siehe Seite 40).

Bob Frisch und Logan Chandler schließlich beschäftigen sich mit der einmal im Jahr stattfindenden Strategiekonferenz. Die Autoren liefern Best-Practice-Tipps zur Vorbereitung und Durchführung dieser Veranstaltung und sagen, wie man bei der Umsetzung der gewonnenen Erkenntnisse am Ball bleibt. So wird das Strategimeeting zum wichtigsten Treffen des Jahres (siehe Seite 76).



Christoph Seeger,
Chefredakteur

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Christoph Seeger".