

## Jahr der Ideen

**W**elche kaufmännischen Analysen kann man nach Indien outsourcen? Wird das Semantische Web die Suche im Internet revolutionieren? Wie lässt sich der Ikea-Effekt auf andere Branchen übertragen? Welche neuen Geschäftsideen stecken noch in der Nanotechnologie? Antworten auf diese und andere Fragen liefert unsere Harvard-Agenda 2009.

Selten sind gute Ideen wichtiger als in einer Krise. Gerade wenn die Konjunktur einbricht, zählt intellektuelles Kapital mehr als andere Ressourcen. Die Harvard-Agenda liefert gute Ideen für Manager. Sie ist das Ergebnis aufwendiger Recherchen und intensiven Brainstormings mit hochkarätigen Experten aus Business Schools, Unternehmensberatungen und dem Management von Unternehmen. Die Redaktion nutzt hierzu das weltweite Autorennetzwerk der „Harvard Business Review“ und ihrer fremdsprachigen Ausgaben. Aus dieser umfangreichen Sammlung präsentieren wir Ihnen die zehn besten Trends, Strategien und Innovationen (ab Seite 6).

Weniger eine gute Idee als eher eine Zwangsmaßnahme in Notsituationen ist der Verkauf von Unternehmensteilen. Das muss nicht so sein. Die Bain&Company-Berater Michael C. Mankins, David Harding und Rolf-Magnus Weddigen erklären, wie Unternehmen Desinvestitionen strategischer angehen. Wie Sie „Unternehmen umbauen mit System“, lesen Sie ab Seite 28.

Ein Familienunternehmen in die nächste Generation zu überführen und es zugleich fit für die Zukunft zu machen ist immer eine heikle Angelegenheit. Wenn sich dann auch noch der Erbe mit dem familienfremden Manager überwirft, kann ein ganzes Lebenswerk in Gefahr geraten. Wie Sie mit Zoff in der Gründerfamilie umgehen, lesen Sie in „Der gekränkte Kronprinz“ ab Seite 80.

Christoph Seeger,  
Chefredakteur