

# Neustart im Management

So mancher Sprachwächter kann es nicht mehr hören: „sich neu erfinden“. Doch in der Welt des Managements hat sich seit Beginn der Finanz- und Wirtschaftskrise so vieles verändert, dass der Ausdruck trifft. Eines ist jedenfalls sicher: Ein einfaches „Weiter so“ darf es in der Führung vieler Unternehmen nicht geben. Im vorliegenden Spezial erklären unsere Autoren daher, was Manager unternehmen sollten, um in einer sich ständig wandelnden Umwelt erfolgreich zu sein.

Teil eins, „Führung“, beschäftigt sich mit den Führungskräften selbst. Dort lernen Sie Menschen kennen, die mutig eine ganz neue Aufgabe übernahmen, um mit dieser zweiten Karriere durchzustarten. Und Sie erfahren, wie Manager resilienter, also anpassungsfähiger werden, wie sie mit Stress und Druck richtig umgehen und wie der Jobwechsel gelingt.

Im zweiten Teil, „Strategie“, erklären unsere Autoren, warum es beim Change-Management so sehr auf Geschwindigkeit ankommt, weshalb dezentrale Führung das Familienunternehmen Dachser gut durch die Krise gebracht hat und wie die Hartmann Gruppe einen goldenen Mittelweg zwischen klassischer Etatplanung und den Ideen des Beyond Budgeting geht.

Teil drei, „Marketing“, widmet sich den Kunden. Unsere Autoren verkünden das Zeitalter des „Kundenkapitalismus“, sie beschäftigen sich mit dem neuen Berufsbild des „Chief Customer Officers“, der nicht Produkte managt, sondern Kunden, sie geben Anleitung für die richtige Kommunikation in sozialen Netzwerken im Internet und zeigen, wie eine Ente als Testimonial eine Versicherung zur Kultmarke machte.



Eines ist sicher:  
Ein einfaches  
„Weiter so“  
darf es in der  
Führung vieler  
Unternehmen  
nicht geben.

Christoph Seeger,  
Chefredakteur

Foto: Jan Riephoff

A handwritten signature in black ink that reads "Christoph Seeger". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.