

Vorwort

Liebe Leser,

wie oft haben Sie schon Sätze gelesen, die etwa lauten: „Die zunehmende Globalisierung und ansteigende Dynamik des Marktes machen es immer schwieriger für die Unternehmen, im weltweiten Wettbewerb zu bestehen.“

Solche Aussagen sind inzwischen längst zu Platituden geworden, denn die Globalisierungstendenz gibt es schon seit vielen Jahren. Die Unternehmen haben häufig darauf mit Entlassungen, Akquisitionen oder Verkäufen reagiert. Der Wettbewerb bleibt aber unvermindert hart und oftmals haben sich die Akquisitionen als Flop erwiesen, wurden rückabgewickelt, die Entlassungen haben zu Engpässen im Aufschwung geführt etc. Eine gute Strategie, sich nachhaltig auf die scharfe Wettbewerbssituation einzustellen, scheint derzeit nicht in Sicht.

Im vorliegenden Buch werden Ihnen nachhaltige Strategien dargelegt, indem die unternehmerischen Herausforderungen aus einem anderen Blickwinkel betrachtet werden.

Die gängigen Unternehmensreaktionen berücksichtigen immer nur die äußeren Einflüsse: die Wirkung von Wettbewerbern oder Märkten auf die Unternehmen bzw. die Möglichkeit, neue Unternehmen von außen zu akquirieren oder eigene Teile zu veräußern.

Der erste logische Schritt ist vielmehr die Frage nach den inneren Werten: Wie kann ich als Unternehmen meine mir heute zur Verfügung stehenden Ressourcen optimal einsetzen, um diesen Herausforderungen im Wettbewerb zu begegnen?

Genau hier setzt dieses Buch an: Es beginnt bei den vorhandenen Menschen und Ressourcen eines Unternehmens und wirft damit einen neuen Blick auf die verborgenen Potenziale, die in den Unternehmen aufgedeckt und aktiviert werden können.

Spätestens seit der Finanzkrise wissen wir, dass dem Management eines Unternehmens dabei eine wesentliche Rolle zukommt. Das Verhalten der Manager bestimmt in entscheidendem Maße den Erfolg eines Unternehmens. Noch vor Beginn der Finanzkrise hätten viele gesagt, dass die Bankmanager „gute“ Manager seien, die hohe Unternehmensgewinne erwirtschaften. Nachdem nun das kollektive Verhalten im Bankenbereich die ganze Branche fast in den Abgrund gerissen hat, heißt es, es seien „schlechte“ Manager, die viel zu hohe Boni für unkalkulierbare Risiken kassiert hätten. Je nachdem, welche Kriterien angelegt werden, ergibt sich also das ein oder andere Bild.

Wodurch zeichnet sich also ein „exzellentes“ Management aus? Was ist eigentlich ein „guter Manager“?

Dieses Buch bietet Ihnen Antworten darauf, indem es am Ursprung der Wertschöpfung ansetzt: Am Anfang stehen Menschen – Mitarbeiter und Manager -, die über gemeinsame Ziele, Prozesse, Organisation, Strategie sowie viele andere Komponenten zusammen ein System bilden: ein Unternehmen, das aus sich heraus den Erfolg im Wettbewerb erzielen muss und kann.

Betrachten Sie sich selbst einmal als Unternehmen und entdecken Sie während der Lektüre, wie viel Potenzial darin steckt – für Ihren eigenen Erfolg und für den Ihres Unternehmens.

Dr. rer. nat. Stefan Diefenbach

Bereichsleiter Portfolio Strategie
T-Systems Enterprise Services GmbH