



# literatur letter

Ausgabe 7

Die erste Ausgabe unseres Literaturletters für 2008 ist fertig! Wir hoffen, Sie haben die Feiertage gut verbracht, sich erholt und hatten einen erfolgreichen Start ins neue Jahr. Natürlich können Sie sich auch dieses Jahr wieder darauf verlassen, dass ich Sie mit spannenden Artikeln versorgen werde. Die folgenden beiden Beiträge sollen den Startschuss für eine Reihe interessanter Literatur bilden.

## So finden Sie Ihr neues Kerngeschäft

Im Harvard Business Manager Juni 2007, S 72ff

Der wirtschaftliche Wandel erfordert von Unternehmen, sich immer wieder neu zu definieren. Im ersten Teil dieses Artikels wird der Frage nachgegangen, wann die Zeit für ein neues Geschäftsmodell reif ist. Drei Symptome werden genannt: Das Gewinnpotenzial nimmt ab, die Kostenstruktur wird zur Last, das Wachstum geht zurück. Soweit leicht nachvollziehbare Gründe. Spannend wird im zweiten Teil der Versuch die Frage zu beantworten: „Wie entsteht ein neues Kerngeschäft?“ Der Versuch den status quo zu verteidigen oder das Unternehmen durch Zusammenschlüsse mit einem Schlag zu retten, bei beiden Varianten liegen die Erfolgschancen bei 1:10. Wenn man Unternehmen in verheißungsvolle neue Märkte führt, liegt die Erfolgsaussicht den Untersuchungen zufolge bei 1:7! Wesentlich erfolgsversprechender sind Strategien, die eine schrittweise Transformation anstreben und die auf versteckten Vermögenswerten des eigenen Unternehmens basieren, beispielweise unterbewertete Randgeschäfte, ungenutzte Kenntnisse über den Kunden oder versteckte Fähigkeiten. Motto könnte sein: Schrumpfen, um Wachsen zu können.



## Physische Attraktivität

Im Handbuch der Sozialpsychologie und der Kommunikationspsychologie, S 219ff

Über 1000 Studien belegen, dass attraktiveren Personen auch positivere Eigenschaften zugeschrieben werden. Die stärkste Korrelation besteht zwischen Aussehen und der Zuschreibung von sozialer Intelligenz, mittlere Effektstärken finden sich bei Dominanz und psychischer Gesundheit, geringere bei Intelligenz, negative Effektstärken bei Bescheidenheit. Hohe Zusammenhänge bestehen zwischen Aussehen und Sympathie, physische Attraktivität macht sympathisch. So werden beispielsweise gut aussehende Angeklagte milder bestraft. Während Männer einen größeren Wert auf gutes Aussehen ihrer Partnerinnen legen, achten Frauen eher auf soziale Attraktivität bei den Männern, wie eine Studie, die 37 unterschiedliche Kulturen erfasst, belegt! Tatsächlich besteht allerdings überhaupt kein Zusammenhang zwischen fremdeingeschätzter physischer Attraktivität und all den zugeschriebenen Variablen!! Ganz anders in der Selbsteinschätzung, wo diese Zusammenhänge tatsächlich weitgehend bestehen. Generell gilt, dass Ähnlichkeit zwischen beurteilter und Zielperson die Einschätzung der Attraktivität wesentlich steigert. Also doch „...besser reich und schön, als arm und hässlich!?“



Ich hoffe, es war etwas Interessantes für Sie dabei! Wenn Sie den nächsten WBG Literatur-Letter auch gleich per Mail erhalten möchten, dann schicken Sie uns Ihre Daten über das Kontaktformular und wir nehmen Sie gerne in den Literatur-Letter Verteiler auf.

Herzliche Grüße  
Dr. Peter Herbek

Unsere Partner:

