

# literatur letter

Ausgabe 8

Wir freuen uns, Ihnen nun schon die achte Ausgabe unseres Literaturletters schicken zu dürfen. Der Frühling schenkt uns neue Energie, die ersten Sonnenstrahlen haben uns schon ins Freie gelockt und der Sommer naht mit großen Schritten. Damit es Ihnen auch in dieser Zeit nicht an Lese-stoff fehlt, hier wieder zwei Empfehlungen von meiner Seite.

## Wenn Kunden Unternehmen hassen

In Harvard Business Manager Juli 2007, S 56ff

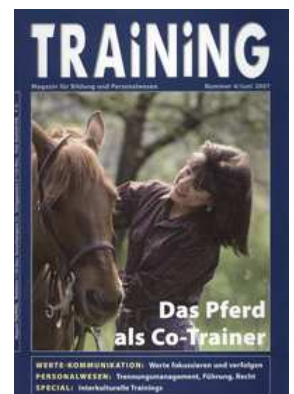
Schlechte Beratung, versteckte Gebühren und Knebelverträge führen dazu, dass viele Unternehmen hohe Gewinne machen, aber unzufriedene Kunden haben – eine höchst risikoreiche Strategie! Die beiden Harvard-Professoren McGovern/Moon zeigen die zunehmende Unsitte in vielen Branchen auf, den Kunden latent zu übervorteilen – Beispiel Mobilfunkanbieter. In ihren Forschungen haben sie 4 neurgalische Fragen erarbeitet, die eine Entwicklung in diese Tendenz aufzeigen: „Sind unsere Kunden diejenigen, die am unzufriedensten mit uns sind? Hoffen wir, dass unsere Kunden unsere Regeln brechen, weil das für uns gewinnbringend ist? Machen wir es unseren Kunden schwer unsere Regeln einzuhalten, oder forcieren wir gar Verstöße? Müssen wir Kunden vertraglich binden, um zu verhindern, dass sie abwandern?“ Wenn eine oder mehrere dieser Fragen mit ja zu beantworten sind, dann ist es wohl nicht weit her mit der Fairness zwischen dem Unternehmen und seinen Kunden. Auch wenn damit kurzfristig hohe Gewinne zu erwirtschaften sind, so sind doch die langfristigen Aussichten eher düster und oft explodieren die Kosten für die Neukundenakquisition und die Eintrittsbarrieren für potentielle Mitbewerber werden deutlich reduziert.



## Führung – rund um die Zonen der Inkompetenz

In Training Ausgabe 4/ 2007, S 62ff

Letztes Jahr habe ich einen Artikel zum Thema Führung in der Zeitschrift Training veröffentlicht. Ausgehend von der herrschenden Lehre, welche die Führung in der Regel zwischen den zwei Dimensionen Mitarbeiterorientierung und Aufgabenorientierung aufspannt – eine Führungskraft orientiert sich an den Zielen und Aufgaben des Unternehmens oder an den Bedürfnissen der Mitarbeiter – habe ich zwei weitere Dimensionen ins Spiel gebracht, die charismatisch-transformatorische und die hierarchische Ausprägung der Führung. Damit ergeben sich "Vier Dimensionen der Führung": Fachliche, soziale, charismatische und hierarchische Kompetenz – also die Möglichkeit und Fähigkeit Macht auszuüben. Je nach dem fachlichen (Können) und psychologischen (Wollen) Reifegrad der Mitarbeiter bieten sich 8 typische Führungsmuster an. Dieses Modell lädt zur Beschreibung der bestehenden Führungskonstellationen ein.



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:

