



DER MANAGER DER ZUKUNFT

3 neue Erfolgskriterien für Unternehmenslenker

Nichts ist stetig. Außer der Wandel. Diese Weisheit gilt auch und gerade für CEOs. An die Seite der Patriarchen der „alten“ Schule gesellten sich erst smarte Top-Manager und schließlich die legeren Silicon Valley-Gründer im Kapuzenpulli. Der digitale Wandel und die Globalisierung stellen neue Herausforderungen an die Unternehmenslenker. 3 Handlungsweisen zeichnen den erfolgreichen CEO der Zukunft aus.

1 Vom Einzelgänger zum Teamleader

Die zunehmende Datenflut läutet das Ende der einsamen Managemententscheidung ein. Auch der kleine Zirkel an vertrauten Generalisten wird zum Auslaufmodell. Der CEO der Zukunft tut gut daran, eine Vielzahl von Spezialisten in erfolgreiche Entscheidungsprozesse mit einzubeziehen. Denn in einem Team voller Generalisten ist die kollektive Kompetenz deutlich geringer, da sich die Kompetenzen überschneiden, anstatt sich zu ergänzen.

»Der CEO ist inzwischen auch Vorbild, Talentscout, Image- und Werttreiber für ein Unternehmen.«

2 Der CEO als „Markentreiber“

Für die CEO-Kommunikation ist neben dem Finanzmarkt auch der Arbeits-, Meinungs-, und Absatzmarkt relevant. Deshalb kommt dem CEO die große Aufgabe zu, das Alleinstellungsmerkmal eines Produktes zu identifizieren oder zu kreieren - und noch viel wichtiger - es auch zu kommunizieren. So hat Steve Jobs es geschafft, das iPhone zu einem weltweiten Statussymbol zu machen und völlig neue Maßstäbe im Smartphone-Sektor gesetzt. Der CEO ist inzwischen Vorbild, Talentscout, Image- und Werttreiber für ein Unternehmen. Die „Marke CEO“ kann enormen Einfluss auf die Reputation und damit auch den Börsenkurs haben.

3 Netzwerke

Die meisten Führungskräfte stimmen uns in Gesprächen zu, dass die Organisation in Netzwerkstrukturen am besten geeignet ist, um die Herausforderungen der modernen Arbeitswelt zu bewältigen. Mit der „Schwarmintelligenz“ sich selbst organisierender Netzwerke verbinden diese Führungskräfte die Hoffnung auf mehr kreative Impulse, höhere Innovationskraft, Beschleunigung der Prozesse und Verringerung von Komplexität. So ist die Pflege eines guten Netzwerks das Fundament einer CEO-Karriere und innovative Netzwerkgepflogenheiten wie das „Lunch Roulette“ keine Seltenheit mehr. Der Manager der Zukunft weiß dabei virtuelle und klassische Kommunikationsformen optimal für sich zu nutzen – sei es durch Videokonferenzen, Telefon, Twitter oder das klassische Kamin-Gespräch.

In *aspekte* bereiten die Private-Banking-Kompetenzzentren gemeinsam mit Netzwerkpartnern Themen auf, die für Sie relevant sind.
www.berenberg.de/senior-executives

Familienunternehmer
Key Clients
► Senior Executives
Stiftungen
Maritime
Sportler
Private Clients



Literatur

o.V., 2014: Warum aus Spezialisten keine guten Manager werden, in:

<http://www.wiwo.de/erfolg/management/generalisten-gesucht-warum-aus-spezialisten-keine-guten-manager-werden/10805256.html>

Buchorn, E.: 2015: Deutschlands wichtigste Netzwerke, in:

<http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/deutschland-die-neue-elite-netzwerke-in-berlin-hamburg-muenchen-a-1055218-2.html>

o.V., 2013: Warum man beim "Lunch Roulette" nur gewinnen kann, in:

<http://www.wiwo.de/erfolg/beruf/netzwerken-am-mittagstisch-warum-man-beim-lunch-roulette-nur-gewinnen-kann/7674646.html>

Monitor-Studie, Herausgeber Initiative Neue Qualität der Arbeit: Führungskultur im Wandel, 2014 in:

http://www.inqa.de/SharedDocs/PDFs/DE/Publikationen/fuehrungskultur-im-wandel-monitor.pdf?__blob=publicationFile

Casanova, M., 2014 : Der CEO als Marke in :

http://www.brandinginstitute.com/wpcontent/uploads/2014/01/Casanova_Der_CEO_als_Marke_persoendlich.pdf

Bei diesem Dokument handelt es sich um eine Werbemitteilung der Joh. Berenberg, Gossler & Co. KG. Dieses Dokument stellt keine Finanzanalyse im Sinne des § 34b WpHG, keine Anlageberatung, Anlageempfehlung oder Aufforderung zum Kauf von Finanzinstrumenten dar. Es ersetzt keine rechtliche, steuerliche oder finanzielle Beratung. Die gemachten Angaben wurden nicht durch eine außenstehende Partei, insbesondere eine unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, geprüft. Alle Aussagen basieren auf allgemein zugänglichen Quellen, die wir für vertrauenswürdig halten. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit sämtlicher Angaben übernehmen wir dennoch keine Gewähr. Wir weisen ausdrücklich auf den angegebenen Bearbeitungsstand hin. Angaben können sich durch Zeitablauf und/oder infolge gesetzlicher, politischer, wirtschaftlicher oder anderer Änderungen als nicht mehr zutreffend erweisen. Wir übernehmen keine Verpflichtung, auf solche Änderungen hinzuweisen und/oder eine aktualisierte Präsentation zu erstellen. Zur Erklärung verwandter Fachbegriffe steht Ihnen auf www.berenberg.de/glossar ein Online-Glossar zur Verfügung. Die gewerbliche Nutzung in Form eines Nachdrucks, der – auch teilweisen – Vervielfältigung sowie der Weitergabe der Studie ist ohne unsere ausdrückliche schriftliche Genehmigung nicht gestattet. Stand: Februar 2016.



BERENBERG
PRIVATBANKIERS SEIT 1590

Joh. Berenberg, Gossler & Co. KG
Neuer Jungfernstieg 20
20354 Hamburg
Telefon +49 40 350 60-0
Telefax +49 40 350 60-900
www.berenberg.de
info@berenberg.de