



Schwerpunkt Nachhaltiges Change Management

156 Die Jahrhundert-Champions

Das Geheimnis langfristig erfolgreicher Unternehmen

Christian Stadler/Philip Wältermann

Die Lebensspanne europäischer Unternehmen wird immer kürzer. Doch gibt es auch solche, die sich bereits seit über 100 Jahren erfolgreich am Markt behaupten. Was diese Champions von den Wettbewerbern unterscheidet, wurde in einer einzigartigen Studie untersucht.

161 Internationales Change Management

Veränderungsprojekte kultursensibel gestalten

Sevda Yüksek/Heike Schinnenburg

Veränderungsvorhaben betreffen häufig nicht nur einen Standort, sondern sind länderübergreifend angelegt. Bei der Planung sollten daher auch die kulturellen Unterschiede berücksichtigt werden. In einer Online-Befragung wurden deutsche und südkoreanische Studierende zu ihrer Bewertung von Change-Prozessen befragt.

167 Organizational Transformation

Maßnahmen zur erfolgreichen Veränderung der Unternehmensorganisation

Jan-Peter P. Schacht/Peter Ruhwedel/Sascha Stowasser

Die Fähigkeit, ein Unternehmen erfolgreich an veränderte Marktbedingungen anzupassen, ist in unserer schnelllebigen, globalisierten Wirtschaft unerlässlich. Eine empirische Studie liefert wichtige Erfolgsfaktoren und nützliche Handlungsempfehlungen für die Praxis.

174 Die Menschen und ihre Belange in Veränderungen berücksichtigen

Claudia Thiesen, Bereichsleiterin der Kienbaum Management Consultants GmbH, fordert im Gespräch mit der zfo die Unternehmen dazu auf, bei Veränderungsprojekten mehr auf die Mitarbeiter einzugehen und auch klar zu sagen, was sich nicht verändert.

177 Auf den Kontext kommt es an Den Change nur zu managen, reicht nicht Meinung von Hans-Ulrich Streit

Spektrum

197 Impressum

213 Rezension

214 Aktuelles

216 Verbandsmitteilungen

220 Vorschau/Call for Papers



Organizational Transformation – S. 167



Führungskräfte weltweit suchen – S. 187

Business Process Management – S. 203



Führung & Leadership

180 Als die Recruiting-Bilder laufen lernten

Eine empirische Typisierung der Gestaltung von Recruiting-Videos

Christoph Brast/Christiane Brockmeier

Videos werden für die Rekrutierung neuer Mitarbeiter und die Schaffung einer Arbeitgebermarke immer wichtiger. Doch welche Gestaltungselemente kommen zum Einsatz und welcher Eindruck soll dadurch vermittelt werden? Der Beitrag stellt die Ergebnisse einer Analyse und Clusterung von 125 Recruiting-Videos vor.

187 Führungskräfte weltweit suchen

Wie die internationale Zusammenarbeit verbessert werden kann

Jana Okech

Headhunter, die länderübergreifend für ihre Kunden nach Führungskräften suchen, brauchen ein gut funktionierendes Netzwerk. Eine Untersuchung ermittelt Maßnahmen, die eine reibungslose Zusammenarbeit sicherstellen.

194 zfo-Toolkit

Querdenken

Eine strategische Denkweise, um neue Wege zu gehen

Gerd-Inno Spindler



198 Vom Callcenteragent zum Markenbotschafter

Die Markenverbundenheit in externen Callcentern stärken

Christoph Burmann/Verena König

Der Einsatz externer Callcenter an der Schnittstelle zum Kunden kann sich schnell negativ auf die Kundenzufriedenheit auswirken, wenn sich deren Mitarbeiter der Auftraggebermarke nicht verbunden fühlen. Eine empirische Studie hat nun Maßnahmen zur Förderung der Markenverbundenheit untersucht.

Projekt- & Prozessmanagement

203 Business Process Management

Wie wird es in der Praxis eingesetzt?

Clemente Minonne/Stephan Loretan

Viele verbinden mit Business Process Management (BPM) die Standardisierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen. Es geht dabei aber auch um Qualitätsverbesserungen und Innovationen. Im Rahmen einer Studie wurden Unternehmen zum Einsatz von BPM befragt.

210 zfo-Toolkit

Prozess-Alignment

Von der Unternehmensstrategie zum Geschäftsprozess

Gerd Nanz

