

Fern-Seher oder Laut-Sprecher

## Autoreninterview mit Prof. Dr. Joachim Klewes



**Frage 1:** In welcher Situation haben Sie sich gedacht: Ich schreibe das Buch „Fern-Seher oder Laut-Sprecher – Was die Chef-Etage aus der Krise lernt“ und was sind die Hintergründe zu dieser Idee?

**JK:** Die Idee zu diesem Buch entstand bei einer unserer regelmäßigen Diskussionen über den Status quo der Wirtschaft im Herbst 2009. Wir setzen uns turnusmäßig im Beraterkreis zusammen, um für unsere Kunden eine Bestandsaufnahme der aktuellen Situation und darauf basierende Empfehlungen zu erarbeiten. Ein Jahr, nachdem die größte Wirtschafts- und Finanzkrise der vergangenen 80 Jahre manifest wurde, standen wir unter dem massiven Eindruck eines Déjà-vu-Phänomens: Die in den Medien auftretenden Banker und Wirtschaftsführer schienen den Großteil jener Nachdenklichkeit verloren zu haben, mit der sie sich in der Anfangsphase der Krise zu Gegenwarts- und Zukunftsstrategien ihrer Unternehmen artikulierten. Das kräftige „Weiter so wie bisher“ wurde – natürlich – nicht nur von uns bemerkt, sondern auch von denen, die auf dem Peak der (Banken-) Krise eine ganze Branche und womöglich die Volkswirtschaft insgesamt vor ernsthaften Blessuren bewahrt haben: der politischen Kaste. Entsprechend hart fiel die Kritik in Medien und Politik aus, Banker- und Manager-„Bashing“ gehörte zum guten Ton. Allerdings: Das in der veröffentlichten Meinung wahrzunehmende, unverdrossene „Weiter so“ stand in deutlichem Widerspruch zur Grundhaltung von Managern, speziell aus den oberen Etagen der Unternehmen, die wir in unseren Beratungsprojekten erlebten.

**Frage 2:** Wie ist Ihre persönliche Einschätzung: Wie viel Laut-Sprecher und wie viel Fern-Seher sollte in dem CEO von morgen stecken?

**JK:** Ein guter Top-Manager braucht sicher beides: Die Fähigkeit, voranzusehen und den Mut, Wahrheiten laut und deutlich auszusprechen. Allerdings reagieren Vertreter des mittleren Managements und Mitarbeiter, aber auch die Öffentlichkeit, zu Recht allergisch auf jenen Typ von Groß-Kotz-Manager, der triviale Wahrheiten mit geschwollener Brust und großem Tamtam von sich gibt. Glücklicherweise ist diese Spezies gerade im Aussterben begriffen...

**Frage 3:** Was erfreute /erschreckte Sie, rückblickend auf die Interviews die Sie im Rahmen Ihres Buches „Fern-Seher oder Laut-Sprecher“ führten, besonders?

**JK:** Die Gespräche waren allesamt sehr angenehm und konstruktiv, die Offenheit meistens groß. Überraschend dann, wie viele taktische Korrekturen durch die Presseabteilungen dem Top-Management verordnet wurden. Was ich auch nicht erwartet hatte: Sogar das Top-Management konzentriert sich doch enorm auf den Status quo, auf das was in den nächsten Wochen und Monaten kommt. Wirklich langfristige Strategien waren selten zu erkennen.

**Frage 4:** Wenn Sie eine Empfehlung an Deutschlands CEOs für das Management nach der Krise aussprechen könnten, welche wäre das?

**JK:** *Meine Empfehlung ist: Wagen Sie den Schritt zur Stakeholder-Economy! Mächtige CEOs wie Frank Appel von DP DHL promoten bereits heute die "Triple Bottom Line", nach der eben nicht die Shareholder allein im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen. Der Shareholder-Kapitalismus ist tot - das muss das Top-Management definitiv einsehen.*

**Frage 5:** Agenda 2020: Wie sieht Ihre Vision von Deutschland im Jahr 2020 aus? Was ist Ihr gesellschaftlicher Entwurf? Wie müssen Unternehmen dann aufgestellt sein?

**JK:** *Ein ganzjähriges Sommermärchen? Nein, im Ernst, Visionen für unser Land als Ganzes erwarte ich eher von unseren Politikern. Wir untersuchen gerade in einer großen Parlamentarier-Befragung, welche Veränderungspräferenzen die Bundestagsabgeordneten jenseits der Parteiprogramme haben... Unternehmen sind natürlich von solchen Präferenzen betroffen. Ich erwarte, dass Digitalisierung, Beschleunigung und Globalisierung stärkere Reaktanz generieren werden, als wir heute ahnen. Und dass bestimmte Unternehmen entstehen werden, die sich in dieser großen Reaktanz-Nische profitabel aufstellen können.*

**Frage 6:** Haben Sie ein persönliches Fazit aus der Krise? Hat sich für Sie persönlich etwas geändert? Und gibt es möglicherweise etwas, was auch Sie sich vornehmen zu ändern?

**JK:** *Mein Fazit ist, dass die meisten Unternehmen trotz Krise und auch in der Krise immer noch gut überleben können. Ich meine: Hey, die Welt ist doch nicht untergegangen. Und das wird sie auch in der nächsten Krise nicht tun, wenn wir uns nicht allzu dumm anstellen. Insofern gilt für mich: Gelassenheit ist Trumpf...*

*Udo Klein-Bölting, Joachim Klewes: Fern-Seher oder Laut-Sprecher – Was die Chef-Etage aus der Krise lernt. Carl Hanser Verlag, München. 256 Seiten, €24.90. ISBN: 978-3-446-42255-1, erscheint 02. September 2010.*

Weitere Informationen und Bildmaterial zum Herunterladen unter:

[www.fernseher-oder-lautsprecher.de](http://www.fernseher-oder-lautsprecher.de)

[www.hanser.de/978-3-446-42255-1](http://www.hanser.de/978-3-446-42255-1)

Kontakt:

Saskia Schirmann, Ketchum Pleon GmbH

Email [saskia.schirmann@ketchumpleon.com](mailto:saskia.schirmann@ketchumpleon.com)

Tel. +49.211.9541-2425

Fax +49.211.551651

Katharina Emptmeyer, Batten & Company GmbH

Email [Katharina.Emptmeyer@batten-company.com](mailto:Katharina.Emptmeyer@batten-company.com)

Tel. +49.211.1379-8370

Fax +49.211.1379-8872