

Interview: 6 Antworten von Manfred J. Hoefle zum Thema „Managerismus“



Hoefle, Manfred:

MANAGERismus.

Unternehmensführung in Not.

2010, 247 S., geb., Vlg.: Wiley-VCH,
ISBN 978-3-527-50460-2, € 19,90

Direktorder: www.schweitzer-online.de/go/product/9783527504602

Herr Hoefle, Sie haben den Begriff „Managerismus“ (mit)geprägt. Was verstehen Sie darunter?

Mit Managerismus wird von mir die schwerwiegendste Deformation der Unternehmensführung bezeichnet. Im Kern ist sie die Anmaßung von Macht durch das Management, die einseitige Ausrichtung auf den Kapitalmarkt und der instrumentelle Umgang mit Menschen und Gemeinschaft. Diese Pathologie tritt hauptsächlich in großen börsennotierten Gesellschaften auf.

Ist „Managerismus“ denn nicht nur ein aktuelles und vergängliches Schlagwort?

Nein, Managerismus ist kein Schlagwort. Er ist eine einprägsame Bezeichnung für ein Phänomen, das eine lange Vorgeschichte hat: beginnend beim Taylorismus, über Bilanzmanipulationen bis zum sogenannten Pay-for Performance für das Top-Management. Bedrohlich für Wirtschaft und Gesellschaft ist der Managerismus aber erst in den letzten 10-20 Jahren geworden. Mit seiner Ächtung soll weiterem Schaden vorgebeugt werden.

Als Ausweg wird die „gute Unternehmensführung“, wie sie in vielen deutschen Unternehmen tagtäglich praktiziert wird, gegenübergestellt.

Wie kam es zu dem Buch?

Fast zufällig: Die erste Denkschrift zu „Planwirtschaft – Pathologien deutscher Unternehmen“ entdeckte der Wiley-Wirtschaftsbuch-Verleger Hartmut Gante zufällig in einer Buchhandlung und fragte nach, ob dies nicht Stoff für ein Buch sei. Ein Buch stand ursprünglich nicht auf meiner Agenda. Weitere wichtige Themen sollten mit fachkundigen und engagierten Kollegen unter www.managerismus.com vorangebracht werden: Outsourcing, Gute Corporate Governance, Compliance. Das Buch ist dann nicht eine Zusammenstellung der zahlreichen Beiträge (Denkschriften, Einsichten, Denkkzettel) geworden, sondern ein eigenständiges Werk, das zwei gegensätzliche Welten zeigt: Managerismus versus verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Ein Buch ist konservierend, statisch - oder?

... provokativ und programmatisch. Es werden die Akteure („Manageristen“), ihre Helfer und Praktiken genannt; es werden aber auch Grundsätze und pragmatische Wege zum robusten Unternehmen beschrieben. Dieses Buch ist also Programm!

Welche Zielgruppen haben Sie im Auge?

Eigentlich kommen alle am Management Interessierte in Frage. Insbesondere angesprochen werden Betroffene und Verursacher manageristisch geführter Unternehmen; auch diejenigen, die den Nährboden dazu abgeben, einschlägige Business Schools, bestimmte Berater und Banker.

Könnte Ihr Buch bei Unternehmen als "Managerbeschimpfung" im "Giftschrank" verschwinden oder auf dem "Index" landen?

In ein paar Unternehmen, ja - aus gutem Grund. Bei allen anderen soll es auf dem Schreittisch offen liegen bleiben als Ermunterung und Wegweisung!