

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

vor Ihnen liegt nach mehr als einjähriger Vorlaufphase die erste Ausgabe der Zeitschrift für Management, kurz: ZfM. Wir verbinden mit ihr einen hohen Anspruch: wir wollen nicht weniger, als renommierten Zeitschriften wie dem Strategic Management Journal, der Administrative Science Quarterly, der Organizational Science, dem Journal of Management Studies oder der Academy of Management Review ein deutschsprachiges Pendant gegenüberzustellen.

Gleichwohl will die ZfM keineswegs eine Kopie von „typisch amerikanischen“ Fachzeitschriften werden, sondern sich auf ihre deutschsprachigen Wurzeln besinnen. Die Managementforschung in Deutschland, in Österreich und in der Schweiz unterscheidet sich in vielerlei Hinsicht sehr deutlich von der der angelsächsischen Kollegen; sie befindet sich auf hohem Niveau, wird aber leider häufig unterschätzt. Mit der ZfM wollen wir einen bescheidenen Beitrag dazu leisten, dass die hiesige Managementforschung in ihrer Anerkennung aufgewertet und zwischen den beteiligten Disziplinen verstärkt vernetzt wird.

Die ZfM veröffentlicht Originalbeiträge zur Managementforschung und -praxis. Die eingereichten Beiträge sollen Managementtheorien, -konzepte oder -modelle (weiter-)entwickeln oder kritisch hinterfragen, aktuelle Fortschritte und Ideen zu neuen Ansätzen synthetisieren oder die Suche nach neuen Erklärungsmustern durch die Problematisierung offener Forschungsfragen vorantreiben. Angenommen werden auch State-of-the-Art-Artikel, die aktuelle Beiträge der Managementforschung mit einer richtungweisenden Zielsetzung pointiert zusammenfassen. Willkommen sind ebenso Beiträge zur empirischen Forschung, soweit sie über einen substanziellen theoretischen Teil verfügen. Die ZfM ist ausdrücklich interdisziplinär angelegt: Beiträge können auf ökonomische, psychologische, soziologische, aber auch für die Managementtheorie nicht traditionelle Disziplinen zurückgreifen.

Wer bisher als Managementtheoretiker einen solchen Beitrag veröffentlichen wollte, hatte nur die Wahl zwischen allgemeinen betriebswirtschaftlichen Fachzeitschriften, den genannten angelsächsischen Periodika oder eher populären Zeitschriften, die nicht den wissenschaftlichen Standards

genügen. So gesehen stößt die ZfM in eine akademische Marktlücke. In den zahlreichen Gesprächen, die wir bis dato mit Lehrstühlen geführt haben, hieß es, eine solche Zeitschrift sei schon lange überfällig. Wir freuen uns, wenn wir diese Lücke in einer Art und Weise füllen können, die Ihren hohen Erwartungen genügt.

Zur Gewährleistung höchster Qualität werden eingereichte Manuskripte einem doppelt verdeckten Gutachterverfahren („double-blind review“) nach international anerkannten Standards unterzogen. Neben den u. g. Gutachtern des Herausgeberbeirats werden bei Bedarf auch Peer-Gutachter eingesetzt.

Ein so ehrgeiziges Projekt, eine neue wissenschaftliche Fachzeitschrift zu gründen und in der „scientific community“ zu etablieren, ist das Werk zahlreicher Menschen. Mein Dank geht daher zuerst an die Mitglieder unseres Herausgeberbeirats, die tatkräftig an der inhaltlichen Positionierung mitgefeilt haben und deren bemerkenswerte Zustimmung zu unserem Vorhaben es uns erst ermöglicht hat, die Manuskripte für die ersten Ausgaben zu akquirieren. Herzlicher Dank gebührt vor allem auch unseren Autorinnen und Autoren, die auf das Zustandekommen der ZfM vertraut haben und nicht gezögert haben, einer noch nicht erschienenen Zeitschrift ihr Manuskript einzureichen. Danken möchte ich auch René Teichmann, der die ersten Schritte des Gutachterverfahrens begleitet hat, und Julie Steinen, die nun die Schriftleitung übernommen hat.

In der Erstausgabe enthält die ZfM vier Beiträge. Im ersten Beitrag stellt *Günter F. Müller* die Besonderheiten von Selbst- und Fremdführungsstrategien unter einer ABO-psychologischen Perspektive dar. Der Autor benennt die Dimensionen und Korrelate kompetenter Selbstführung und zeigt in praxeologischer Hinsicht auf, wie sich Selbstführungskompetenz fördern lässt.

In ihrem State-of-the-Art-Beitrag widmen sich *Dieter Ahlert* und *Peter Kenning* dem aufstrebenden Forschungszweig der Neuroökonomik. Dabei handelt es sich um den Versuch, ökonomisches Handeln durch neuro-wissenschaftliche Methoden zu erklären.

Ausgehend von den gestiegenen Anforderungen von Shareholdern und dem Problem, dass Unternehmen ihnen nicht immer gerecht werden, leiten *Lutz Kaufmann* und *Christopher Ridder* einen Katalog von Anforderungen an eine effiziente Kapitalmarktkommunikation ab. Mit ihrem Investor-Relations-Performance-Monitor konzeptualisieren sie ein Instrument zur Erfolgsmessung für IR-Arbeit.

In ihrer empirischen Studie sind *Fred G. Becker*, *Roman Bobrichtchev* und *Natascha Henseler* der Frage nachgegangen, wie große Unternehmungen mit älteren Arbeitnehmern und dem Problem der zunehmenden Alterung umgehen. Ihr Ergebnis ist ambivalent, jedoch überwiegend desillusionierend.

Abschließend wünschen wir Ihnen eine interessante Lektüre und dürfen auch Sie herzlich zur Einreichung eines Beitrags für die ZfM einladen. Wir würden uns freuen, wenn Sie die erste Ausgabe bereits davon überzeugt hat, die ZfM zu abonnieren.

Victor A. Tiberius
Geschäftsführender Herausgeber
Deutsche Gesellschaft für Unternehmensführung e. V.