

---

essentials

Essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. Essentials informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können.

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet.

Essentials: Wissensbausteine aus Wirtschaft und Gesellschaft, Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen, Technik und Naturwissenschaften. Von renommierten Autoren der Verlagsmarken Springer Gabler, Springer VS, Springer Medizin, Springer Spektrum, Springer Vieweg und Springer Psychologie.

---

Hans H. Hinterhuber  
Birgit Renzl  
Christian H. Werner

# Leadership-Strategie

Unternehmerische Führung  
als Erfolgsfaktor



**Springer** Gabler

Prof. Dipl.-Ing. Dr. Hans H. Hinterhuber  
Hinterhuber & Partners  
Innsbruck  
Österreich

Prof. Dr. Birgit Renzl  
Prof. Dr. Dr. Christian H. Werner  
Privatuniversität Schloss Seeburg  
Seekirchen am Wallersee/Salzburg  
Österreich

ISSN 2197-6708  
essentials  
ISBN 978-3-658-08653-4  
DOI 10.1007/978-3-658-08654-1

ISSN 2197-6716 (electronic)  
ISBN 978-3-658-08654-1 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media ([www.springer.com](http://www.springer.com))

---

## Vorwort

Dieses Essential basiert auf einem Kapitel des Herausgeberbandes „Zukunft der Führung“ von Sven Grote, erschienen 2012 im Verlag Springer Gabler. Für die Veröffentlichung in der Reihe Essentials wurde der Text überarbeitet und aktualisiert.

---

# Inhaltsverzeichnis

|          |  |    |
|----------|--|----|
| <b>1</b> | <b>Einleitung</b> .....  | 1  |
| <b>2</b> | <b>Hintergrund der unternehmerischen Führung</b> .....                                       | 5  |
| 2.1      | Empirische Evidenz in der Führungsforschung .....  | 5  |
| 2.2      | Exzellente Führung ist unternehmerische Führung .....  | 6  |
| 2.3      | Woran erkennt man einen Führenden? .....   | 6  |
| <b>3</b> | <b>Beschreibung der Strategie als integrierendes Konzept zur Erreichung von Zielen</b> ..... | 9  |
| 3.1      | Die empirische Evidenz .....   | 9  |
| 3.2      | Die vier Dimensionen der Strategie .....   | 10 |
| 3.3      | Die Messung der Qualität einer Strategie .....   | 11 |
| <b>4</b> | <b>Relevanz für die Praxis: Verbindung von Führung und Strategie</b> ...                     | 13 |
| 4.1      | Die Führungskräfteauswahl und -entwicklung auf die Strategien ausrichten .....               | 13 |
| 4.2      | Entwicklung einer Leadership-Strategie .....   | 14 |
| 4.3      | Auswahl und Beurteilung der Führungskräfte .....   | 15 |
| <b>5</b> | <b>Ausblick</b> .....  | 19 |
|          | <b>Literatur</b> .....   | 21 |