

# **Die Führungsstrategie von morgen**

## **Unterstützendes Führen – Das ist die Führungsstrategie von morgen (Ein Ausblick von Professor Günther H. Schust)**

Mitarbeiter zu motivieren, gehört zu den klassischen Führungsaufgaben. Doch das „WIE“ befindet sich im Wandel: Wie können Führungskräfte den Anforderungen begegnen und eine neue Generation von Mitarbeitern wirksam in das 21. Jahrhundert führen? Unterstützendes Führen zeigt Ihnen, wie Sie zukünftig ihre Mitarbeiterführung attraktiver und nachhaltiger gestalten können.

„Ich halte ihren Text für das Beste, was ich in den letzten Jahren über Führung zu lesen bekommen habe.“

Prof. Gerald Peichl, Leiter Bibliothek Universität St.Gallen / Schweiz.

Das eBook finden Sie unter  
[bookboon.com/de/business/management/unterstutzende-fuehrung](http://bookboon.com/de/business/management/unterstutzende-fuehrung)

[Die Führungsstrategie von morgen](#)

---

## **Workshop: Vertrieb 2011**

**13.11.2010 – Offener Workshop zum Thema**

## **„Vertrieb 2011“**

Marion Genth und Jürgen T. Knauf moderieren einen Vertriebs-Workshop in Hannover mit den Themen: Produkte vs. Lösungen, USPs, Kundennutzen und Kommunikation... Das sagten die Teilnehmer:

- Der Workshop war toll vorbereitet – ich habe wieder viel gelernt.
  - Ich habe viele Anregungen mitgenommen!
  - Ein produktiver und unterhaltender Workshop, der meine Erwartungen übererfüllt hat!
  - Ich werde viele der angesprochenen Ideen und Themen umsetzen!
  - Alle Teilnehmer sagen einstimmig: Der Workshop hat sich gelohnt!
- 

## **H2B Inspirationen**

### **September 2010: Health2Business empfiehlt die 3×3 Inspirationen für's tägliche Leben**

Veränderungen beginnen im Kleinen – heute!

Achten Sie auf Ihren Körper, es ist der einzige Ort, an dem Sie „wohnen“ können. Trainieren Sie im täglichen Leben mit den folgenden kleinen Inspirationen und Übungen. Das macht Spaß und hält fit. Suchen Sie sich aus jedem der drei Gebiete die Übungen aus, die Ihnen am besten gefallen und üben Sie – täglich ein paar Minuten.

[3×3 H2B-Übungen fürs tägliche Leben...](#)

---

# Strategischer Change-Index (S-CHI)

## 10. Juli 2010 Time to change – yes we can! Wirklich? Wie bereit ist Ihr Unternehmen für geplante Veränderungen? SCOPAR entwickelt den Change-Index

70% aller Changeprojekte scheitern – an Menschen. Wenn Ihr Projekt zu den Erfolgreichen gehören soll, zeigt Ihnen unser CHI-Index wichtige Ansatzpunkte.

Nutzen der CHI-Analyse:

1. Kenntnis darüber, wie veränderungsbereit und -fähig Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter sind
2. Erkennen, wo Ihre Mitarbeiter im Veränderungsprozess stehen
3. Identifikation der erforderliche Maßnahmen für das nötige Commitment und die Begeisterung für Veränderungen bei den Mitarbeiter
4. Erkennen von Ansatzpunkten für eine wirksame Kommunikationsstruktur und damit
5. Schaffung der Voraussetzungen für ein erfolgreiches Changeprojekt

**S-CHI** – Strategischer Change-Index für erfolgreiche Veränderungen

---

# **Innovationsmanagement in Deutschland**

**1. Juli 2010: Prof. Günther H. Schust: Innovationsmanagement: Entweder Deutschland steigert seine Innovationsdynamik – oder setzt die deutsche Innovationskraft auf's Spiel!**

Zwei von drei westdeutschen Firmen brauchen für die Markteinführung technischer Neuerungen bis zu drei Jahre, 20% der Unternehmen sogar 5 Jahre. Heute sind aber umweltfreundliche Technologie + Dienste die treibende Kraft für die starke Expansion des Welthandels und der Direktinvestitionen. Jede „echte“ Marktneuheit verbessert die Wettbewerbsfähigkeit und schafft „neue“ Vollzeit-Arbeitsplätze.

Mit ihrem formalen Output an Erkenntnissen ist die dt. Wissenschaft erfreulich erfolgreich. Allerdings hapert es bei der Umsetzung. Entdeckungen, Erfindungen und Wissen schnellstens in Produkte und damit in Kapital zu übersetzen, die am Markt Erfolg haben können – das ist nicht gerade die Stärke dt. Unternehmen (Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer, Vizepräsident BDI). Die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Deutschland und damit seine wirtschaftliche Zukunft in einer wissensbasierten Gesellschaft hängen entscheidend davon ab, wie entschlossen die Chancen der „grünen“ Schlüsseltechnologien genutzt werden und ihr Transfer in die wirtschaftliche Nutzung gelingt. Die Entwicklungskosten für die komplexen Produktlösungen steigen in unvorstellbare Höhen. Sehr viel höhere Investitionen sind daher notwendig. Wir brauchen eine konzertierte Aktion (kein Strohfeuer!) aus Zusammenschlüssen von Staat, Unternehmen (auch Wettbewerbern),

Banken und Sponsoren, die mit hohen Investitionen eine Innovationsdynamik im 21. Jahrhundert erzeugt. Hierzu müssen auch die Rahmenbedingungen individuell für jede Schlüsseltechnologie angepasst werden. Als wichtige Vorleistung für die FuE-intensive Industrie kommt innovativen Dienstleistungen eine besondere Bedeutung zu. Das Wachstum auf den Zukunftsmärkten wie Logistik, Bio-, Medizin- und Umwelttechnik, Gesundheits- und Altenpflege, Mobilitäts-, Energiesysteme und (IT-) Vernetzung ist damit eng verbunden. Nicht kleckern, sondern klotzen muss die Devise in Deutschland heißen, sonst machen unsere Wettbewerber (USA, Japan, BRIC-Staaten = Brasilien, Indien, China u. a. Tigerstaaten) die wirtschaftliche und innovative Führung zukünftig unter sich aus. Die Folgen für Deutschland werden schmerzlich: Der Verlust bzw. die Verlagerung von wissensbasierten Arbeitsplätzen und der Rückgang unseres wirtschaftlichen Innovations-Wachstums.

Zusätzlich wurde über Jahre versäumt, in den Unternehmen, Hochschulen und Ausbildungszentren zukunftsfähiges Mitarbeiterpotential aufzubauen, das diese Technologien beherrscht und vermarkten kann. Immer noch investieren Firmen und Organisationen das 10- bis 100-fache in die Instandhaltung und das Leasing ihrer Maschinen und Anlagen, als in die Wissens-Instandhaltung ihrer Menschen. Maschinen und Anlagen sind nicht kreativ und auch nicht kundenorientiert! Betriebe vermitteln zwar Fachkompetenz, aber die Schulung von „Key-skills“, wie Beziehungs-, Kreativitäts- und Projektkompetenz wird sträflich vernachlässigt. Doch gerade diese Fähigkeiten sorgen für die nachhaltige Erfolgskraft (Sustainability) einer überaus anspruchsvollen Gesellschaft und für die flexible Beschäftigungs- und Einsatzfähigkeit (Employability) ihrer Menschen. Der demographische Outlook einer rapide alternden Gesellschaft sagt sogar, dass die Fachkräftelücke in 10-20 Jahren auf ca. 1 Mio. Menschen ansteigen wird (Studie: [www.vbw-Bayern.de](http://www.vbw-Bayern.de): Fachkräfte Fehlanzeige).

Sollte der Mangel wie berechnet eintreten, summiert sich der Wertschöpfungsverlust allein in Bayern auf € 650 Mrd. Immer

weniger qualifizierte Erwerbsfähige werden immer mehr arbeiten müssen, um zumindest den bisherigen Lebensstandard zu erwirtschaften, wenn sie dies dann überhaupt noch können.

Besonders stark fällt auf, dass Menschen sehr lern- und veränderungsarm sind. Sie verändern sich nur, wenn der Druck in Krisen ungemein groß wird und/oder ihnen keine andere Wahl mehr bleibt. Insbesondere nutzen Führungskräfte ihre Macht, um nichts mehr Neues dazu lernen zu müssen. Damit wird immer weniger neues Wissen, das ein Unternehmen dringend benötigt „produziert“. Mangelnde Fortbildung und schlechtes Innovationsmanagement kostet dt. Firmen jedes Jahr mehr als 200 Milliarden Euro.

Kommunen, ja ganze Regionen in Deutschland werden kollabieren. Die Zivilisation wird sich auf Kerngebiete (CityCluster) zurückziehen. Bei der Eroberung des Weltmarktes nehmen sich zwischenzeitlich unsere Wettbewerber eine Kernbranche nach der anderen vor. Früher die (Unterhaltungs-) Electronic- und Chipindustrie, heute die Automobil-, IKT-, Medizin-, zukünftig die Bio-, Energie- und Umwelttechnik. Der globale Wettbewerb um überlegene Innovationsrealisierer hat schon längst begonnen. Lt. dem Bericht des World Economic Forums überholt die Schweiz die USA, Japan und Deutschland und gilt als die wettbewerbsfähigste Nation der Welt. Vor allem die sehr hohen Investitionen in die Bildung & Entwicklung von Führungskräften sorgten für den Spitzenplatz.

Die Dinge die Übermorgen entscheidend werden, kommen aus der Praxis und unserer globalen Umwelt. So ist das Wichtigste für den Unternehmensfortschritt, dass Führungskräfte und Mitarbeiter die Kunden- und Umweltbedürfnisse antizipieren können. Ein systematisches internes + externes Innovations- und Wissensmanagement sichert dabei das Überleben. Permanentes Dazulernen aus Fehlern und falschem Verhalten wird plötzlich für alle das Ziel jeder Tätigkeit.

Unternehmen die zu den „Gewinnern“ gehören, investieren rechtzeitig in Ihre Mannschaft, so wie dies die führenden Fußballvereine in Europa und auf der Welt tun. Die Herausforderungen bzw. TopSpiele der Zukunft gewinnen Sie nur

mit der Spielfreude (Innovationsdynamik), dem Spielwissen (360°-Knowledge) und der schnellen Realisierungskraft (Treffsicherheit) ihrer Mannschaft.

Unsere Führungseliten geben den Ausschlag, ob unser Land in der Lage ist, schnellst möglichst unsere angestaubte Aus- und Weiterbildung mit Schlüsselkompetenzen, wie z.B. Change-, Innovations- und Problemlösungsfähigkeit zu erweitern. Leadership ist keine Management-Technik, sondern eine Haltung, die auf Antizipation, Wahrnehmung und ganzheitlicher 360°-Sichtweise basiert.

Die Aufgabe der Führungskräfte muss daher sein, in Ihren Betrieben und Organisationen einen (virtuellen) Campus für Wissen + Innovation zu schaffen, auf dem Führungs- und Fachkräfte situativ – wie im (Leistungs-)Sport auch – für das Gefühl der synchronen und kreativen (Team-) Arbeit qualifiziert und trainiert werden, damit sie die bevorstehenden Veränderungs- und Wachstumspotentiale antizipieren + entfalten können. Wir können nur mit „positiver“ Kreativität (auch in der Fortbildung) der Erneuerungskrise begegnen und dem Klimawandel mit „grünem“ Denken und interdisziplinärem Handeln:

1. Die zusätzliche Einbeziehung bei Neuerungen, z.B. von Kunden, Lieferanten, Partnern und Wettbewerbern ist notwendig. Diese aktive Einbeziehung bringt die Verteilung der Risiken „auf mehrere Schultern“ und erschließt zusätzliche Werte- und Wachstumspotenziale.

2. Neue und kreative Lösungen setzen sich meist aus schon bestehendem Wissen zusammen, das lediglich wieder neu kombiniert werden muss.

3. Es muss genügend Promotoren = kritische Masse geben, die über dieses Wissen verfügen, bzw. die wissen, wie sie daran kommen.

4. Mit eingefahrenen Verhaltensweisen, die sich über die fetten Jahre eingeschliffen haben, lassen sich keine attraktiven Marktneuheiten entwickeln.

5. Der Aufbau eines Wissens-Netzwerkes mit Ideen- und Wissenspool ist dabei das wichtigste Instrument, damit die

Mitarbeiter über den „Tellerrand“ hinausschauen.

Sechs Schritte die wir Ihnen empfehlen und sehr gerne seitens SCOPAR begleiten:

**Phase 0:** Vorarbeiten. Reporting Tools. Key-Leute + Netzwerker + Kunden + Lieferanten + Wettbewerber in's Spiel holen. Bedenkenträger überzeugen. Zeitplan und Budgets „schnüren“. Intranet-Dialog und Wissens-Datenbank sicherstellen. Ressourcen-Check.

**Phase 1:** Kick-Off-Veranstaltung, Vorstellung Konzeptentwurf, Diskussionen zu Roadmap, Lessons learned.

**Phase 2:** Konzeptvorstellung durch die Innovative Knowledge Peoples (Promotoren / Multiplikatoren).

**Phase 3:** Realisierung der interdisziplinären Maßnahmen, mit Fortbildung im 360°-Campus für Wissen und Innovation.

**Phase 4:** Permanente Trainings der Promotoren im Campus für Wissen und Innovation..

**Phase 5:** Internes + externes Knowledge Vermarkten + Sourcing + Scanning wird gelebt.

Das Mitwirken als Promotor / Multiplikator ist zukünftig ein „must“ Baustein in der Personal- und Organisationsentwicklung sowie beim Wissenstransfer.

---

## **Maßnahmen zur IT-Kostensenkung**

**20 Maßnahmen, wie Sie IT-Kosten senken können, ohne große Ausgaben zu**



## **verursachen**

In Projekten und Gesprächen mit Kunden fallen im Moment immer wieder Aussagen wie „wir haben 120% Arbeit, müssen aber zusätzlich sparen“, „Die Arbeit bleibt gleich, wir müssen aber 30% Personal abbauen“, „Von bestehenden Aufgaben fällt nichts weg, wir sollen aber neue Services anbieten“. Viele Unternehmen müssen sparen. Sparen, sparen, sparen. Was geht und wo es geht. Es ist keinerlei Spielraum vorhanden, weil Umsätze und Gewinne eingebrochen sind und es oft ums Überleben geht. Wie Sie IT-Kosten senken können, ohne große Ausgaben zu verursachen, lesen Sie hier...

[20 effektive Maßnahmen zur Kostensenkung in der IT](#)

---

## **Keynote: Botschaft der Hotelmarke**

### **20. Mai 2010: Prof. Dr. Marco A. Gardini hält eine Keynote bei den Badener Tourismus-Gesprächen**

Congress Casino Baden bei Wien

Titel: „Die Botschaft der Hotelmarke: Emotionen und Orientierung“

Prof. Dr. Marco A. Gardini diskutiert die Herausforderungen, die die Hotelbranche vor dem Hintergrund des zunehmenden Wettbewerbs in der Ketten- und Kooperationshotellerie, in Bezug auf die Professionalisierung ihres Markenmanagements in den nächsten Jahren zu bewältigen hat.

## **Sofortmaßnahmen in der Krise**

### **Kleine Maßnahmen – große Wirkung – was Sie jetzt tun sollten!**

Hier finden Sie viele hilfreiche Tipps, gegliedert in die Bereiche Unternehmensführung, Produktion, Logistik, Marketing / Sales, Personal, IT und Kommunikation.

[SCOPAR-Fibel: Sofortmassnahmen in der Krise](#)

---

## **Automobilbauer im Wettbewerb**

### **Prof. Günther H. Schust: Autogipfel im Frühjahr 2010 in Berlin Deutsche Automobilbauer – im Weltwettbewerb! Wer Chancen nicht nutzt, der fällt zurück!**

Die Deutschen sind eine vom Erfolg der Nachkriegsentwicklung verwöhnte und inzwischen langweilige Gesellschaft geworden. Statt mit neuen Ideen und Tatkraft die Welt in Staunen zu versetzen, läuft Deutschland immer mehr Gefahr, immer stärker zu einem „Museum für Arbeit und Technik“ zu werden, in dem die sozialen und technischen Errungenschaften des ausgehenden

19./20. Jahrhundert gepflegt werden.

Wohlstand / Arbeitsplätze / Renten / Gesundheit wollen wir sichern etc., wissen aber heute schon genau, dass dies nicht mehr möglich ist – bei dem Schuldenberg den wir haben. Es ist allerhöchste Zeit, dass die Deutschen sich bewusst werden, welche verheerenden Konsequenzen diese Risikoscheue für die Gesellschaft hat. Die Deutschen müssen Neues zulassen und sich aktiv an der Rettung unseres Globusses beteiligen, statt ängstlich von der Zuschauertribüne aus zuzusehen, wie die Welt sich verändert. Dazu gehört Neugierde und Mut zur Veränderung. Das Prinzip „Verantwortung“ für die kommende Generation gilt nicht nur für vermiedene Risiken, sondern für vertane Chancen. Ich sehe jedenfalls die reale Gefahr, dass die junge Generation für das zahlen muss, was heute versäumt und ängstlich verhindert wird.

So hat die deutsche Kfz-Industrie (mit der amerikanischen) die nachhaltige Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissions-Werte für Pkw und Lkw über mehr als 40 Jahre ignoriert und verhindert! „CO<sub>2</sub> neutrales Wachstum“ war und ist in Deutschland für die meisten Verantwortlichen ein Fremdwort...

Die Automobilindustrie hat das Automobil der Zukunft komplett verdrängt

Der Wettbewerb der Nationen ist heute schon ein Wettbewerb um Kreativität und um „helle Köpfe“.

Diesen Wettbewerb werden wir nicht mehr gewinnen, wenn wir ständig all jenen erklären wie risikoreich der Weg ist. Ein Entwickler + Forscher wie Herr Frank Ruff bei Daimler, der immer noch nicht begreift, dass Komplet-Benzin-/Dieselgetriebene Fahrzeuge ein Auslaufmodell sind, weil das Öl weniger bzw. immer teurer und bald für die meisten nicht mehr bezahlbar sein wird. Wenn ich lesen muss, dass Autokonzerne erst die Zukunft erforschen müssen, die gleichen Probleme aber schon vor 40 Jahren bekannt waren – diese aber nicht löst – dann ist dies kein Ruhmesblatt für die deutschen Autobauer. 40 Jahre Ignoranz für unsere Umwelt. AUDI bringt für 2010 mit

5,14m x 2.40m die längste und breiteste Oberklasse-Limousine auf den Markt und freut sich, dass diese mit 1,8t um 20% weniger Treibstoff benötigt. Obwohl kein Führer dieser Fahrzeuge sich nach der EWG-Messnorm mit 50-80-100km/h auf unseren Straßen bewegt. Abgasneutrale Antriebstechnologien und Verkehrsnetze einfach verschlafen, bzw. in der Schublade liegen lassen...Immer größer, immer schneller war und ist weiter die Devise...

Deutsche Hersteller hinken bei Hybrid- und Elektrocars (die auch für den Normalverdiener erschwinglich sind) weit hinterher. Lt. Studie von ARAL achten inzwischen bereits 2/3 der Autokäufer beim Kauf eines Autos auf den CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Ingenieure die sich mehr Gedanken machen über PS-Zahlen, Komfort, Fahrwerk und Entspannung im Auto, als über energieneutrale Verkehrsnetze, das gibt schon zu denken. Vor allem wenn die Km-Stauzahlen immer mehr zunehmen und wenn Sie Ihre Studien dafür hernehmen, um die Hoch-PS-Fahrzeuge im dichten Straßenverkehr von Peking zu rechtfertigen. Die deutschen Ingenieure wollen nicht einsehen, dass das Auto (Pkw und Lkw) in der heutigen Form seine Berechtigung verliert. Wir hätten schon längst abgasfreie Autos, wenn es nicht maßgebliche Leute geben würde, die aktiv den umweltgerechten Wandel verhindern. Deutsche Ingenieure machen sich eher Gedanken um automatische Notbremsung, Abstandsradar und führerlose Fahrzeuge. Bain & Company hat sogar festgestellt, dass die Autoindustrie die Affinität der Kunden zu batteriebetriebenen Autos massiv unterschätzt hat, weil diese immer wieder behauptet, dass der Kunde keine umweltfreundlichen Autos kauft...Tja, wenn man keine günstigen abgasfreien Fahrzeuge produziert, kann man keine kaufen.

Auch deutsche Ingenieure müssen endlich eine Lanze brechen für eine „grüne Automobiltechnik“! Immer noch rennen sie mit Ihren Modellen „alter, umweltschädlicher Technik“ nach. Davon wird unsere Umwelt nicht CO<sub>2</sub>-ärmer... sondern diese nimmt eher an CO<sub>2</sub> zu, da in allen Schwellen- und Entwicklungsländern der Welt der Autoabsatz mit alter Technik in zweistelligen Raten

zunimmt. Der Zukunftsdenker Shai Agassi der Fa. Better Place besuchte mit seiner Idee des Elektroautos, bei dem der Standard-Akku bei Wechsel- / Ladestationen geleast werden kann und damit flächendeckend gute Reichweiten erzielt werden können, die Chefetagen unserer deutschen Automobilfirmen. Wurde aber überall abgewiesen. Jetzt setzt er seine Pläne mit Renault-Nissan in Israel und Dänemark um. Die Automobilfirmen in Deutschland sind einfach nicht in der Lage mit Wettbewerbern zusammenarbeiten.

Die Zeit drängt. VW macht mit Suzuki einen zarten Ansatz. Denn sie wissen, dass ihre Entwicklungs- und Herstellungskosten in ungeahnte Höhen steigen werden, da das Auto der Zukunft komplett neu konzipiert + produziert werden muss. Die Einstellung zum Auto und zur Umwelt muss sich radikal ändern

Eine Regierung findet in der Bevölkerung und Industrie, umso mehr Beifall, je weniger sie den Bürgern und Managern Neuerungen zumutet – z.B. auch abgasfreie Fahrzeuge. Innovationen – und indirekt auch neue Arbeitsplätze – werden aber bestimmt von der Aufgeschlossenheit der Bevölkerung gegenüber neuen Technologien und dem Umfeld der Forschung und Entwicklung. Immer noch glauben 1/3 der Deutschen, dass der globale Fortschritt das Leben schwieriger macht. „Es steht zu befürchten, dass in Deutschland eine Generation von Innovationsverweigerern heranwächst...“ (Hans Reich, Vorsitzender des Vorstands KfW-Gruppe).

Heute sind aber „grüne“ Technologien + Dienste die treibende Kraft für die starke Expansion des Welthandels und der Direktinvestitionen. Damit wird eine neue Dimension der Globalisierung erreicht.

Dr. Christian Malorny, Autoexperte bei McKinsey rechnet bei den Autoherstellern mit verstärktem Arbeitsplatzabbau bzw. -verlagerungen (siehe Daimler und BMW, die Werke in Russland und China bauen), da zur Erfüllung der CO2-Regularien der EU bis 2020 (das Jahr wurde auf Drängen der deutschen

Automobilindustrie um 10 Jahre nach hinten verschoben!) Mehrkosten von 200 Mrd. € zu erwarten sind. Um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß der EU-weit zu verkaufenden Neuwagenflotten, um wie verlangt, um 40% bis 2020 zu senken, kommen pro Fahrzeug Mehrkosten von über 2.000€ oder bei Nichterfüllung saftige Strafzahlungen auf die deutschen Hersteller zu.

Es ist nicht die Frage des karitativen – ökologischen Mäntelchens, sondern der führenden Position der deutschen Automobilindustrie in Zukunft, die verloren gehen wird. Die Chinesen (auch die Inder) werden in der Zukunft nicht warten, bis wir in Europa uns den Luxus leisten, endlich Elektrofahrzeuge zu fahren, sondern sie werden selbst Elektro-Stückzahlen produzieren, die die deutschen Hersteller weit in den Schatten stellen werden. Die Umweltverschmutzung und die Umweltkatastrophen in China machen dies schnellstens notwendig. China ist mit 7,5 Mio. Fahrzeugen bald der größte Produzent der Welt. Plan ist bis 2020 mehr als die Hälfte aller Fahrzeuge mit Elektromotor und neuer Antriebstechnologie anzutreiben.

Der Leidens-Druck der Umwelt in Deutschland und Europa muss noch viel größer werden, bevor die meisten Verantwortlichen in diesem Lande umweltbewusster denken und schnellstens handeln. Sie tun es für sich, uns und unsere Nachkommen. Der Globus dreht sich auch ohne Menschen weiter...

AUTOR

Prof. Günter H. Schust

Mitglied des wissenschaftlichen SCOPAR-Beratergremiums

Günther H. Schust ist langjähriger internationaler Personalmanager, Projektleiter und Lehrbeauftragter an den Hochschulen St. Gallen, Zürich-Winterthur, Hamburg-München und Kempten. Das Fachbuch zum Seminar ist unter dem Titel „Human Performance Management – Wie Sie Mitarbeiter zur Wertschöpfung führen“ im Rosenberger Fachverlag, Leonberg erschienen.