

SAMEN VERDER

VAN DE HOOFD-HARTREDACTIE

Dit nummer openen we graag met het heuglijke gegeven dat HMR dit jaar al 35 jaar met veel enthousiasme door onze abonnees wordt gelezen. Zelf zijn wij inmiddels met veel plezier een jaar werkzaam als hoofd/hartredactie. Ook verheugend is de fusie van *Holland Management Review* en *Management Executive*, voorheen een uitgave van Vakmedianet. Door het beste van de beide bladen te combineren, kunnen we een nog beter blad maken.

Het resultaat is deze eerste editie van HMR nieuwe stijl: als vanouds een informatief en tot nadenken stemmend tijdschrift, met sterk op de inhoud gerichte artikelen, maar in een enigszins nieuw 'jasje'. Daarmee blijven wij vol overtuiging voldoen aan de behoefte aan verdieping en duiding die managers in hun vak hebben in de dynamische wereld van vandaag.

Artikelen van Nederlandstalige auteurs houden hun welbekende plek en we geven ruimte aan *state of the art* artikelen uit onder andere *Harvard Business Review*. Een ander 'blijvertje' is de boekenrubriek, met recente en toonaangevende boeken, die we samen met Managementboek.nl verzorgen.

Bovendien gaan we interviews houden met aansprekende leiders, een goede gewoonte van ME die wij graag overnemen. Nardo Hoogendijk bijt de spits af. Hij is directeur van staalbouwer Hollandia Infra, bekend van iconische bouwwerken als de London Eye en vele bruggen en sluisen.

In dit nummer geven we de jaarlijkse RSM scriptieprijs zoals gebruikelijk de ruimte. De winnende scriptie van Marika Roodzant heeft geleid tot een boeiend artikel van haar hand over het deugden-ethisch perspec-

tief met het oog op de ontwikkeling van leiderschap. Groysberg en collega's geven ons een andere kijk op het fenomeen organisatiecultuur, en dan vooral hoe het management die naar zijn hand kan zetten om het prestatieniveau te verbeteren. Cultuur een *black box*? Dat hoeft echt niet, aldus Groysberg c.s.

In de wetenschap is veel geschreven over de vraag 'waarom' organisaties tot een (vroegtijdig) einde komen, maar er is zelden geschreven over het 'stervensproces' zelf. Van Glabbeek verkent dat proces, waar ondanks de sombere associatie veel hoopvol uit te leren valt.

Van der Kolk & Kaufmann belichten in hun bijdrage de paradox van prestatiemeting op de werkvloer, en Leeftang & Visser presenteren de effectiviteit van online media. In zijn behandeling van de uitkomsten van het CEO-beloningsonderzoek van Vlerick Business School signaleert Baeten onder andere dat de best presterende bedrijven hun CEO's minder (!) betalen, en Capelli & Tavis schetsen hoe *agile* werken nu ook doordringt in HR.

Voor tips, aanvullingen of andere opmerkingen verwijzen we in dit fusienummer graag nog een keer naar het e-mailadres van de redactie: hoofdredactie@hmr.nl. Wij maken dit tijdschrift graag samen nog beter, en wensen intussen veel genoegen met dit nummer.

Ben Kuipers, Eric van der Wal

