

Marcus Sassenrath

New Management

Erfolgsfaktoren für die digitale Transformation

1. Auflage

Haufe Gruppe
Freiburg · München · Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|------------|
| 1 | Komplexität und Dynamik | 7 |
| 1.1 | Disruption im Herzen der deutschen Wirtschaft | 7 |
| 1.2 | Planung von gestern | 11 |
| 1.3 | Digitale Transformation – etwas Orientierung im Labyrinth der Verheißungen | 19 |
| 2 | Management 1.0 trifft auf Industrie 4.0 | 37 |
| 2.1 | Steuerungssysteme aus einer anderen Zeit – das historische Argument | 42 |
| 2.2 | Unterkomplexe Steuerung – das systemische Argument | 48 |
| 2.3 | Autonomie und Beziehung statt Zuckerbrot und Peitsche – das sozialpsychologische Argument | 53 |
| 3 | Vom Problem zur Lösung: Vorbild Gehirn | 57 |
| 3.1 | Vernetzung – das Erfolgsmodell komplexer Systeme | 59 |
| 3.1.1 | Vernetzung im Gehirn | 62 |
| 3.1.2 | Vernetzung in Unternehmen | 63 |
| 3.1.3 | Umsetzung in die Praxis | 75 |
| 3.2 | Relevanz – nur das Wichtige bekommt Ressourcen | 93 |
| 3.2.1 | Wie bewertet das Gehirn Relevanz? | 93 |
| 3.2.2 | Relevanzbewertung in Unternehmen | 94 |
| 3.2.3 | Umsetzung in die Praxis | 106 |
| 3.3 | Entscheiden – Erfolg hat viele Väter | 124 |
| 3.3.1 | Wie wird im Gehirn entschieden? | 125 |
| 3.3.2 | Entscheiden in Unternehmen | 129 |
| 3.3.3 | Umsetzung in die Praxis | 138 |
| 3.4 | Kernkompetenz Lernen – Die Halbwertszeit des Wissens sinkt | 149 |
| 3.4.1 | Wie lernt das Gehirn? | 149 |
| 3.4.2 | Wie lässt sich das auf Unternehmen übertragen? | 150 |
| 3.5 | Kernkompetenz Kreativität – neue Lösungen für neue und alte und neue Probleme | 151 |
| 3.5.1 | Was ist Kreativität im Gehirn? | 151 |
| 3.5.2 | Schlechte Voraussetzungen für Kreativität im Unternehmen | 153 |
| 3.5.3 | Wie lässt sich Kreativität in Unternehmen fördern? | 155 |
| 4 | Die Zukunft gehört New Management | 159 |
| 4.1 | Kennen Sie den Wasa-Effekt? | 159 |
| 4.2 | Sind Sie skeptisch? | 161 |
| 4.3 | Organisierte Kriminalität oder Meilenstein auf dem Weg zu New Management? | 167 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 5 | Für die Praxis: Großgruppenmethoden | 173 |
| 5.1 | Zukunftskonferenz | 175 |
| 5.2 | Real Time Strategic Change (RTSC) | 177 |
| 5.3 | Appreciative Inquiry | 178 |
| 5.4 | Open Space | 180 |
| 5.5 | World Café | 182 |
| | Verzeichnis der Praxisanregungen | 183 |
| | Literaturverzeichnis | 185 |
| | Stichwortverzeichnis | 187 |