

Sven C. Voelpel, Fabiola H. Gerpott

# **Der Positiv-Effekt**

Mit einer Umstellung der Einstellung  
das Management revolutionieren

Campus Verlag  
Frankfurt/New York

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	9
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Der positive Effekt durch den Positiv-Effekt</b> .....	11
Was ist der Positiv-Effekt? .....	12
Vier Managertypen .....	18
Selbsttest: Mindset Optimismus .....	21
Die drei Ebenen: Aufbau des Buchs .....	28
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Sich selbst managen: Es kommt anders, wenn man denkt</b> .....	31
Die Macht des Unbewussten .....	32
»Bad is stronger than good«: das katastrophische Gehirn .....	36
Die Aufwärtsspirale positiver Gefühle .....	39
Gewohnheiten verändern .....	42
Krisen bewältigen .....	46
Ihr M <sup>5</sup> -Profil .....	47
M <sup>5</sup> -Modell: Mindset .....	52
M <sup>5</sup> -Modell: Merkmale der Persönlichkeit .....	54
M <sup>5</sup> -Modell: Menschliche Unterstützung .....	56
M <sup>5</sup> -Modell: Managementalltag .....	57
M <sup>5</sup> -Modell: Mindfulness .....	60

<b>Kapitel 3</b>	
<b>PLUS Leadership: Durch positives Priming in Führung gehen</b>	67
Positives Priming	68
Lenken	73
Unterstützen	76
Selbstverantwortung	79
Gute Führung bleibt gute Führung – auch in der neuen Arbeitswelt	81

<b>Kapitel 4</b>	
<b>Arbeitsengagement: Motivierte Mitarbeiter mit dem IMPULS-Modell</b>	83
IMPULS-Faktoren für positives Arbeitsengagement	87

<b>Kapitel 5</b>	
<b>Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile: Gestaltung von Teamarbeit</b>	107
Phasenmodell der Teamentwicklung nach Tuckman	109
Equilibrium-Modell der Teamentwicklung nach Gersick	110
Phase 1: Zusammenfinden des Teams	111
Phase 2: Auseinandersetzungen im Team	113
Phase 3: Festlegung von Gruppennormen und Teamidentität	122
Phase 4: Teamleistung und Innovationsfähigkeit fördern	129

<b>Kapitel 6</b>	
<b>Weicher Faktor mit harten Folgen: Die wertschöpfende Unternehmenskultur</b>	135
Merkmale einer positiven Unternehmenskultur	136
Ist-Zustand: Messung der Unternehmenskultur	138
Verändern: Die positive Unternehmenskultur ausbauen	141

<b>Kapitel 7</b>	
<b>Anders sein als die anderen: Positive Strategieentwicklung</b>	147
Veränderungen des strategischen Managements: Poised Strategy	148
Gruppendenken vermeiden	154
Die Organisation als politische Arena	156

<b>Kapitel 8</b>	
<b>Umparken im Kopf: In drei Monaten ein neues Unternehmensimage kreieren</b> .....	161
<b>Unternehmens- oder Produktimage ändern: Die drei Ps</b> .....	164
<b>Unternehmensimage ändern mit dem Positiv-Effekt</b> .....	173
<b>Kapitel 9</b>	
<b>Mission Positiv: Die Managementrevolution einleiten</b> .....	177
<b>Anmerkungen</b> .....	183
<b>Literatur</b> .....	203