

Inhaltsverzeichnis

Prolog	13
Einleitung	17
1 Einführung: Warum Nachhaltigkeit für Führungskräfte wichtig ist	23
1.1 Die Bedeutung von Nachhaltigkeit für die Wettbewerbsfähigkeit und das Image des Unternehmens	26
1.2 Die Rolle von Führungskräften bei der Veränderung der Unternehmenskultur	35
2 Die Neurobiologie von Nachhaltigkeit	39
2.1 Die Dreifaltigkeit unserer Gehirne	45
2.1.1 Unser Kopf – der rationale Verstand?	46
2.1.2 Herzblut und mehr Gehirn	86
2.1.3 Darm – unser Bauchgefühl	106
2.1.4 Die vergessene Kunst des Atmens	113
2.1.5 Die Macht der Düfte – wie Gerüche das Gehirn beeinflussen	116
2.2 Wie unser Gehirn auf Nachhaltigkeit reagiert und wie das unser Verhalten beeinflusst	119
2.2.1 Neuromarketing	120
2.3 Bedeutung von Glaubenssätzen und Mindset für nachhaltiges Handeln	122
3 Veränderung von Glaubenssätzen und Mindset im Unternehmen	125
3.1 Praxiserprobte Methoden zur Förderung von nachhaltigen Glaubenssätzen und einem nachhaltigen Mindset	132
3.1.1 Die 1,5-Prozent-Methode	134
3.1.2 Expedition in die Zukunft	136
3.1.3 Den Code entschlüsseln	137
3.1.4 Navigationssystem	138
3.1.5 Der 5-Uhr-Club	140
3.1.6 Gewohnheiten unterbrechen	141
3.1.7 Muscle-Memory-Training	142
3.1.8 Mindset mit Momentum – wie du die Zeit für dich arbeiten lässt	144
3.1.9 Rekalibrieren lernen – wie du dich neu programmierst	152
3.1.10 Tipping Point – wie kleine Dinge Großes bewirken können	158
3.1.11 Deine Entscheidung – wie du deine Bremsen löst	162
3.1.12 Meine Chefin: die KI – wie sich Führung verändert	165
3.2 Wie Führungskräfte und Teams durch Zusammenarbeit und Kollaboration nachhaltiges Handeln unterstützen können	168
3.2.1 Gemeinsam unternehmen – Entrepreneur Spirit	169
3.2.2 Coachen und Trainieren – Teamplay	171

3.2.3	Ökolopoly/ecopolicy – gemeinsam Spielen	173
3.2.4	Co-Creation – gemeinsam Denken	174
3.2.5	Green Teams und Lernreisen – neue Formen nachhaltigen Zusammenarbeitens .	176
3.2.6	Nachhaltige Narrative	178
4	Erfolgsfaktoren nachhaltiger Unternehmensführung	183
4.1	Erfolgsmodelle nachhaltiger Unternehmen	186
4.1.1	Reinventing Business and Leadership	187
4.1.2	Holacracy – agiler Prozess statt Hierarchie	191
4.1.3	Quantopia – Wirtschaft mit Quanten	192
4.1.4	Ökonomische Ansätze aus Oxford und Cambridge	194
4.1.5	Wissen heißt: macht! – Aufbruch in eine intelligentere Ökonomie	199
4.2	Erfolgsfaktoren nachhaltiger Unternehmensführung und wie Führungskräfte diese umsetzen können	200
4.2.1	New Work needs Inner Work	203
4.2.1	New Sustainable Work ist das neue New Work	210
5	Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur	213
5.1	Wie Nachhaltigkeit als Grundlage für eine erfolgreiche Unternehmenskultur genutzt werden kann	213
5.1.1	Der Acht-Stufen-Prozess des nachhaltigen Wandels	214
5.1.2	Fairness-Faktor und Fairness-Formel	221
5.1.3	Angstfreie nachhaltige Organisationskultur	223
5.1.4	Co-Creation Leadership und Toolbook	225
5.2	Umsetzung von nachhaltigen Strategien in allen Unternehmensbereichen	227
6	Fazit: Wie Führungskräfte ihr Mindset und das ihrer Teams verändern können	233
6.1	Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse und Methoden	237
6.2	Ausblick auf die Bedeutung von Nachhaltigkeit für die Zukunft von Unternehmen und Gesellschaft	242
7	Danke	247
	Literatur	249
	Anmerkungen/Endnoten	255
	Die Autorin	263