

Inhaltsverzeichnis

1	Digital Leadership in der agilen Welt und die Gegenwart des Change Managements.	1
1.1	Die Megatrends der Welt als Realitätsschock	1
1.2	Alles ist Change: Digital Leadership als Change Leadership	6
1.2.1	Digital Leadership ist Change Leadership – das neue Change-Paradigma	6
1.2.2	Digital Change 2.0	7
1.2.3	Anforderungen an einen Digital Leader	11
1.3	Die Realität – Was bisher (nicht) gedacht und getan wurde	20
1.3.1	Bestandsaufnahme: Change Management und Mythen des Change Managements	20
1.3.2	Anlässe, Anfänge und Entwicklung im Change Management	25
1.3.3	Leadership-Theorien	28
1.3.4	Strategie-Konzepte für den disruptiven Wandel	31
1.3.5	Umsetzung mit dem Scaled Agile Framework (SAFe®)	33
1.4	Zusammenfassung und Fazit	40
	Literatur	42
2	Was wir heute über Emotionen wissen (können und sollten)	45
2.1	Emotionen in Change-Management-Kontexten	45
2.2	Einführung: Denktraditionen der Emotionsforschung	48
2.3	Elemente der drei Denkschulen	50
2.3.1	Feeling-Tradition	50
2.3.2	Motivational-Tradition	55
2.3.3	Evaluative Tradition	57
2.4	Emotionen aus der Perspektive des Spannungsfelds	61
2.5	Zusammenfassung Emotionstheorien	67

2.6	Bio-Konstruktivismus als Grundlage der Entstehung von Emotion	70
2.6.1	Die Entstehung von Emotion	70
2.6.2	Sprache als zentraler Baustein für das emotionale Erleben	73
2.6.3	Soziale Funktion von Emotionen	76
2.6.4	Zusammenfassung Bio-Konstruktivismus	79
	Literatur	81
3	Emotionen und Organisationskultur	83
3.1	Organisationskultur – ein Überblick	83
3.2	Organisationskultur – das Konzept von Renald Müller	88
3.3	Organisationskultur – das Konzept von Edgar Schein	88
3.4	Organisationskultur – das Konzept von Frederic LaLoux	91
3.5	Gestaltung und Veränderung von Organisationskultur	95
3.5.1	Allgemein	95
3.5.2	Organisationskultur verändern	97
3.6	Zusammenfassung	101
	Literatur	102
4	Emotionen und Agile Change	103
4.1	Überblick und Einordnung	103
4.2	Emotionen im Change-Readiness-Prozess	109
4.3	Emotionen im Change-Prozess – das Modell von Doppler und Voigt	115
4.4	Emotionen im Change Prozess – das Modell von Gibbons	119
4.5	Zusammenfassung	122
	Literatur	122
5	Konzepte und Instrumente für den Umgang mit Emotionen	125
5.1	Überblick über Instrumente zur Verhaltensänderung	125
5.2	Zum Start – vom Geschichtenerzählen und strategischen Narrativen	126
5.2.1	Science-Fiction	127
5.2.2	Strategisches Narrativ	129
5.2.3	Change-Story	132
5.2.4	Marke und Bild	133
5.2.5	Graphic Novel, Cartoons und Comics	133
5.2.6	Fabeln	135
5.2.7	Klassische Kommunikationsformate	137
5.3	Das Core-Affect-Modell	139
5.4	Emotional Granularity	141
5.5	Das COMO-Modell (Cognition mapped to Emotion)	142
5.5.1	Einführung und Übersicht	142
5.5.2	Individuelle Faktoren der kognitiven Veränderungsbereitschaft	145
5.5.3	Kollektive Faktoren der kognitiven Veränderungsbereitschaft	148
5.5.4	Zusammenfassung: individuelle und kollektive Einflussfaktoren	150

5.5.5	Individuelle emotionale Einflussfaktoren	151
5.5.6	Kollektive emotionale Einflussfaktoren	156
5.5.7	Zusammenfassung und Diskussion	159
5.6	Mindfulness für Individuen und Teams	163
5.7	Künstliche Intelligenz (KI) und Emotionserkennung	166
5.7.1	KI aus Sicht von Wirtschaft und Politik.	166
5.7.2	KI-basierte Emotionserkennung von Gesicht und Stimme	169
5.7.3	KI-basierte Emotionserkennung von Körperhaltung und Gang.	171
5.7.4	KI-basierte Emotionserkennung auf Textbasis	172
5.7.5	Technische, ethische und rechtliche Herausforderungen der KI-basierten Emotionserkennung	173
5.7.6	Zusammenfassung und Fazit zur KI-basierten Emotionserkennung	177
	Literatur.	179
6	Schlussbetrachtung	183
	Literatur.	186
	Erratum zu: Digital Leadership, Agile Change und die Emotion Economy	E1