

Inhaltsverzeichnis

1	Management und Märchen interdisziplinär analysieren, interpretieren, nutzen	1
1.1	Märchen als Metaphern für Manager: Märchenhaftes Management – ein Überblick	1
1.2	Interpretationen aus Sicht von Philologie, Märchenpädagogik, Philosophie, Psychologie, Ökonomie, Managementlehre – <i>Hans im Glück</i>	8
1.2.1	Einführung – Zum Glück des Hans (KHM 83) in fünf Disziplinen	9
1.2.2	Hedonistisches Glücksstreben in der demoskopischen Werteforschung	11
1.2.3	Motivationstheoretische Interpretation aus Management- sicht – Hans als eigenmotivierter Nutzenmaximierer und unlustmeidender Glücksvisionär	14
1.2.4	Eigenmotivation erkennen und einsetzen	16
1.2.5	Lessons learned – Lessons to learn	18
1.3	Personalbeurteilung: <i>Aschenputtel und der Prinz</i>	21
1.3.1	<i>Aschenputtel</i> , Rigorosität und Relevanz	21
1.3.2	Zur Gewichtung von Rigor und Relevance	23
1.4	<i>Aschenputtel</i> verdient einen besonderen Platz	27
	Literatur	31
2	Werteorientiert Führung kommunizieren und situativ differenzieren	35
2.1	Führung im Fokus der Managementforschung – Heimliche Führer und unheimliche Verführer	35
2.2	Wertewandel und Führung: Vom Schäferhund zum gestieflten Kater	41

XIII

2.2.1	Vorbemerkungen	41
2.2.2	Entwicklungstendenzen im Wertebereich	42
2.2.3	Führungstypologien mit Tiermetaphern	46
2.2.4	Situative statt einheitlicher Führung	53
2.2.5	Fünf Strategien für hierarchieärmere Führungsbeziehungen	55
2.2.6	Mitunternehmer als ein normatives Gestaltungskonzept	56
2.3	Verhaltensleitsätze in Märchen und Management – ein Überblick und Vergleich	57
2.3.1	Vorbemerkungen	57
2.3.2	Zur Entwicklungsgeschichte von Verhaltensleitsätzen in Organisationen	58
2.3.3	Begriffliche und konzeptionelle Abklärungen	59
2.3.4	Verhaltensleitsätze in Märchen	60
2.3.5	Diskussion	84
2.4	Sozialverhalten über Führung und Kooperation fördern: Integrität, Vertragstreue, Compliance	86
2.4.1	Begriffsklärungen zu Governance, Integrität und Compliance	87
2.4.2	Integrität als Wort- und Vertragstreue in Grimms Märchen	91
2.4.3	Vergleich und Fazit zu Governance – Vertragstreue – Compliance	94
2.5	Was Du versprochen hast, das musst Du auch halten	97
2.5.1	Grundlagen und Grundfragen	97
2.5.2	Verhaltensleitsätze in Märchen	99
2.5.3	Zu „Walk Your Talk“ in Märchen- und Führungsleitsätzen	100
2.5.4	Warum und wann Versprechen (nicht) über Selbstverpflichtung (Commitment) gesichert werden	105
2.5.5	Vertrauen zur Minderung von Entscheidungs- und Beziehungsrisiken	107
2.5.6	Lessons learned – Lessons to learn	111
	Literatur	113
3	Laterale Kooperationskonflikte erkennen und minimieren	123
3.1	Hilf dir selbst, so wird dir geholfen	123
3.1.1	Vorbemerkungen	123
3.1.2	Abschied von der Opferrolle	123

3.1.3	Mutige Sozialkompetenz – Der Teufel mit den drei goldenen Haaren	125
3.1.4	Studienergebnisse	126
3.2	Mobbing – ein Beitrag zu Management und Märchen	127
3.2.1	Netzwerkkompetenzen als soziales Kapital – Märchen als kulturelles Kapital	128
3.2.2	<i>Aschenputtel</i> im destruktiven Mobbing-Netzwerk – alle gegen eine	129
3.2.3	Folgerungen aus Märchensicht	131
3.2.4	Folgerungen aus Managementsicht	131
3.2.5	<i>Aschenputtel</i> – Folgerungen der zwei „Menschenbilder“ für Entwicklungsziele	132
3.3	Diskriminierung von Töchtern durch Stiefmütter	133
3.3.1	Gedanken zu einer systemisch erweiterten Gleichstellungsdiskussion	133
3.3.2	Folgerungen aus Märchensicht und Managementsicht	137
3.4	Selbst- und Fremdvertrauen als soziale Währung der Kooperation verstehen	138
3.4.1	Beschreibungs- und Erklärungsansätze zum Vertrauen	138
3.4.2	Kontrollüberzeugungen bzw. -erwartungen und Selbstvertrauen	140
3.4.3	Zur Messung von Vertrauen – wo bleibt das Selbstvertrauen?	144
3.4.4	Vom Selbst- zum Fremdvertrauen – ein Bezugsrahmen	145
3.4.5	Fremdvertrauen als situativ moderiertes Selbstvertrauen?	146
3.4.6	Selbstvertrauen – Fremdvertrauen und deren Folgen	147
3.4.7	Selbstvertrauen und Fremdvertrauen – Lessons learned	148
	Literatur	149
4	Mitdenken, Mitfühlen, Mithandeln, Mitverantworten von Mitarbeitenden anregen	153
4.1	Ein Märchenheld ist, der hingeht und unternehmerisch agiert	153
4.2	Mitunternehmerische Helfer in Management und Märchen – Kompetenzen und Führungsbeziehungen	156
4.2.1	Vorbemerkungen zur Märchen- und Managementforschung	157
4.2.2	Internes Unternehmertum im Management – Begriff, Verhaltensziele und Kompetenzen	158

4.2.3	Leitsätze für internes Unternehmertum in Management und Märchen	159
4.2.4	(Mit-)Unternehmertum in Märchen der Brüder Grimm (KHM)	161
4.2.5	Portfolios für Erfolgskompetenzen in Management und Märchen	162
4.2.6	Führung spricht viele „W-Fragen“ an	165
4.2.7	Zu Führungsbegriffen und -dimensionen	165
4.2.8	Folgerungen für Märchen und Management	166
4.2.9	Märchen als Grundlage für Fallstudien – Beispiele aus Grimms Märchen	168
4.2.10	<i>Aschenputtel</i> , zwei „Menschenbilder“ – auch zwei „Erziehungsziele“?	169
4.3	Sozialkompetenzen und Sozialkapital erkennen, nutzen – Beispiel <i>Aschenputtel & Co.</i>	172
4.3.1	Vorbemerkung	172
4.3.2	Märchenhelden und ihr Sozialkapital	173
4.3.3	Das Fallbeispiel „ <i>Aschenputtel</i> “ – nach Episoden interpretiert	177
4.3.4	<i>Aschenputtels</i> kulturelles und soziales Netzwerkkapital	178
4.3.5	Kreativität als (mit-)unternehmerisches Potential	178
4.3.6	Repräsentanten aus Grimms Märchen in einem differenzierten Portfolio	180
4.3.7	Lessons learned	183
	Literatur	184
5	Fehlerkultur als Lernkultur optimieren	187
5.1	Lern- und Fehlerkultur	187
5.1.1	Theorien zum Fehlerlernen mit Märchenbezug	189
5.1.2	Verhaltensleitsätze in Märchen zur Fehlerkultur	190
5.1.3	Zu Lernansätzen im Management	194
5.1.4	Unternehmerische Schlüsselkompetenzen als Grundlage für ein Lernportfolio	197
5.1.5	Zur Entwicklung einer Lernkultur – Empfehlungen zu „Lerne aus Fehlern“	199
5.1.6	Lessons learned	202
	Literatur	205

6	Nachfolge im Familienbetrieb	209
6.1	Nachfolge durch Einheirat von Männern in Familienunternehmen – ein Überblick (Blinder Fleck in der Diversityforschung?)	209
6.1.1	Vorbemerkung	209
6.2	Zur aktiven Suche von Ehemännern in Grimms Märchen	210
6.3	Zusammenfassung und Folgerungen	216
	Literatur	218
7	Rückblende	219
	Literatur	226