

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	5
Jutta Rump: „Es gibt gewissermaßen einen Zielkonflikt zwischen New Work und Old Work, den es behutsam aufzulösen gilt.“	
EINLEITUNG	14
Kerstin Dämon, Saskia Eversloh, Lucas Sauberschwarz, Lysander Weiß: „Mit sanfter Veränderung zu radikaler Verbesserung“	
KAPITEL 01	
WHAT THE F\$%& IS NEW WORK?	17
New Work: 20 Milliarden Google-Treffer – und keine einheitliche Definition	18
Die große Unzufriedenheit: Trotz Milliarden Investitionen Motivation gleich null	20
Interview Ulrich Lenz: „Ich wünsche mir in Deutschland mehr begeisterte Neugierde.“	23
Ist das New Work – und wenn ja, wie viele?!	26
New Work zwischen Selbstverwirklichung, Kundenzentrierung und Performance	28
Wie New Work zu einem Gewinn für Management <i>und</i> Mitarbeitende wird	31
Der legendäre Fosbury-Flop	34
Selbst denken: Der Weg zum persönlichen Fosbury-Flop	36
KAPITEL 02	
HAPPY TO PERFORM	39
New Work angewandt: Die „neue“ Arbeitswelt ist längst da	40
Interview Daniel Schmidlin: „Manager interpretieren New Work entweder als <i>die</i> Chance, Arbeitszeit zu erhöhen und Bürokosten einzusparen – oder als Gefahr, die Kontrolle zu verlieren.“	43
Die 7 Dimensionen für mehr Mitarbeiterzufriedenheit und Leistungspotenzial	46

1. Dimension: (Positive) Führungs- und Unternehmenskultur	51
Best Practice Deutsche Telekom Mit Selbstorganisation aus der Krise	52
Best Practice Otto Group Mehr Innovationen dank verbesserter Fehlerkultur	54
Best Practice AXA Konzern Wertewandel als Basis der Transformation	56
2. Dimension: (Agile) Zusammenarbeit	59
Best Practice CheMondis Mit OKR zu mehr Zufriedenheit und Performance	60
Best Practice Otto Group Probleme lösen mithilfe der Schwarmintelligenz	62
Best Practice RoMed Kliniken Bessere Pflegequalität dank Design Thinking	64
3. Dimension: (Selbstständiges) Arbeiten	67
Best Practice innogy Mit konkreten Leistungsindikatoren zu mehr Team-Spirit und Selbstregulation	68
Best Practice AOK Baden-Württemberg Zufriedene Kunden dank neuer Rollen im Team	70
4. Dimension: (Persönliche) Entwicklungsmöglichkeiten	73
Best Practice Assistenz Krefeld Weiterentwicklung durch mehr Entscheidungsfreiheit	74
Best Practice AgilHybrid Gemeinsam zu digitalen Geschäftsmodellen	76
5. Dimension: (Individuelle) Flexibilität	79
Best Practice Berliner Stadtreinigung Individuelle Schichtpläne für mehr Zufriedenheit	80
Best Practice HDI next Start-up-Feeling im Versicherungs-Servicecenter	82
6. Dimension: (Flexible) Work-Life-Balance	85
Best Practice Nestlé Deutschland Mit dem Bürohund zum gesunden Ausgleich	86
Best Practice AXA Konzern Azubis entlasten Eltern beim Homeschooling	88
7. Dimension: (Intrinsische) Motivation	91
Best Practice Weidmüller Interface Symbiose von Elektrotechnik und digitalen Technologien	92
Best Practice Fiducia & GAD 360-Grad-Mitarbeiter „eXperience“	94
Weiteres Vorgehen: Reflexion statt Reflex	96
Fazit und Vorschau Methodik	97

KAPITEL 03	
PLAY. WORK. SLEEP. REPEAT.	99
Reflexion statt Reflex: Bereit zu echter Veränderung?	100
7x7-Methodik: In 7 Phasen durch 7 Dimensionen zu mehr Mitarbeiterzufriedenheit und Unternehmenserfolg	103
 Phase 1 Start: Dare to prepare	106
Schritt 1: Grundverständnis schaffen	108
Stakeholder-Map [Tool]	110
Projektsteckbrief [Tool]	112
Schritt 2: Ziele und Kriterien festlegen	114
Ziele/Kriterien Definition [Tool]	116
Ziele/Kriterien Auswahl [Tool]	118
Schritt 3: Projekt verabschieden	120
Projektplanung [Tool]	122
Kick-off-Workshop [Tool]	124
 Phase 2 Analyse: Please mind the gap	126
Schritt 1: Mitarbeitende befragen	128
Audit-Fragebogen [Tool]	130
Audit-Auswertung [Tool]	132
Schritt 2: Ergebnisse finalisieren	134
Audit-Workshop [Tool]	136
Ergebnis-Onepager [Tool]	138
Schritt 3: Handlungsfelder auswählen	140
Stakeholder-Workshop (Analyse) [Tool]	142
Action-Plan [Tool]	144
 Phase 3 Forschung: No pain, no gain	146
Schritt 1: Bedürfnisse ermitteln	148
Research Design [Tool]	150
Interview-Guide [Tool]	152

Schritt 2: Bedürfnisse validieren	154
Pain Point-Analyse [Tool]	156
Pain Point-Validierung [Tool]	158
Schritt 3: Pain Points auswählen	160
Pain Point-Auswahl [Tool]	162
Stakeholder-Workshop (Forschung) [Tool]	164
 Phase 4 Konzeption: Think to design	 166
Schritt 1: Inspirationen scouten	168
Inspirationen-Scouting [Tool]	170
Inspirationen-Auswahl [Tool]	172
Schritt 2: New Work-Instrument entwerfen	174
Ideation-Workshop [Tool]	176
Ideen-Auswahl [Tool]	178
Schritt 3: New Work-Instrument auswählen	180
Kurzkonzepte [Tool]	182
Stakeholder-Workshop (Konzeption) [Tool]	184
 Phase 5 Pilotierung: Suck it and see	 186
Schritt 1: Hypothesen konkretisieren	188
New Work-Canvas [Tool]	190
Hypothesen-Auswahl [Tool]	192
Schritt 2: Hypothesen testen	194
Testkarte [Tool]	196
Lernkarte [Tool]	198
Schritt 3: Skalierung entscheiden	200
Steckbrief Skalierung [Tool]	202
Stakeholder-Workshop (Pilotierung) [Tool]	204

Phase 6 Skalierung: Bigger is better	206
Schritt 1: Skalierung planen	208
Planungsworkshop [Tool]	210
Umsetzungsplan [Tool]	212
Schritt 2: New Work-Instrument umsetzen	214
Kanban-Board [Tool]	216
Kommunikationsmatrix [Tool]	218
Schritt 3: Organisation dauerhaft verbessern	220
New Work-Scorecard [Tool]	222
Projekt-Retrospektive [Tool]	224
 Phase 7 Wiederholung: Let's circle back	 226
36 Tools für eine gelungene Transformation	228
 KAPITEL 04	
TRANSFORM OR DIE	231
Arbeitswelt im Dauerwandel	232
 New Work-AUDIT	 234
Autorinnen und Autoren	238
Gestaltung	240
Quellen- und Literaturverzeichnis	241
Abbildungsverzeichnis	246