

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einleitung</b>	1
<i>Daniel B. Werner, Olof von Lindequist, Anja Sinz, Raphael Herkommer und Helen Kuhnle</i>	

## Teil I Geschäftsmodell

<b>2 Zukunftsfähige Geschäftsmodelle</b>	7
<i>Daniel B. Werner</i>	
Ansätze und Grundüberzeugungen	8
Wie Sie ein zukunftssicheres Geschäftsmodell erarbeiten	11
Literatur	14
<b>3 Strategieüberprüfung</b>	15
<i>Daniel B. Werner</i>	
Warum Sie Ihre Strategie überprüfen sollten	16
Wie Sie Ihre Strategie konkret überprüfen	18
Literatur	21

<b>4</b>	<b>Partizipative Strategieentwicklung leicht gemacht</b>	<b>23</b>
	<i>Anja Sinz</i>	
	Wieso partizipative Strategieentwicklung	24
	Die Schwierigkeit der Partizipation	25
	Das Konzept zur partizipativen Strategieentwicklung	25

## **Teil II    Organisationsstruktur**

<b>5</b>	<b>Effektive Teams</b>	<b>33</b>
	<i>Daniel B. Werner</i>	
	Die sechs Hebel für High Performance Teams	34
	Literatur	42
<b>6</b>	<b>Geschwindigkeit</b>	<b>43</b>
	<i>Olof von Lindequist</i>	
	Womit Sie anfangen sollten	44
	Was Sie tun müssen	46
	Was Sie beachten müssen	48
	Literatur	49
<b>7</b>	<b>Prozessoptimierung</b>	<b>51</b>
	<i>Olof von Lindequist</i>	
	Die Prozessaufnahme als Basis	52
	Vier Forcing Functions für jedes Unternehmen	53
	Literatur	56
<b>8</b>	<b>Arbeiten im Homeoffice</b>	<b>57</b>
	<i>Raphael Herkommer</i>	
	Arbeitszeit, Arbeitsschutz und technische Voraussetzungen als zentrale Erfolgsfaktoren	59
	Remote Work bedarf einer anderen Form der Selbst- und Mitarbeiterführung	60
	Programme und Software, die dabei helfen, remote zu arbeiten	61
	Literatur	64

## **Teil III Kundenzentrierung**

<b>9 Kundenerlebnis</b>	<b>67</b>
<i>Helen Kuhnle</i>	
Customer Journey und Touch Points	68
Customer Journey Maps für Ihr Unternehmen	70
Worauf Sie unbedingt achten sollten	73
Literatur	75
<b>10 Umsatzsteigerung durch Kundenzentrierung</b>	<b>77</b>
<i>Olof von Lindequist</i>	
Vorteile gegenüber den Mitbewerber:innen	79
Literatur	82
<b>11 Kundenbefragung</b>	<b>83</b>
<i>Raphael Herkommer</i>	
Weniger reden, mehr fragen	84
Produkt-, Kunden- und Marktrisiko	85
Feedback nicht nur vom Team, sondern auch von Kund:innen	86
Übung macht den Meister	87
Literatur	89

## **Teil IV Haltung**

<b>12 Mindset</b>	<b>93</b>
<i>Daniel B. Werner</i>	
Die richtige Haltung	94
Wachstum in Krisenzeiten	95
Literatur	98

<b>13</b>	<b>Fundament einer Unternehmenskultur</b>	<b>99</b>
	<i>Helen Kuhnle</i>	
	Unternehmenswerte – das Fundament Ihrer Unternehmenskultur	100
	So machen Sie Ihre theoretischen Werte zur gelebten Praxis	102
	Workshop-Leitfaden	103
	Literatur	106
<b>14</b>	<b>Wachstums- und Kulturindikator</b>	<b>107</b>
	<i>Raphael Herkommer</i>	
	Die vier Faktoren des WKI	110
	Literatur	113
<b>15</b>	<b>Raus aus der Komfortzone</b>	<b>115</b>
	<i>Daniel B. Werner</i>	
	Wie Sie Ihre Mitarbeiter:innen unterstützen können	116
	Die Veränderungskurve als Tool	118
<b>16</b>	<b>Psychologische Sicherheit</b>	<b>123</b>
	<i>Raphael Herkommer</i>	
	Die Wahrheit, die niemand ausspricht	124
	Was Sie tun können, um Ihre psychologische Sicherheit zu verbessern	125
	Psychologische Sicherheit gegen destruktive Stille	127
	Literatur	131

## **Teil V    Fähigkeiten**

<b>17</b>	<b>Skill-Gap-Analyse</b>	<b>135</b>
	<i>Helen Kuhnle</i>	
	Die Vorteile einer Skill-Gap-Analyse	136
	So führen Sie die Skill-Gap-Analyse in Ihrem Unternehmen durch	137

Diese Tools unterstützen Sie bei der Umsetzung	139
So oft sollten Sie eine Skill-Gap-Analyse durchführen	141
<b>18 Smartes Change Management</b>	<b>143</b>
<i>Anja Sinz</i>	
Die Neurowissenschaft hinter Veränderungswiderständen:	
Das Elefanten- Reiter-Konzept	144
Die relevanten Fragen für ein Change-Projekt	153
Literatur	154
<b>19 Wachstumsbremse Silo-Denken</b>	<b>155</b>
<i>Anja Sinz</i>	
Was Silo-Denken ist und welche Effekte damit einhergehen	156
Cross-Silo-Maßnahmen, die Sie als Führungskraft umsetzen können	157
Literatur	161
<b>20 Methoden und Mythen der Mitarbeitermotivation</b>	<b>163</b>
<i>Anja Sinz</i>	
Die psychologischen Grundbedürfnisse intrinsischer Motivation	165
Persönliche Motivationsstrukturen als Hebel für unternehmerische Zufriedenheit	166
Persönliche Motivationsstrukturen identifizieren mit dem Antreiber-Modell	167
Literatur	170
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>171</b>