

Bernd Glazinski

Innovatives Changemanagement

*Strategie, Organisation
und Verhalten erfolgreich
integrieren*



HOCi-iSCi-
LIECHTENSTEIN
Bibliothek

WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 9

1 Aktionsrahmen 15

- u Status quo: Marktdynamik und Veränderungsdruck 25
- 1.1.1 Einführung in den Umgang mit steigender Komplexität
- 1.1.2 Bedeutung der Metakompetenzen für die Praxis im Veränderungsmanagement 18
 - Selbstorganisation* 23
 - Die Steuerung des Changeprozesses* 25
 - Die Schockkurve* 2g
- 1.2 Was bedeutet Veränderung 30
- 1.2.1 Das Problem der Phasenverschiebung 30
- 1.2.2 Welche Veränderungen braucht ein Changemanagement: Adaption oder Paradigmenwechsel? 38
- 1.3 Metakompetenz - innovatives Kompetenzmodell 41
- 1.3.1 Komplexitätsmanagement 41
 - Mechanische Komplexitätsreduktion* 42
 - Komplexität reduziert Komplexität* 43
 - Komplexität und Changemanagement* 49
- 1.3.2 Biofeedback als Metadimension 53
 - Biofeedback und Stress* 54
 - Stress und Veränderung* 5g
 - Komplexität und Stress* 64
 - Formen der Unsicherheit* 66
 - Widerstände und Komfortzonen* jo
 - Stress und Wahrnehmung* 71
- 1.3.3 Kontingenzmanagement 75
 - Die Innovation im innovativen Changemanagement - die doppelte Innovation* j6

1.3.4	Sinnmanagement 78 <i>Zweck der Organisation 78</i> <i>Was leisten Organisationen für ihre Kunden? 80</i>
1.4	Anforderungen an moderne/innovative Organisationen und Führungskräfte 82
1.4.1	Reifegrad und Veränderungs- und Changemanagement 82
1.4.2	Organisation und Kultur 87 <i>Das Navigatorproblem: Definition von Start- und Zielpunkt 87</i>
15	Veränderung und Widerstand #9
2	Praxistransfer 103
2.1	Wege der erfolgreichen Veränderung 103 <i>Die Innovation erhält eine Form: Der Planungsprozess des Changemanagements 103</i>
2.2	Instrumente des innovativen Changemanagements 120 <i>Paradigmenanalyse 110</i>
2.3	Der Changeprozess in der Organisation - die Implementierung des Changemanagements 222
2.3.1	Transfer 222
2.3.2	Durchdringung 124
2.3.3	Budget 125
2.3.4	Maßnahmenportfolio 226
2.3.5	Härtegrad 227
2.3.6	Rollout-Konzept 228
2.4	Metakommunikation: Kommunikation über die Kommunikation - wie kann Change selbst kommunizierbar werden? 232
2.5	Metakompetenz in der Anwendung 236
2.5.1	Erfolgreiche Schritte im Changeprozess 136
2.5.2	Mögliche Maßnahmen im Veränderungsprozess 147
2.5.3	Umsetzung von Changeprojekten 249 <i>a. Die Aufgaben des Change-Agents sind keine Stabsaufgaben 253</i> <i>b. Die Aufgaben des Change-Agents erfordern ein besonderes Engagement 254</i> <i>c. Das Management der Transformation erfordert besondere Kenntnisse, Erfahrungen und ein spezifisches Führungsverhalten 154</i> <i>d. Change-Agents benötigen eine überdurchschnittliche Gestaltungskraft und Flexibilität für das Management des Transformationsprozesses 255</i>

2.6	Vermittlung und Entwicklung von Metakompetenz	260
	<i>Tools des Changemanagements</i>	160
2.7	Erfolgreiche Gestaltung von Veränderungsprozessen	267
2.7.1	Zehn Erfolgsregeln der Metakompetenz	267
2.7.2	Zehn Todsünden im Veränderungsmanagement	273
2.8	Zusammenfassung: Management mit Metakompetenz	178

Anmerkungen	185
--------------------	-----

Glossar	187
----------------	-----

Literatur	293
------------------	-----

Index	297
--------------	-----