Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 1

2 Die alte Leistungskultur 7
2.1 Quantität und messbarer Unternehmens- und Arbeitserfolg . . . 7
2.1.1 Die Kriterien der westlichen Leistungsgesellschaft 8
2.1.2 Grundlagen des „alten" Leistungsdenkens 12
2.1.3 Kernfaktor des „alten" Leistungsdenken – Sicherheit . . . 15
2.2 Messbare Leistungskriterien 22
2.2.1 Die Führungskraft der „alten" Leistungskultur 22
2.2.2 Humankapital – Messkriterien der Mitarbeiterproduktivität 32
2.2.3 Allein der Arbeitserfolg zählt 36
2.2.4 „Zeit-Optimatoren" 41
2.2.5 Der charismatische Manager – das Universalgenie 48
2.3 Das Ende der Leistungsträger – sind unsere Ressourcen erschöpft? 53
2.3.1 Kurzfristiger versus langfristiger Erfolg 53
2.3.2 Das „Streben nach Exzellenz" – unweigerlich der Weg in den Burnout? 63
2.3.3 Das Ende des Wachstumsglaubens – die Grenzen der Leistungsfähigkeit 75

3 Die neue Leistungskultur 83
3.1 Leistung neu denken 87
3.1.1 Grundlagen der neuen Leistungsgesellschaft 92
3.1.2 Von der Industrie- zur Wissens- und Unternehmergesellschaft 109
3.1.3 Der grenzenlose Arbeitsplatz 115
3.1.4 Von der Zeit-Intelligenz zur Lebens-Intelligenz 128

3.2 Erfolg neu denken 133
3.2.1 Veränderungskompetenz als wesentlicher Erfolgsfaktor . 143
3.2.2 Selbstführungskompetenz – „sein eigener Herr sein“ . . . 160
3.2.3 Grenzen setzen – sich selbst und anderen 163
3.2.4 Vertrauen und Selbstverantwortung 167
3.2.5 Employability – Entrepreneurship 177
3.2.6 „Gut leben (statt) Viel haben“ 192

4 Wirksam leisten, wirksam führen, wirksam erfolgreich sein 207
4.1 Personalmanagement neu denken 208
4.1.1 Konzepte für eine neue Leistungs-, Führungs- und Erfolgskultur 211
4.1.2 Werte – die einzige Stabilität in einem offenen Rahmen . . 222
4.1.3 Karriereplanung passé? 225
4.2 Management neu denken 233
4.2.1 „Agile Unternehmen“ – Projekt- und Prozessstrukturen ersetzen Hierarchien 233
4.2.2 „Partnering“ – der „neue“ Erfolgsfaktor im Management 244

Literatur 257

Sachverzeichnis 263

Adressen 267

Über die Autorin 269

http://www.springer.com/978-3-8349-4473-3

Das Ich-will-mehr-Prinzip
Auf dem Weg zu einer neuen Leistungskultur
van der Markt, R.A.
2012, XIV, 270 S. 14 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-8349-4473-3