
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Worum es in diesem Buch (nicht) geht	1
1.2	Warum „Generation Maybe“?	3
	Literatur	4
2	The Wind of Change	5
2.1	Talking 'bout my Generation	7
2.1.1	Was macht eine Generation aus?	7
2.1.2	Die Selbstbestimmten: Generation Wirtschaftswachstum	9
2.1.3	Immer zu viele: Die Babyboomer	11
2.1.4	Das Haben bestimmt das Sein: Die Generation Golf	13
2.1.5	Gemeinschaftsorientierte Individualisten: Die Generation Maybe	15
2.1.6	Die Gesellschaft ist eine Kartoffel: Die SINUS®-Studie	24
2.2	Tempus fugit – immer noch schneller!	26
2.2.1	Alles rückt zusammen	26
2.2.2	Unternehmensstrukturen auf dem Prüfstand	28
2.2.3	Wer sich bewegt... hat gewonnen!	29
2.3	„Maybe“ one day	30
2.4	Review	31
2.4.1	Checkup-Fragen	31
2.4.2	Schritte nach vorn	31
	Literatur	32
3	Vorwärts denken	33
3.1	Unternehmerisches Leben in der AGFA-Welt	33
3.1.1	Leben in der Community	34
3.1.2	Leben im Dauerkontakt	39
3.1.3	Leben in der Feedback-Schleife	41
3.1.4	Leben im Netz	42

3.2	Der Einzelne ohne Grenzen	44
3.2.1	Ich bin, was ich bin, durch die Community	45
3.2.2	Erfolgreich ist, wer macht, was er will	46
3.3	Wer bin ich, und wenn ja: wie viele?	48
3.3.1	Der flexible Mensch	48
3.3.2	Babyboomer und Generation Maybe: was sie verbindet	50
3.4	Review	52
3.4.1	Checkup-Fragen	52
3.4.2	Schritte nach vorne	53
	Literatur	53
4	Von Management by Objectives zu Leading by Meaning	55
4.1	Management by Objectives als Geschichte auf dem Weg	55
4.1.1	Die Welt dreht sich nicht nur, sie verändert sich auch	55
4.1.2	Ziele als selbst gegrabene Falle	57
4.1.3	Der alltägliche Umgang mit MbO: Von Zielen zu Interessenskonflikten	58
4.1.4	Pflägings Modell der „flexiblen Ziele“	60
4.1.5	Ist Sisyphos glücklich?	61
4.1.6	Führungs-„Tools“ für Führungskräfte	62
4.2	Vom Tool zum Menschen: die selbst-entscheidende Persönlichkeit	63
4.2.1	Fehler in der Skizze	63
4.2.2	Wir sind frei!	68
4.2.3	„Ich hab’ nur gemacht, was Sie gesagt haben!“ – Teenager im Business	69
4.2.4	„Ich entscheide fürs Unternehmen!“ – Erwachsene im Business	70
4.3	Leading by Meaning: Führen mit Sinn	72
4.3.1	Der Mensch auf der Suche nach Sinn – auch in der Arbeitswelt	72
4.3.2	Horizont-Erweiterungen: Der Sinn-Horizont	73
4.3.3	Anziehen statt Antreiben	77
4.4	Führen heißt, über sich hinaus denken	81
4.4.1	Bei sich beginnen, aber nicht bei sich enden	81
4.4.2	Bei sich beginnen und ... dann aufs Ganze gehen	83
4.5	Review	84
4.5.1	Checkup-Fragen	84
4.5.2	Schritte nach vorne	84
	Literatur	85
5	Ohne Sinn hat alles keinen Zweck	87
5.1	Mit Sinn führen heißt: mit Persönlichkeit führen	87

5.1.1	Von 1-Minuten-„Führung“ und anderen Rezepten	87
5.1.2	Von der Führungskraft zur Führungspersönlichkeit	88
5.1.3	Vom Führungsstil zum Führungsprofil	93
5.1.4	Führen beginnt mit Selbstführung	96
5.2	Das Werte-Profil	97
5.2.1	Aspekte der Persönlichkeit	97
5.2.2	Werte: DNA der Persönlichkeit.	99
5.2.3	Wie Unternehmenswerte stark machen.	101
5.2.4	Menschen wollen Menschen, die Werte leben	105
5.3	Führen heißt Sinn stiften.	106
5.3.1	Mitgehen statt nachlaufen.	106
5.3.2	Wer Selbstverantwortung will, muss Sinn bieten	109
5.4	Mit Sinn entscheiden	111
5.4.1	Sinn klar – alles klar?	111
5.4.2	Leading by Meaning: Führen im 21. Jahrhundert.	113
5.5	Von den Soft Skills zu den Hard Facts	114
5.5.1	Autos laufen auch mit einem Zylinder weniger	114
5.5.2	Fluktuationskosten, Talentmanaging und Kundenorientierung	115
5.5.3	Angst und Kleinkriege kosten Zeit und Geld	116
5.6	Review	118
5.6.1	Checkup-Fragen	118
5.6.2	Schritte nach vorne	119
	Literatur	119
6	Sinn in Aktion	121
6.1	Von der Belegschaft zum Sinn-Team	121
6.1.1	Bei sich beginnen... – Der Unternehmer „in Klausur“	121
6.1.2	Angestellte zu Mitarbeitern machen	124
6.1.3	Der Unterschied zwischen Sinn-Horizont und Idealismus: Die Wirklichkeit	126
6.1.4	Sinn-Horizont in der Krise	127
6.1.5	Sinn-Horizont nach der Krise	128
6.1.6	Sinn-Horizont und wirtschaftlicher Erfolg	129
6.2	Umparken im Kopf.	130
6.2.1	Die Vermessung der Unternehmenswelt.	130
6.2.2	Das Kommunikations-Dreieck	132
6.2.3	Denken statt rechnen.	133
6.2.4	Zur Sicherheit: Vertrauen	135
6.3	Mit Sinn führen heißt Zusammenhänge schaffen	138
6.3.1	Führen in einer entwurzelten Gesellschaft	138
6.3.2	Orientierte Bewegung = Kontinuität.	140

6.3.3	Von der Möglichkeit zur Wirklichkeit.	141
6.3.4	Sinn findet in der Wirklichkeit statt.	142
6.4	Review.	148
6.4.1	Checkup-Fragen.	148
6.4.2	Schritte nach vorne.	148
	Literatur.	149
7	Vorwärts gehen – Schritte zum Sinn-orientierten Führen.	151
7.1	Die Botschaft hör ich wohl, allein mir fehlt der Glaube.	151
7.1.1	Von der Sinn-Rhetorik zur Sinn-Praxis.	151
7.1.2	Sinn-Praxis als Führungsklarheit.	152
7.2	Werte: Die DNA der flexiblen Persönlichkeit.	153
7.2.1	Was wirklich wichtig ist.	153
7.2.2	Diskussion der „Big Four“.	154
7.2.3	Umsetzungswille statt Romantik.	155
7.3	Wege zum Sinn-Horizont.	156
7.3.1	Sinn und unternehmerisches Denken.	156
7.3.2	Ziehen Sie Bilanz!.	158
7.3.3	Führen ohne zu verführen.	159
7.4	Vom Organigramm zur strukturierten Offenheit.	160
7.4.1	Transparenz im Sinne der Klarheit.	160
7.4.2	Der Inhalt bestimmt die Form.	161
7.4.3	Die Generation Maybe anziehen.	163
7.5	Die Führungspersönlichkeit im Leading by Meaning.	166
7.5.1	„2×2“: die Zwillingspaare Sinn-orientierter Führung.	166
7.5.2	Wer führen will, muss Menschen lieben: Pestalozzi in Business.	170
7.6	Sinn-Spuren.	172
7.6.1	„Ich will (nicht) so bleiben wie ich bin“.	172
7.6.2	Schaffen Sie Zusammenhänge!.	173
7.6.3	Der rote Faden in der Netzwelt.	174
7.7	Review.	176
7.7.1	Checkup-Fragen.	176
7.7.2	Schritte nach vorn.	176
	Literatur.	177
	Nachbemerkungen.	179

Leading by Meaning

Die Generation Maybe Sinn-orientiert führen

Fintz, A.

2014, XVII, 180 S. 20 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-662-44072-8