

Inhaltsverzeichnis

Teil I Management und Methoden in der Transformation

1	Digitale Transformation	3
	Markus H. Dahm und Eva Walther	
2	SWOT³ als Methode der agilen Strategieentwicklung	23
	Stefan Thode und Lars Wistuba	
3	Need for Change – Wie können Unternehmen Veränderungsbedarf erkennen?	39
	Carolin Joseph und Markus H. Dahm	
4	Erleben statt Managen	63
	Sabine Joergens und Markus H. Dahm	
5	HR-Management in agilen Unternehmen – Ergebnisse einer explorativen Untersuchung	77
	Isabel Doege und Stefan Thode	
6	Digitale Transformation im Marketing: Voraussetzungen schaffen mit den „4 Rs“	91
	Heiko Süthoff	

Teil II Kultur und Leadership in der Transformation

7	Strategisches Mindset in der VUCA-Welt am Beispiel der Polizei Niedersachsen	107
	Stefan Thode und Lars Wistuba	
8	Digital Leadership	119
	Thomas Lucas-Nülle	

9 Familienunternehmen am Scheideweg	135
Aaron Brückner	
10 Eine (Führungs-)Kultur für Veränderungsprozesse	151
Clemens Jäger und Nicolai Müller	
11 Feelgood-Manager – PausencLOWN oder Wertschöpfungsfaktor?	167
Jessica Lange	
 Teil III Technologien und Daten in der Transformation	
12 Digitale Plattformen	181
Andreas Hein, Markus Böhm und Helmut Krcmar	
13 Wegbereiter kognitiver Transformationen	201
Ute Twisselmann und Maria Hilgenberg	
14 Potenzial der Blockchain – Infrastruktureller Paradigmenwechsel	221
Sebastian Rieck	
15 Enterprise-Service-Management	237
Horst Tisson	
 Teil IV Branchen und Unternehmen in der Transformation	
16 Uberisierung	259
Benjamin Constantine, Tim Gebauer und Benjamin Bartsch	
17 Erfahrungen aus sozialen Projekten als Best Practice für die VUCA-Welt	291
Hilke Posor und Thomas Leppert	
18 Digitale Transformation bei einem technischen Dienstleister	309
Albrecht Grell	
19 Wertschöpfungskettenorientierte Betrachtung der Digitalisierung im Mittelstand	327
Ivo Mersiowsky, Uta Bösch und Gerald Feigenbutz	
Die Herausgeber	349