

---

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	9
<b>1 Forget the Valley!</b> .....	13
The Magic Three .....	13
The Big One .....	16
<b>2 Gesunde Paranoia: Neue Konkurrenten lauern hinter jeder Ecke</b> .....	29
Schockstarre oder Aktionismus? Weder noch! .....	32
Vom Innovator's Dilemma zur beidhändigen Führung .....	34
Paranoia und Psychologie .....	37
Wir leben in einer VUCA-Welt .....	39
Die Mischung macht's: Motivierte, heterogene Teams unterstützen eine gesunde Paranoia .....	40
Stolpersteine auf dem Weg zu einer gesunden Paranoia-Haltung .....	41
Be paranoid, now! .....	43
Augen und Ohren auf: Was passiert im Markt? .....	45
Die Gedanken sind frei – gesunde Paranoia beginnt in den Köpfen der Mitarbeiter .....	45
Eine Paranoia ist nur gesund, wenn das Unternehmen auch nach ihr handelt .....	47
<b>3 Goin' Offroad: Setz die Karre in den Dreck!</b> .....	49
Wettbewerbsdifferenzierung durch Kultur .....	50
Konformität oder Charakter? .....	52
Andersartigkeit als Erfolgsfaktor: von genialen Tüftlern und legendären Unternehmern .....	56
Junge Wilde – Millennials als digitale Reifeprüfung und kultureller Richtwert für Unternehmen .....	59
<b>4 Mach dich schmutzig und krepel die Ärmel hoch!</b> .....	67
Die Magie des beidhändigen Unternehmens .....	70
Gibt es Sicherheit außerhalb der Komfortzone? .....	72
Abstieg aus dem Olymp .....	73
Kultur vorleben .....	76

	Resilienz .....	77
	Weg von den Schwächen – sondern: Stärken stärken .....	79
<b>5</b>	<b>Rollenspiele: Wer macht was?</b> .....	<b>81</b>
	Digital Leadership als geeignetes Führungskonzept .....	85
	Sabotage in der Führungsriege .....	87
	Wer in der Führungsetage hat das Zeug zum Digital Leader? .....	92
	Wie digital ist der Vertrieb? .....	95
	Welche Rolle übernimmt die Finanzabteilung? .....	97
	Der CIO: der einzig wahre Digital Leader im Unternehmen? .....	99
	Marketing übernimmt häufig die digitale Führungsrolle .....	100
	(Digitales) Wissen ist Macht! .....	101
<b>6</b>	<b>Lost in Navigation? Wer die Straße verlässt, braucht einen klaren Orientierungspunkt</b> .....	<b>105</b>
	Phänomen Nr. 1: Soziale Einbettung führt zu Konformität .....	106
	Phänomen Nr. 2: Pfadabhängigkeit .....	107
	Phänomen Nr. 3: Kultur als „Durchwursteln mit einer Bestimmung“ ..	108
	Weniger ist mehr .....	110
	Über Stock und Stein – mit Orientierungssinn und Bodenhaftung ...	112
	Kundenorientierung als „Nordstern“ der Kulturausrichtung .....	114
<b>7</b>	<b>Need for Speed!</b> .....	<b>119</b>
	Reagenzglas-Ökonomie hilft gegen Flops .....	121
	Fake Door .....	124
	Der mechanische Schachroboter .....	125
	Die „Pretend to own“-Methode .....	126
	Die Pinocchio-Methode – Bau einer nicht funktionalen, „leblosen“ Version des Produktes .....	126
	Wie der französische Schnellzug TGV zur digitalen Plattform wurde ..	127
<b>8</b>	<b>Fehler sind famos – Reifenwechsel leicht gemacht</b> .....	<b>131</b>
	Andere Länder, andere Fehlertoleranzen .....	133
	Nicht alle Fehler sind gleich .....	137
	Der Einfluss der Organisationsstruktur auf die Fehlerkultur .....	142
	360-Grad-Feedback: überschätzter Trend oder sinnvolles HR-Instrument? .....	143

	Gebt dem Scheitern eine Bühne! .....	144
	Jedem Fehler wohnt ein Wert inne .....	147
	Und wenn sich dann doch wieder ein Fehler einschleicht? .....	148
	Die wichtige Rolle der Personalabteilung .....	149
	Je größer das Unternehmen, desto beschwerlicher der Weg zur Fehlerkultur .....	149
	Fail fast, fail cheap! .....	150
<b>9</b>	<b>Road to Hāna: Auch Umwege führen zum Ziel</b> .....	153
	#vanlife – das ortsunabhängige Leben im Hippie-Bus .....	154
	Digital Nomads – zu 100% remote .....	156
	Zwischen Kunst und Kommerz .....	158
	Kooperation statt Konkurrenz .....	161
	Im Dienste der Nachhaltigkeit .....	163
	Lost Horizon – die Digitalisierung hat symbolischen Charakter .....	165
<b>10</b>	<b>All terrain, all the time: mit dem neuen wandlungsfähigen Unternehmen durchstarten</b> .....	171
	Beständigkeit und Anpassungsfähigkeit: ein erfolgreiches Duo .....	176
	Leuchtturmprojekte und konstanter Kundenfokus .....	178
	Auswirkungen der digitalen Transformation auf die Unternehmensplanung .....	180
<b>11</b>	<b>Kohle durch Kultur: Wandel ist kein Selbstzweck</b> .....	183
	Kultur als Geldvernichtungsmaschine .....	184
	Marktmacht und Kultur .....	186
	Kultur als Investitionskriterium .....	187
	Digitalisierung als Nemesis dysfunktionaler Kultur .....	188
	Kultur auf dem Prüfstand – Kultur ohne Ziel ≠ Kultur .....	189
	Strukturelle Hebel zur Realisierung der Kulturrendite .....	190
	Verhaltensbezogene Hebel zur Realisierung der Kulturrendite .....	193
<b>12</b>	<b>Niveauregelung – zurück auf den Highway!</b> .....	197
	Zuverlässigkeit und Purpose zählen .....	198
	Software und Daten-Know-how als Schlüssel .....	201
	Ein Leben in der Wolke .....	202
	Künstliche Intelligenz verändert viel .....	204

---

Danke .....	208
Autoren .....	209
Stichwortverzeichnis .....	211
Fußnotenverzeichnis .....	215
Literaturverzeichnis .....	223
Firmenverzeichnis .....	225