

Georg Michalik

Co-Creation

Die Kraft des gemeinsamen Denkens

Illustriert von Katharina Bußhoff



SCHÄFFER
POESCHEL

Co-Creation

Georg Michalik

Co-Creation

Die Kraft des gemeinsamen Denkens

Illustriert von Katharina Bußhoff

1. Auflage

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de/> abrufbar.

Print: ISBN 978-3-7910-4809-3 Bestell-Nr. 10500-0001
ePub: ISBN 978-3-7910-4810-9 Bestell-Nr. 10500-0100
ePDF: ISBN 978-3-7910-4812-3 Bestell-Nr. 10500-0150

Georg Michalik

Co-Creation

1. Auflage, August 2020

© 2020 Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft · Steuern · Recht GmbH

www.schaeffer-poeschel.de

service@schaeffer-poeschel.de

Bildnachweis (Cover): © Pattadis Walarput, gettyimages

Illustrationen: Katharina Bußhoff

Produktmanagement: Dr. Frank Baumgärtner

Lektorat: Heike Münzenmaier

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die der Vervielfältigung, des auszugsweisen Nachdrucks, der Übersetzung und der Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen, vorbehalten. Alle Angaben/Daten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit.

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Ein Unternehmen der Haufe Group

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
Abbildungsverzeichnis	13
1 Einleitung	15
1.1 Miteinander verbunden sein	16
1.2 Gemeinsam Lösungen finden	18
1.3 Miteinander verbunden sein – gemeinsam Lösungen finden	21
1.4 Aufbau und Überblick	24
2 Co-Creation	33
2.1 Die Co-Creation-Logik	35
2.1.1 Umgang mit Veränderung	36
2.1.2 Verbindung als Voraussetzung	42
2.1.3 Emotionales Erleben	45
2.2 Grundannahmen der Co-Creation	48
2.2.1 Co-Creation-Mindset	50
2.2.2 Co-Creation-Werte	54
2.2.3 Co-Creation-Prinzipien	58
3 Das Potentialum-Modell der Organisation	67
3.1 Ebenen und Selbstbild der Organisation	67
3.2 Rahmenbedingungen eines Organisationsmodells	70
3.2.1 Einfluss der Makroebene	71
3.2.2 Einfluss der Mikroebene	73
3.2.3 Organisationen entwickeln	74
3.3 Aufbau des Potentialum-Modells	79
3.3.1 Wirkungsfelder des Potentialum-Modells	82
3.3.2 Akteure des Potentialum-Modells	89
3.3.3 Wirkfaktoren des Potentialum-Modells	90
3.3.4 Potentialum-Analyse	97
3.3.5 Wirkfaktoren und Balanced Scorecard	99
3.3.6 Der zehnte Faktor: Menschenbild	105

4	Co-Creation-Prozess	109
4.1	Phasen und Prozess-Schritte der Co-Creation	109
4.2	Beschreibung der vier Phasen des Co-Creation-Prozesses	113
	4.2.1 Phase 1: Verbinden	113
	4.2.2 Phase 2: Verstehen	114
	4.2.3 Phase 3: Entscheiden	118
	4.2.4 Phase 4: Umsetzen	120
4.3	Gastbeitrag Anke Bridge Haux – Credit Suisse	122
4.4	Die sieben Schritte des Co-Creation-Prozesses	124
	4.4.1 »Connect«	126
	Gastbeitrag Manuel Jork	126
	4.4.2 »Discover«	147
	4.4.3 »Explore«	151
	4.4.4 »Share«	155
	4.4.5 »Agree«	159
	4.4.6 »Create«	163
	4.4.7 »Do«	165
	4.4.8 »Connect«	168
	4.4.9 Co-Creation-Followworkshop	170
5	Transformation der Organisation	175
5.1	Raum	175
5.2	Gastbeitrag René Massatti – PLAYROOM	177
5.3	CREATE	178
5.4	Formen der Co-Creation	182
	5.4.1 One-Day-Co-Creation	182
	5.4.2 CC-Sixty	184
	5.4.3 Remote Co-Creation	185
	5.4.4 Coaching-Co-Creation	186
	5.4.5 Leadership-Co-Creation	188
5.5	Rollen in der Transformation	190
5.6	Mitarbeiter und Unternehmenskultur	192
5.7	Gastbeitrag Schmid-Huberty, Beatrice-Matter, Utzinger; Swiss TPH	194
5.8	Co-Creation und die Rolle der Führung	197
	5.8.1 Individueller Erfolgsfaktor Führung	199
	5.8.2 Kollektiver Erfolgsfaktor Führung	200
5.9	Rolle der Personalabteilung	201
5.10	Co-Creation und Leadership Development	203
	5.10.1 Grundsätzliche Rolle des Leadership Development	204
	5.10.2 Führungswerte des Co-Creation-Mindsets	204
	5.10.3 Führungskräfteentwicklung heute	205
	5.10.4 Beitrag der Co-Creation zur Führung auf Augenhöhe	210

5.11	Co-Creation und Organisationsentwicklung	211
5.11.1	Co-Creation und Organisationstypen	211
5.11.2	Acht Stufen der Organisationsentwicklung	213
5.11.3	Phase 1 – Mit dem Führungsteam die Bedeutung der Co-Creation für die Organisation erkennen	216
5.11.4	Phase 2 – Eine Führungskoalition zum Promotor der Co-Creation werden lassen	218
5.11.5	Phase 3 – Eine Vision der Co-Creation für die Organisation entwickeln	221
5.11.6	Phase 4 – Die Vision der Co-Creation an die Mitarbeiter kommunizieren	224
5.11.7	Phase 5 – Co-Creation-Hindernisse aus dem Weg räumen	226
5.11.8	Phase 6 – Kurzfristige Ziele festlegen, die in der Transformation erreicht werden sollen	232
5.11.9	Phase 7 – Transformationserfolge konsolidieren	233
5.11.10	Phase 8 – Co-Creation in der Unternehmenskultur verankern	235
5.12	Co-Creation-Coach und Prozessbegleitung	240
5.12.1	Die Rolle und Haltung des Co-Creation-Coaches	240
5.12.2	Verbindung herstellen	244
5.12.3	Zieldefinition	245
5.12.4	Formulierungen	249
5.12.5	Energie- und Zeitmanagement	250
6	Zusammenfassung	255
	Epilog: Gefangen im Dilemma	259
	Literatur	263
	Der Autor	267
	Stichwortverzeichnis	269