

Das Visionare Unternehmen Der Weg Zur Vision In Z

[#visionary company](#) [#strategic vision](#) [#business vision](#) [#corporate strategy](#) [#achieving goals](#)

This content explores the essence of a visionary company, detailing its journey and the strategic path required to bring its future vision to life. It covers how organizations can effectively define, communicate, and achieve their long-term business vision through robust planning and consistent execution, ultimately transforming ambitious ideas into tangible success.

We collect syllabi from reputable academic institutions for educational reference.

We sincerely thank you for visiting our website.

The document Path To Corporate Vision is now available for you.

Downloading it is free, quick, and simple.

All of our documents are provided in their original form.

You don't need to worry about quality or authenticity.

We always maintain integrity in our information sources.

We hope this document brings you great benefit.

Stay updated with more resources from our website.

Thank you for your trust.

Across digital archives and online libraries, this document is highly demanded.

You are lucky to access it directly from our collection.

Enjoy the full version Path To Corporate Vision, available at no cost.

Das Visionäre Unternehmen

Liebe Leserin, lieber Leser, alle reden von der Vision. Es ist die Sehnsucht nach einem Vorstellungsbild, das die Menschen im Unternehmen wieder begeistert. Und ihnen Sinn zu geben für ihre Arbeit. Es ist aber auch ein Zeichen, daß die Führung selbst nach etwas sucht, auf das man wieder stolz sein kann. Am wirksamsten ist das Bedürfnis dort, wo man Visionen nach außen verkündet. In Unternehmen, in denen Geschäftsberichte, Presseveröffentlichungen, Firmenbroschüren Visionen beschreiben. Schon formuliert und auf Glanzpapier gedruckt. Werbebroschüren ohne Liebe und Überzeugung. Denn bellende Hunde beißen nicht. Die Vision richtet sich mit ihrer Botschaft vor allem nach innen. Sie formuliert ein gemeinsam getragenes Wir-Gefühl und bündelt Energien als Ausdruck von Licht und Liebe im Unternehmen. Nach außen braucht man Visionen nicht zu verkünden. Weil sie von alleine strahlen, wenn sie zielen. Jeder Außenstehende spürt, daß da im Unternehmen etwas geschehen ist, weil die Anziehungskraft, die Sympathie, die gegenseitige Akzeptanz und Zuneigung sich verändert haben. Immer dann, wenn Unternehmen ihre Visionen nach außen vorzeigen, kann man davon ausgehen, daß sie innen keine Kraft haben. Es ist nur die Sehnsucht, die wir nach außen durch ein schönes Bild kaschieren, wenn uns innen die Leere bedrückt. Wie bei so vielen Begriffen, die in den letzten Jahren aufkamen, wird die neue Idee von der Gefahr begleitet, daß wir nur an der Oberfläche bleiben. Der Begriff wird verwässert. Dabei ist es so einfach, Visionen von "Nicht-Visionen" zu unterscheiden: o Visionen sind Ausdruck der menschlichen Schöpfungskraft

Praxishandbuch für die Nachfolge im Familienunternehmen

Viele Unternehmer an der Spitze von Familienunternehmen stehen vor der Frage: Wer wird mein Nachfolger? Dieses Buch behandelt umfassend die drei Säulen, die entscheidend sind für den Erfolg einer Unternehmensübergabe: die strategische Positionierung, das psychologisch-menschliche Spannungsfeld zwischen Familie und Unternehmen sowie die steuerlich-rechtlichen Rahmenbedingungen.

Visionäre Unternehmensführung

Die Autorin untersucht (siehe auch Einleitungskapitel, angehängt) mit Hilfe der einschlägigen Literatur, persönlicher Erfahrungen in ihrer Arbeit als Personalberaterin (Partnerin bei NeumanNPartners) und aufgrund von zehn Tiefeninterviews mit den Spitzen der deutschen Wirtschaft, die entsprechend verarbeitet werden, was visionäre Unternehmensführung ist und was nicht. Sie erläutert die Notwendigkeit von und die Ansprüche an tragfähige Visionen, die es schaffen, dass ein Unternehmen sich schnell weiter entwickelt, dass Mitarbeiter Veränderungen als Chance und Herausforderung sehen und nicht als den Anfang vom Ende, dass die Erneuerungskraft des Unternehmens auf den Markt ausstrahlt – kurz, dass das Unternehmen mehr Erfolg hat als bis dahin. ?

Auf dem Weg zur Führungskraft

Unternehmen in der digitalisierten Welt brauchen ebenso gut ausgebildete Führungskräfte wie gute Fachkräfte. In diesem Buch wird erstmalig ein zweijähriges Ausbildungsmodell für den Führungsnachwuchs 4.0 vorgestellt, das die Entwicklung zur selbstverantwortlichen Persönlichkeit zum Ziel hat. Anke Lüneburg zeigt verschiedene Wege, sich durch Coaching selbst führen zu lernen, Potenziale zu aktivieren und Werte wie Vertrauen, Respekt für Andersartigkeit, Klarheit und Freiheit als Führungsziel zu entwickeln. So entsteht ein persönliches Führungsprofil, verstärkt durch Wissen über Menschen und Organisationen. Unternehmen profitieren von Führungskräften mit starker Haltung durch erhöhte Mitarbeiterbindung, verbesserte Entscheidungswege und damit verbesserter Produktivität und Rendite.

Führen mit Visionen

In jedem Menschen, jedem Führungsteam und jedem Unternehmen gibt es eine Glut unter der Asche. Diese Glut ist der sehnliche Wunsch, eine erträumte Zukunft zu erschaffen, Teil eines größeren Ganzen und erfolgreich zu sein. Diese Glut ist unsere Vision, unsere Lebensenergie und unser Glaube daran, diese Vision verwirklichen zu können. Kurz: die Glut ist unsere visionäre Kraft, die letzte und tiefste Ursache unseres Erfolgs. Diese Kraft ist immer da. Wir haben Visionen, wir haben Energie und wir haben Glauben. Und zwar genug, um die Wirklichkeit zu kreieren, die wir uns wünschen, selbst wenn uns die Lage im Moment vielleicht ausweglos erscheint. Das gilt nicht nur für uns als Individuen, sondern auch für Führungsteams und Unternehmen. Doch über der Glut liegt eben die Asche, mal mehr, mal weniger, doch meistens ganz schön dick. Diese Asche hat zur Folge, daß unsere Wirtschaft sich lange nicht so dynamisch nach vorne entwickelt, wie sie es eigentlich könnte. Zahllose Unternehmen stagnieren oder schrumpfen, die Wirtschaft als Ganzes bewegt sich träge nach oben und baut dabei Arbeitsplätze ab. Viele Topmanagementteams werden gelähmt durch auseinanderdriftende Ziele und innere Konflikte. Und in den Unternehmen, in denen die Führungsspitze Kraft hat, ist das Unternehmen in seiner Gesamtheit dennoch oft energielos. Seine Mitarbeiter arbeiten nicht kraftvoll auf einen gemeinsamen Traum hin. Dieses Buch handelt davon, wie wir die Asche beseitigen und die visionäre Kraft wieder freilegen können - bei uns selbst, in unserem Team und in unserer Organisation.

Praxis der Unternehmenssteuerung

Die nachhaltige Steuerung von Unternehmen stellt nicht zuletzt in Zeiten der Finanzkrise eine existenzielle Herausforderung an Führungskräfte und Mitarbeiter dar. Um als Unternehmen erfolgreich und dauerhaft am Markt bestehen zu können, bedarf es eines neuen, ganzheitlichen Steuerungsansatzes, der der Komplexität und Dynamik der derzeitigen und zukünftigen Unternehmensumwelt umfassend gerecht wird. Dieser Herausforderung stellt sich das Buch "Praxis der Unternehmenssteuerung".

Logistik der Zukunft - Logistics for the Future

Mit der in diesem Buch vorgestellten Methodik zur Zukunftsforschung in der Logistik werden Unternehmen in die Lage versetzt, selbstständig Logistikvisionen zu erarbeiten und diese im strategischen und operativen Bereich umzusetzen.

Logistik der Zukunft

Führende Logistikpraktiker aus Industrie, Dienstleistung und Handel stellen Grundlagen zur Zukunftsforschung und zum Visionsmanagement vor.

Management im ständigen Wildwasser

Das Buch führt auf ungewöhnlichem Weg direkt hin zu den Kernaufgaben des Managements. Es widmet sich dabei den Bedürfnissen von Führungskräften und Unternehmen. Neun anschauliche

Kapitel leiten dazu an, Management- und Leadership-Inhalte ganz individuell in einem nicht alltäglichen Handlungsfeld - dem Wildwasserfahren mit dem Kajak - anzuwenden. Das Wildwasser dient dabei als Metapher für die zunehmend komplexer und unsicherer werdende Unternehmenswelt. Den Lesern ermöglicht das Buch darüber hinaus, ein persönliches Portfolio an Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln - auch für Situationen der Grenzerfahrung. Dabei geht es insbesondere darum, Antworten auf die folgenden Fragen zu finden: Wie geht es mir, wenn ich Risiken abwäge, Entscheidungen treffe und Strategien festlege? Welche Voraussetzungen brauche ich, um sinnvolle, richtige Entscheidungen zu treffen?

Change Management

Dieses Buch liefert einen kompakten Überblick über das Thema Change Management. Die vorliegende 3., vollständig aktualisierte und erweiterte Auflage enthält eine verständliche Einführung zu den Grundlagen und Techniken des organisatorischen Wandels und vermittelt praxisnah die wichtigsten Erfolgsfaktoren. Die bewährte Struktur des Werks findet sich auch in dieser Neuauflage und die Lektüre eignet sich sowohl für Praktiker als auch im Rahmen von Lehrveranstaltungen an Hochschulen und Universitäten. Themen wie die Stakeholder-Analyse, die Nutzung des Social Intranets für Kommunikation und Ideengewinnung oder Intrapreneurship-Programme und eine ganze Reihe neuer Fallbeispiele ergänzen dieses umfassende Werk. Wertvolle Tipps und übersichtliche Checklisten zum Abschluss jedes Kapitels bilden die Brücke zur erfolgreichen Umsetzung.

Logistik

Univ.-Prof. Dr. Ingrid Göpfert ist Inhaberin des Lehrstuhls für ABWL und Logistik an der Philipps-Universität Marburg und berufenes Mitglied im Wissenschaftlichen Beirat des Bundesministers für Verkehr. Alle Erfolgspotenziale aufzuspüren und erfolgreich umzusetzen verlangt nach einem integrierten, ganzheitlichen Managementkonzept. Die Logistik-Führungskonzeption beinhaltet die enge Verknüpfung von normativem, strategischem und operativem Management einschließlich des Zusammenspiels zwischen Management und Controlling von Supply Chains. Aus der Logistikvision leiten sich die Logistikstrategien ab. Ihre Verwirklichung im operativen Tagesgeschäft steigert den Erfolg von Unternehmen und Netzwerken. Zahlreiche Fallbeispiele aus der Supply-Chain-Praxis sowie die Ergebnisse aus empirischen Studien, z. B. über den Zielerreichungsgrad von Supply-Chain-Management-Konzepten, machen das Werk besonders anschaulich. Aus dem Inhalt: • State-of-the-Art in Logistik und Controlling • Logistikvision, -politik und -kultur • Strategien der Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik • Integriertes Logistik-Strategien-Konzept • Zusammenspiel von Unternehmens- und Netzwerkstrategien • Supply-Chain-Management-Konzepte • Innovationsmanagement in der Logistik • Logistikleistungs- und Logistikkostenrechnung • Logistikkennzahlen • Logistik-Bilanz „Herausragend deshalb, weil der Leser nicht nur ein sehr breit angelegtes, sondern auch ein ausgesprochen übersichtlich aufgebautes Buch erhält.“ STUDIUM – Buchmagazin zur Voraufgabe

German books in print

Dieses Buch zeigt wie ein Paradigmenwechsel hin zu einer neuen werteorientierten Arbeits- und Wirtschaftswelt sowie einer echten Nachhaltigkeitskultur im Sinne einer CSR 4.0 gelingen kann. Denn die fortschreitende Digitalisierung, Automatisierung und Globalisierung werden die Arbeitskultur grundlegend verändern. Der Wunsch nach Sinn-voller Arbeit sowie die Notwendigkeit von generationenübergreifender und interkultureller Zusammenarbeit stellt Führungskräfte vor neue Aufgaben. Die Auswirkungen auf Organisations- und Arbeitsstruktur, Unternehmenskultur, Führung und Personalentwicklung von Unternehmen sind erheblich. Neue Ansätze aus Wissenschaft und Praxis liefern wertvolle Inspirationen für die konkrete Gestaltung der notwendigen Transformationsprozesse.

CSR und neue Arbeitswelten

Dieses Buch beschreibt, wie soziale, ökologische und wirtschaftliche Aspekte mittels innovativer Geschäftsmodelle gewinnbringend miteinander in Einklang gebracht werden können. Anhand zahlreicher Praxisbeispiele und Fachbeiträge zeigen Autoren aus Wissenschaft und Praxis wie Unternehmen in gleichem Maße Mehrwert für die eigene Organisation und die Gesellschaft schaffen. Aufgrund der globalen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts stehen Unternehmen vor der Konfrontation mit sich rasant verändernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Der Klimawandel, das Bevölkerungswachstum oder der demographische Wandel sind nur einige Themen auf die sich Unternehmen einstellen müssen. Zum einen um konkurrenzfähig zu bleiben, zum anderen um Ihre

gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen. Dieses Buch zeigt, dass gesellschaftlicher Nutzen und unternehmerisches Eigeninteresse nicht im Widerspruch zueinander stehen sondern ihre Verschmelzung im Rahmen von Geschäftsmodellen vielseitige Chancen und Möglichkeiten bietet.

Verzeichnis lieferbarer Bücher

Das Buch widmet sich Machern und Meistern, die mutig mit Aufbruch, Chancen und Veränderung umgehen. Es versammelt ihre wichtigsten Erkenntnisse und Einsichten, die sie auf ihrem Weg gewonnen haben und verbindet sie zu einem Big Picture. Aus ihrer persönlichen Perspektive wird gezeigt, was sie zum Handeln bringt, und wo sie ihre moralischen Grundlagen dafür finden, wie sie Komplexität meistern und mit ihren Unternehmungen Relevanz stiften, als Mentoren Talente fördern und befähigen, ihre Potenziale voll auszuschöpfen. Verantwortung ist für sie die Schwerkraft, die sie auf dem Boden bleiben lässt, und die Realität und Konsequenzen spürbar macht. Die Beiträge zeigen, dass sich die Besten auf ihrem Gebiet - Unternehmer, Manager, Investoren, Ingenieure, Sportler, Geisteswissenschaftler und Künstler - nicht durch überragende Intelligenz, sondern durch Klarheit, Kompetenz, Selbstbewusstsein, Durchhaltevermögen und „Machen“ auszeichnen. Der Band entstand unter dem Vorsatz, die Perspektive möglichst breit zu ziehen, biographische Ansätze, Ideen und Thesen aus den unterschiedlichsten Bereichen zusammenzubringen. Dabei geht es nicht um eine Ansammlung von Fakten, sondern um eine Reihe von Lebenserzählungen und Handlungsmotiven von Menschen, von denen wir lernen können. Mit Beiträgen von: Felicitas Birkner, Wolfgang Grupp, Karin Helle, Horst Herberg, Alexandra Hildebrandt, Manja Hies, Tatjana Kiel, Wolfgang Köbler, Dagmar Fritz-Kramer, Olaf Krebs, Matthias Krieger, Tobias Loitsch, Fredmund Malik, Reiner Meutsch, Tina Müller, Werner Neumüller, Claus-Peter Niem, Tim Polifke, Ina Schmidt, Jonathan Sierck, Nicole Simon, Alexander Stoeckel, Thi Loan Strasser, Marion Weissenberger-Eibl, Philipp von der Wippel, Tobias Wrzesinski.

CSR und Geschäftsmodelle

Ein erfolgreicher Personalpraktiker zeigt innovative Wege für erfolgreiches HR-Marketing und gelungene Personalarbeit. Das Buch erklärt die Auswirkungen von Trendthemen wie Industrie 4.0, demografischer Wandel und Globalisierung auf das Personalwesen. Inhalte: - Human Resources als Basis des Unternehmenserfolgs - Führungsleitlinien für ein zukunftsweisendes Mitarbeiterprofil - Human Resources als modernes Servicecenter - Prozessorientiertes Human-Resources-Management - Positionierung von Human Resources innerhalb der Geschäftsleitung

Visionäre von heute – Gestalter von morgen

BLICKPUNKT ZUKUNFT ist die älteste Zeitschrift im deutschsprachigen Raum, die sich mit Themen der Zukunftsforschung und Zukunftsgestaltung beschäftigt. In den hier als Reprints vorliegenden 60 Ausgaben aus den Jahren 1981 bis 2014 wurden Informationen und Grundlagen der Zukunftsforschung und Erfordernisse für eine nachhaltig betriebene Zukunftsgestaltung und verantwortlich betriebene Wissenschaft und Technik veröffentlicht. Über 100 Autorinnen und Autoren haben sich daran beteiligt. Die Beiträge für diese Zeitschrift orientieren sich im Wesentlichen am Leitbild der nachhaltigen Entwicklung. Im Kontext dieser Themen wurden auch Artikel zur Friedensforschung und Friedenssicherung veröffentlicht. Unter den Autorinnen und Autoren befinden sich Nobelpreisträgerinnen und Nobelpreisträger und Trägerinnen und Träger des Alternativen Nobelpreises. In BLICKPUNKT ZUKUNFT wurden zukunftsrelevante Ereignisse von weltumspannender Bedeutung aus über drei Jahrzehnten reflektiert und kommentiert. Darüber hinaus wurden zahlreiche Artikel von Autorinnen und Autoren aus der kritischen Wissenschaft veröffentlicht. Die Entwicklungen in der Zukunftsforschung und Zukunftsszene, insbesondere im deutschsprachigen Raum, die Veränderungen in den neuen sozialen Bewegungen, in den Umwelt-, Friedens- und Emanzipationsbewegungen werden aus den 60 Ausgaben aus über drei Jahrzehnten ersichtlich. Die einzelnen Ausgaben seit dem Jahre 1981 liefern Hintergrundinformationen darüber, welche Themen für die Zukunfts- und Friedensdiskussion sowie Zukunfts- und Friedensgestaltung zu welcher Zeit wichtig waren. Durch die Reprints von 60 Ausgaben BLICKPUNKT ZUKUNFT werden Zeitdokumente geliefert, die an Aktualität nichts verloren haben.

Der Weg zum attraktiven Arbeitgeber

Auf der Basis der neueren Managementforschung entwickeln Matthias Schramm, Achim Spiller und Torsten Staack Gestaltungsvorschläge zur Schließung der Markenlücke bei Genossenschaften. Sie

zeigen die Stärken und Schwächen genossenschaftlicher Markenartikler auf und leisten einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung eines neuen Managementkonzeptes, der Brand Orientation.

Zeitdokumente zur Zukunfts- und Friedensdiskussion

Dieses Praxisbuch bietet einen Überblick über die psychologischen Aspekte der Führung und Entwicklung in der Arbeitswelt 4.0. Es enthält praxisrelevante, augenöffnende Beiträge wie z.B.: Menschen in der Arbeitswelt 4.0 Digitale Leadership Teamentwicklung in der digitalen Arbeitswelt Psychologischen Grundlagen agiler Arbeitsmethoden Personalentwicklung und Lernen in der Arbeitswelt 4.0 Identität in der Arbeitswelt 4.0 Design Thinking zur Entwicklung innovativer Weiterbildungen Leistungssteuerung und Selbstregulation als Kernkompetenz in der Arbeitswelt 4.0. Neben realen Best-Practice-Fällen aus verschiedenen Branchen kommen Expertinnen und Experten in Interviews zu Wort, neueste wissenschaftliche Erkenntnisse von aktuellen IAP-Forschungsergebnissen werden für Anwender/innen aufbereitet und relevante, praxisdienliche Hinweise beschrieben. Praktiker/innen finden in diesem Band Grund- und Anwendungswissen in kompakter und leicht verständlicher Form. Die Zielgruppen Fach- und Führungskräfte, Geschäftsführer/-innen, Personalentwickler/-innen, HR-Manager/-innen, Berater/-innen und alle an den Entwicklungen zur Arbeitswelt 4.0 interessierten Personen. Der Herausgeber Prof. Dr. Christoph Negri ist Leiter des IAP Institut für Angewandte Psychologie an der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Seit 2015 führt er am IAP verstärkt neue Entwicklungen im Bereich Lernen und Lehren ein und treibt den digitalen Wandel in Weiterbildung und Dienstleistung voran.

Brand Orientation in der Ernährungsindustrie

Systematische Personalentwicklung und mitarbeiterorientierte Führung leisten einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg. Wo sind die Stolpersteine? Welche Schwierigkeiten treten immer wieder auf? Welche Erfolgsfaktoren sind letztlich entscheidend? Basierend auf griffigen Ergebnissen der aktuellen NPM-Studie weist das Autorenduo nach, dass Unternehmen mit nachhaltigem Personalmanagement erfolgreicher am Markt agieren. Spezifische Best-Practice-Beispiele aus namhaften deutschen Unternehmen zeigen gelungene Ansätze und kreative Lösungen in der ganzen Bandbreite dieser modernen Thematik.

Führen in der Arbeitswelt 4.0

Diakonie und Caritas haben vor zehn Jahren begonnen, Regeln guter Unternehmensführung festzuschreiben. Unter anderem wurden durch die Caritas Empfehlungen zur wirtschaftlichen Aufsicht aus dem Deutschen Corporate Governance Kodex übernommen. Die Diakonie verabschiedete 2005 einen eigenen Corporate Governance Kodex, der von den angeschlossenen Mitgliedern als Selbstverpflichtung eingeführt wurde. Vor allem die klare Trennung zwischen Führung und Kontrolle wurde in ihnen vorgeschrieben. Wie wirkt sich ein Kodex auf das sittliche Verhalten der Leitungs- und Aufsichtspersonen aus und welche Funktionen soll er leisten? Auf diese und weitere Fragen werden Antworten gesucht. Außerdem wird im Rahmen von vier Weiterentwicklungsmöglichkeiten ein sogenannter Führungskräftekodex (Code of Conduct) für die Diakonie entwickelt und vorgestellt. [Diaconal Corporate Governance Code. A Value-Based Management Tool in Entrepreneurial Reflection. Publications of the Institute of Diaconical Studies at the Heidelberg University (VDWI) | 56] Ten years ago "Diakonie" and "Caritas"

Deutsche Nationalbibliographie und Bibliographie der im Ausland erschienenen deutschsprachigen Veröffentlichungen

Examining possible connections between prophecy and changes in media in the century after Gutenberg

Top hotel

This book takes a look at fully automated, autonomous vehicles and discusses many open questions: How can autonomous vehicles be integrated into the current transportation system with diverse users and human drivers? Where do automated vehicles fall under current legal frameworks? What risks are associated with automation and how will society respond to these risks? How will the marketplace react to automated vehicles and what changes may be necessary for companies? Experts from Germany and the United States define key societal, engineering, and mobility issues related to the automation

of vehicles. They discuss the decisions programmers of automated vehicles must make to enable vehicles to perceive their environment, interact with other road users, and choose actions that may have ethical consequences. The authors further identify expectations and concerns that will form the basis for individual and societal acceptance of autonomous driving. While the safety benefits of such vehicles are tremendous, the authors demonstrate that these benefits will only be achieved if vehicles have an appropriate safety concept at the heart of their design. Realizing the potential of automated vehicles to reorganize traffic and transform mobility of people and goods requires similar care in the design of vehicles and networks. By covering all of these topics, the book aims to provide a current, comprehensive, and scientifically sound treatment of the emerging field of "autonomous driving".

Nachhaltiges Personalmanagement in der Praxis

Dieser Sammelband bildet den Abschluss der Reihe "Kohlhammer HR Competence\

Diakonischer Corporate Governance Kodex

Die Arbeit ist innerhalb der Wirtschaftslinguistik zu verorten und vertritt die Kernthese, dass Unternehmen nicht nur mit Rohstoffen oder Dienstleistungen handeln, sondern durch ihren Sprachgebrauch systematisch Fakten/nicht-physische Sachverhalte wie IDENTITÄT als Teil ihrer Gegenstandswelt konstruieren. Die Suche nach Selbstverortung ist in der westlichen Industriegesellschaft ein brisantes Thema – so wird ›Unternehmensidentität‹ oder engl. Corporate Identity vor allem im Rahmen von Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie in semi-linguistischen Ratgebern behandelt, ihre performativ-sprachlichen und semiotischen Implikationen werden jedoch verkannt. Das Innovationspotential der Arbeit ist es daher, ›Unternehmensidentität‹ durch die zur Verfügung stehenden sprachlichen Zeichensysteme in textuellen Selbstkonzeptualisierungen auszudeuten und die sprachlich-diskursive Konstruktion nachzuzeichnen. Methodisch geschieht dieses Desiderat anhand eines differenzierten diskursanalytischen Modells auf der Ausdrucks-, Inhalts- und Sprachhandlungsebene sowie der Ebene der Situationalität, das in ein anwendungsorientiertes Kompendium von 49 Sachverhalten mündet, aus denen Unternehmensidentität schließlich konstruiert wird.

Printing and Prophecy

This open access volume provides insight into how organizations change through the adoption of digital technologies. Opportunities and challenges for individuals as well as the organization are addressed. It features four major themes: 1. Current research exploring the theoretical underpinnings of digital transformation of organizations. 2. Insights into available digital technologies as well as organizational requirements for technology adoption. 3. Issues and challenges for designing and implementing digital transformation in learning organizations. 4. Case studies, empirical research findings, and examples from organizations which successfully adopted digital workplace learning.

Autonomous Driving

This classic on space travel was first published in 1953, when interplanetary space flight was considered science fiction by most of those who considered it at all. Here the German-born scientist Wernher von Braun detailed what he believed were the problems and possibilities inherent in a projected expedition to Mars. Today von Braun is recognized as the person most responsible for laying the groundwork for public acceptance of America's space program. When President Bush directed NASA in 1989 to prepare plans for an orbiting space station, lunar research bases, and human exploration of Mars, he was largely echoing what von Braun proposed in The Mars Project.

Digitalisierung - das HR Management der Zukunft

This book provides a compact overview of the topic of change management. It contains a comprehensible introduction to the basics and techniques of organizational change and provides practical information on the most important success factors. The reading is suitable for practitioners as well as for courses at colleges and universities. Topics such as stakeholder analysis, the use of the Social Intranet for communication and idea generation or intrapreneurship programs and a whole range of new case studies complete this comprehensive work. This book is a translation of the original German 3rd edition Change Management by Thomas Lauer, published by Springer-Verlag GmbH Germany, part of Springer Nature in 2019. The translation was done with the help of artificial intelligence (machine translation by the service DeepL.com). A subsequent human revision was done primarily in terms

of content, so that the book will read stylistically differently from a conventional translation. Springer Nature works continuously to further the development of tools for the production of books and on the related technologies to support the authors.

Identitätspositionierungen der DAX-30-Unternehmen

Business Model Generation is a handbook for visionaries, game changers, and challengers striving to defy outmoded business models and design tomorrow's enterprises. If your organization needs to adapt to harsh new realities, but you don't yet have a strategy that will get you out in front of your competitors, you need Business Model Generation. Co-created by 470 "Business Model Canvas" practitioners from 45 countries, the book features a beautiful, highly visual, 4-color design that takes powerful strategic ideas and tools, and makes them easy to implement in your organization. It explains the most common Business Model patterns, based on concepts from leading business thinkers, and helps you reinterpret them for your own context. You will learn how to systematically understand, design, and implement a game-changing business model--or analyze and renovate an old one. Along the way, you'll understand at a much deeper level your customers, distribution channels, partners, revenue streams, costs, and your core value proposition. Business Model Generation features practical innovation techniques used today by leading consultants and companies worldwide, including 3M, Ericsson, Capgemini, Deloitte, and others. Designed for doers, it is for those ready to abandon outmoded thinking and embrace new models of value creation: for executives, consultants, entrepreneurs, and leaders of all organizations. If you're ready to change the rules, you belong to "the business model generation!"

Erbe und Auftrag

Offering alternative models based on such concepts as satisficing(acceptance of viable choices that may not be the undiscoverable optimum) and bounded rationality (the limited extent to which rational-calculation can direct human behavior), Simon shows concretely why more empirical research based on experiments and direct observation, rather than just statistical analysis of economic aggregates, is needed.

Digital Transformation of Learning Organizations

Karrieren können und müssen heute viel bewusster und stärker geplant werden. Mit diesem Buch nehmen Sie Ihre CxO-Karriere selbst in die Hand. Sie lernen, Ihre persönliche Karriere- und Kommunikationsstrategie zu entwickeln und sich selbst zu Ihren ganz persönlichen Managementthemen zu positionieren, mit denen Sie sowohl intern als auch extern wahrgenommen werden wollen. Expert:innen aus den Bereichen Karriereberatung, CxO-Positionierung und Kommunikation stellen Ihnen die richtigen Fragen und geben praxisnahe Tipps, um für die notwendige Executive Presence und ein glaubhaftes, authentisches Personal Branding zu sorgen. Inhalte: - Purpose als Navigationshilfe: So entwickeln und vertreten Sie als Führungskraft Haltung, Botschaften & Ziele - Relevanz der eigenen Expertise - Karriereplanung mit langfristiger Strategie - CxO-Positionierung: Sichtbarkeit durch strategische Kommunikation in den relevanten Kanälen - Aufbau eines wirksamen und strategischen Netzwerks und persönlichen Kompetenzteams

The Mars Project

WAS DIE BESTEN FÜHRUNGSKRÄFTE AUSMACHT Was haben erfolgreiche Gründer und CEOs wie Bill Gates, Warren Buffett, Tim Cook und Eric Schmidt und Entscheidungsträgerinnen wie Nancy Pelosi oder Christine Lagarde gemeinsam? Sie alle haben ganz eigene Prinzipien und Philosophien zum Thema Führung. Jeff Bezos nutzt beispielsweise die Kraft des Umherschweifens und trifft seine Entscheidungen mit Herz und Intuition. Richard Branson schließt Geschäfte ab, um der Beste auf einem Gebiet zu werden. Diese und andere Ausnahmepersönlichkeiten wie Oprah Winfrey oder Phil Knight berichten in exklusiven Interviews von den Anfängen ihrer Karrieren und ihren Erfahrungen mit Misserfolgen, Innovationen und Krisen. David Rubenstein zeigt in seinem Buch so nicht nur, wie vielfältig die Wurzeln des Erfolgs sind, sondern auch, was man von diesen herausragenden Führungskräften lernen kann. »In diesen schnelllebigen, oft turbulenten Zeiten ist eine kluge und effektive Führung entscheidend. [...] Dies ist eine Pflichtlektüre für heutige Führungskräfte, die ihr Spiel verbessern wollen – und für zukünftige Führungskräfte, die diese Arena betreten wollen.« - Sheryl Sandberg, COO von Facebook und Gründerin von LeanIn.Org und OptionB.Org

Change Management

Physicians who care for patients with life-threatening illnesses face daunting communication challenges. Patients and family members can react to difficult news with sadness, distress, anger, or denial. This book defines the specific communication tasks involved in talking with patients with life-threatening illnesses and their families. Topics include delivering bad news, transition to palliative care, discussing goals of advance-care planning and do-not-resuscitate orders, existential and spiritual issues, family conferences, medical futility, and other conflicts at the end of life. Drs Anthony Back, Robert Arnold, and James Tulsky bring together empirical research as well as their own experience to provide a roadmap through difficult conversations about life-threatening issues. The book offers both a theoretical framework and practical conversational tools that the practising physician and clinician can use to improve communication skills, increase satisfaction, and protect themselves from burnout.

Business Model Generation

Aus Politik und Zeitgeschichte