Inhalt

05 SOMMER 2021

Toolkit

7 **Quellen der Inspiration**

Lennart Keil

Wir fragen Menschen nach ihren Quellen der Inspiration und bitten sie, fünf davon mit uns zu teilen. Lennart Keil wagt sich gerne mal raus aus der eigenen Komfortzone, liebt es, im Flow zu sein und schätzt das Netzwerken ohne große Show.

8 **Mal ehrlich, Maike Küper!**

Interview mit Maike Küper

Wir fühlen Praktikern und Expertinnen auf den Zahn und wollen von ihnen einige Tipps rund um Methoden im Change erfahren. Diesmal fragen wir Maike Küper. Sie ist Agile Coach in einem Familienunternehmen.

10 **Lean im Team**

Kerstin Buschbeck / Norman Nemitz

Der Lean Action Canvas hilft Teams dabei, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren, in prototypischen Lösungen zu denken, Entscheidungen zu treffen und konkrete Handlungsschritte zu vereinbaren.

Cover-Gestaltung:
Sherpa Design / Illustration: Shutterstock / Bule Sky Studio, woh said meow

Schwerpunkt

15 **Wie der Wandel zur anpassungsfähigen Organisation gelingt**

Maren Hauptmann / Tanja Waldner

Mehr und mehr Unternehmen brauchen heute ein Höchstmaß an Flexibilität und sind deshalb auf der Suche nach innovativen Organisationsformen. Es geht aber nicht nur um schnelles Reagieren, sondern um die Schaffung einer Super-Responsive-Organisation.

20 **Die Notwendigkeit der ständigen Veränderung**

Interview mit Mathias Kammüller

Mathias Kammüller ist seit über 30 Jahren bei Trumpf und hat sämtliche Höhen und Tiefen des Familienunternehmens miterlebt. Im Interview spricht der Chief Digital Officer und Geschäftsführer über die digitale Transformation und warum es wichtig ist, wachsam zu bleiben.

26 **Viel Freiraum für die Mitarbeitenden**

Michael Meinecke / Andreas Rechel

Die Netzwerkorganisation umlaut stellt für jedes Projekt das passende Team zusammen. Das Ziel: Kunden in der gesamten Wertschöpfung zu begleiten und dabei maximal anpassungsfähig zu sein.

30 **Der agile Kulturcode**

Stefanie Puckett

Unternehmen, die sich auf den Weg zur organisationalen Agilität machen wollen, müssen an drei Dimensionen arbeiten: Transparenz, Empowerment und Kollaboration.

36 **Endlich raus aus den Silos**

Eva Beiner / Jon Abele

Agiles Arbeiten ist heute akzeptierter Standard. Sogar in der öffentlichen Verwaltung vollzieht sich ein Umdenken, auch dort wird Agilität als Entwicklungsziel ausgegeben. Aber geht das überhaupt?

40 **Flexibilität als Antwort auf Komplexität**

Nicolas Crisand

Soll ein Strategieprozess heute erfolgreich sein, muss dieser schrittweise erfolgen, möglichst viele Perspektiven einbeziehen und schnelle Anpassungsfähigkeit ermöglichen. Unternehmen sollten eine solche agile Strategieentwicklung wagen.

Editorial 3

Kolumne 6

Impressum 73

Change Maker 74

CHEFREDAKTEUR
Jan C. Weilbacher

BEIRAT
Felicitas von Kyaw, Karl-Heinz Reitz

Einblicke

46 Im Tandem an die Spitze

Christina Braase

Beiersdorf fördert schon lange flexible Arbeitszeitmodelle auf allen Ebenen und gehört ebenfalls beim Thema Jobsharing zu den Vorreitern.

50 Warum digitales Arbeiten alle betrifft

Periklis Stavrinos

Bei Carglass achtet man von Anfang an darauf, dass auch die Blue-Collar-Mitarbeitenden einen Mehrwert vom jeweiligen Digitalisierungsprojekt haben. Voraussetzung jedoch ist, die Arbeitsrealität der Menschen verstehen zu wollen.

56 Mehr als nur Homeoffice

Jochen Wallisch

Mobiles Arbeiten, hybride Arbeitsmodelle, das Büro als Ort der Vernetzung: Die neue Normalität ist bei Siemens Alltag geworden. Ein Zurück gibt es nicht.

61 Zentrale Einheit, aber nah am Business

Eva Degener

Welche Strukturen braucht ein Unternehmen, um die digitale Transformation voranzutreiben? Lanxess hat sich für eine eigenständige Digitaleinheit im Konzern entschieden, die als Impulsgeber agiert. Mit diesem Ansatz liegt das Chemieunternehmen allerdings nicht im Trend.

Debatte

66 Science for Work

Erika Regnet

Der Recruiting- und Bewerbungsprozess hat sich in den vergangenen 20 Jahren massiv verändert. Dazu gibt es einige wissenschaftliche Erkenntnisse.

68 Mit Geschichten helfen

Christine Erlach

Narrative Methoden wie Storytelling und Storylistening machen verborgene Wissensschätze sichtbar und bewahren sie im Unternehmen.

” Wer Wissen sucht, muss Geschichten sammeln, wer Wissen weitergibt, Geschichten erzählen.

CHRISTINE ERLACH

Handelsblatt MEDIA GROUP