

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur ersten Auflage von Dr. Wladimir Klitschko .....	13
Einführung zur zweiten Auflage .....	17
<b>1 Einklang .....</b>	<b>27</b>
1.1 Führung ist eminent wichtig – und hat ein Imageproblem .....	28
Führung als Bürde .....	29
Die Personalabteilung als Prügelknabe .....	30
1.2 Warum Arbeit besser machen? .....	31
Was besser werden muss: Die Perspektive der Arbeitgeber .....	32
Was besser werden muss: Die Perspektive der Arbeitnehmer .....	38
Was besser werden muss: Der weitere Blickwinkel .....	40
Das Rad ölen, nicht neu erfinden .....	41
1.3 Struktur des Buches .....	43
In welcher Reihenfolge sollten Sie die Kapitel dieses Buchs lesen? .....	44
Beipackzettel .....	45
<b>2 Entstehung und Grundgedanken der Positiven Psychologie .....</b>	<b>49</b>
2.1 Martin Seligman und die Frage nach der Balance in der Psychologie .....	50
Pathogenese vs. Salutogenese .....	52
Das Feld gedeiht .....	53
Kritik an der Positiven Psychologie .....	54
2.2 Auf den Schultern welcher Riesen steht die Positive Psychologie? .....	55
Die frühe Welle .....	56
Ein gespanntes Verhältnis zur Humanistischen Psychologie .....	57
Ältere Einflüsse .....	58
2.3 Die Natur des Positiven in der Positiven Psychologie .....	58
Das Positive und das Negative: Kontinuum oder unabhängige Dimensionen? ...	59
Das Kräfteverhältnis von positiver und negativer Dimension .....	60
2.4 Zwei übergreifende Modelle der Positiven Psychologie .....	68
Hedonisches und eudaimonisches Wohlbefinden .....	68
PERMA: Die fünf Säulen eines erfüllenden Lebens .....	76
<b>3 Grundgedanken der Positive Organizational Scholarship (POS) .....</b>	<b>81</b>
3.1 Die Sichtweise der klassischen Betriebswirtschaftslehre .....	82
Vom Arbeitsleid .....	83
3.2 Positives Organisieren .....	86
Alles fließt .....	88
Positive Praktiken und Unternehmenserfolg .....	93

3.3	Die Relevanz des abnorm Guten .....	94
	Pareto langer Schatten .....	97
	Die Bedingungen für das Auftreten von Performance-Stars .....	100
	Die Arbeitswelt des 21. Jahrhunderts begünstigt positive Devianz .....	102
	Positive Devianz auf der ethischen und sozialen Dimension .....	104
	Wenn es existiert, ist es möglich .....	105
<b>4</b>	<b>PERMA: Positive Emotionen .....</b>	<b>109</b>
4.1	Alles, was wir fühlen können .....	110
4.2	Wozu ist es gut, sich gut zu fühlen? .....	111
	Wachstum und Erweiterung .....	112
	Wozu braucht es positive Emotionen in Organisationen? .....	113
4.3	Der Schneeball-Effekt .....	115
	Emotionen fließen (hauptsächlich) von oben nach unten .....	116
4.4	Ausgewählte positive Emotionen und ihre Rolle in Organisationen .....	119
	Optimismus .....	119
	Dankbarkeit .....	124
	Ehrfurcht .....	126
4.5	Positives Psychologisches Kapital (PsyCap) .....	128
4.6	Achtsamkeit .....	135
4.7	Kollegen mit Gefühl .....	141
<b>5</b>	<b>PERMA: Engagement .....</b>	<b>145</b>
5.1	Mit ganzem Herzen, mit voller Kraft .....	145
	Engagement .....	146
	Empowerment .....	150
5.2	Motivation einmal anders .....	155
	Ich bin der Käpt'n meiner Seele' .....	157
	Selbstdetermination in New und Old Work .....	160
5.3	Alles im Fluss .....	162
5.4	Charakter stärken .....	166
	Stärken bespielen .....	169
5.5	Mach mal Pause! .....	171
<b>6</b>	<b>Erstes Intermezzo: Führen – abseits von Command and Control .....</b>	<b>175</b>
6.1	Transaktionale vs. transformationale Führung .....	177
6.2	Die Führungskraft als Diener der Mitarbeiter .....	179
6.3	Wie man in den Wald ruft ... ..	181
	Pygmalion wird Führungskraft .....	183
6.4	Respekt und Bescheidenheit .....	185
	R.E.S.P.E.K.T. ....	185
	Bescheidenheit ist eine Zier – und weiter kommt man auch mit ihr .....	190

6.5	Niemand erhält genug Feedback .....	191
	Coaching für (fast) jedermann .....	194
6.6	PERMA als Führungsmodell .....	202
6.7	Führungskräfte brauchen gutes KAARMA .....	206
<b>7</b>	<b>PERMA: Beziehungen .....</b>	<b>211</b>
7.1	Wertschätzung .....	212
	Arschlöcher raus! .....	213
7.2	Vertrauen .....	217
7.3	Die Kraft des Kontakts: Relationale Energie .....	221
	Relationale Energie messen .....	223
	Relationale Energie und das Homeoffice .....	227
7.4	Über Beziehungsqualität .....	231
	Einsamkeit .....	238
7.5	»I see your true colors« .....	240
<b>8</b>	<b>PERMA: Sinn .....</b>	<b>251</b>
8.1	Die Frage aller Fragen .....	251
	Sinn des Lebens vs. Sinn im Leben .....	252
	Der Blickwinkel der Positiven Psychologie .....	253
8.2	Wie kommt der Sinn ins Leben? .....	254
	Sinn im Leben als Dreiklang: Kohärenz, Destination und Signifikanz .....	254
	Der Sinn des Sinns .....	260
	Quellen des Lebenssinns .....	260
	Brauchen wir alle einen Purpose im Leben? .....	266
8.3	Sinnvolle Arbeit: Gewinn für Arbeitnehmer und Arbeitgeber .....	268
8.4	Quellen der arbeitsbezogenen Sinnwahrnehmung .....	276
	Das Job-Characteristics-Modell .....	277
	Die Sinnmatrix .....	278
	Arbeiten mit der Sinnmatrix .....	282
	Die sieben Todsünden der Führung .....	283
8.5	Job Crafting .....	284
	Kontextbedingungen für Job Crafting .....	286
	Job Crafting in der Praxis .....	287
	Job Crafting jenseits des Individuums .....	289
8.6	Den eigenen Beitrag erlebbar machen .....	293
8.7	Von der zweiten Geburt .....	294
<b>9</b>	<b>Zweites Intermezzo: Kreatives Organisieren .....</b>	<b>301</b>
9.1	Über Nicht-Wissen und Paradigmenwechsel .....	302
9.2	Die organisationalen Bedingungen von Kreativität .....	309
9.3	Zwischen Preußentum und Anarchie .....	320

9.4	Interpersonelle Risiken eingehen .....	324
	Psychologische Sicherheit im Überblick .....	325
<b>10</b>	<b>PERMA: Zielerreichung, Leistung, Erfolg .....</b>	<b>329</b>
10.1	Grit: Nur die Harten komm'n in' Garten .....	330
	Ist Grit nützlich für Unternehmen? .....	333
10.2	Ziele erreichen mit WOOP .....	339
10.3	Die Macht der kleinen Stupser .....	341
	Sich selbst anstupsen .....	342
10.4	Das beste Selbst im Spiegel .....	344
10.5	Schöner scheitern .....	347
10.6	Lässt sich eine gute Kultur am Aktienkurs ablesen? .....	351
	Unternehmenskultur wirkt .....	352
<b>11</b>	<b>Ausklang .....</b>	<b>355</b>
	Anhang .....	361
	Danksagung .....	365
	Literaturverzeichnis .....	367
	Stichwortverzeichnis .....	399