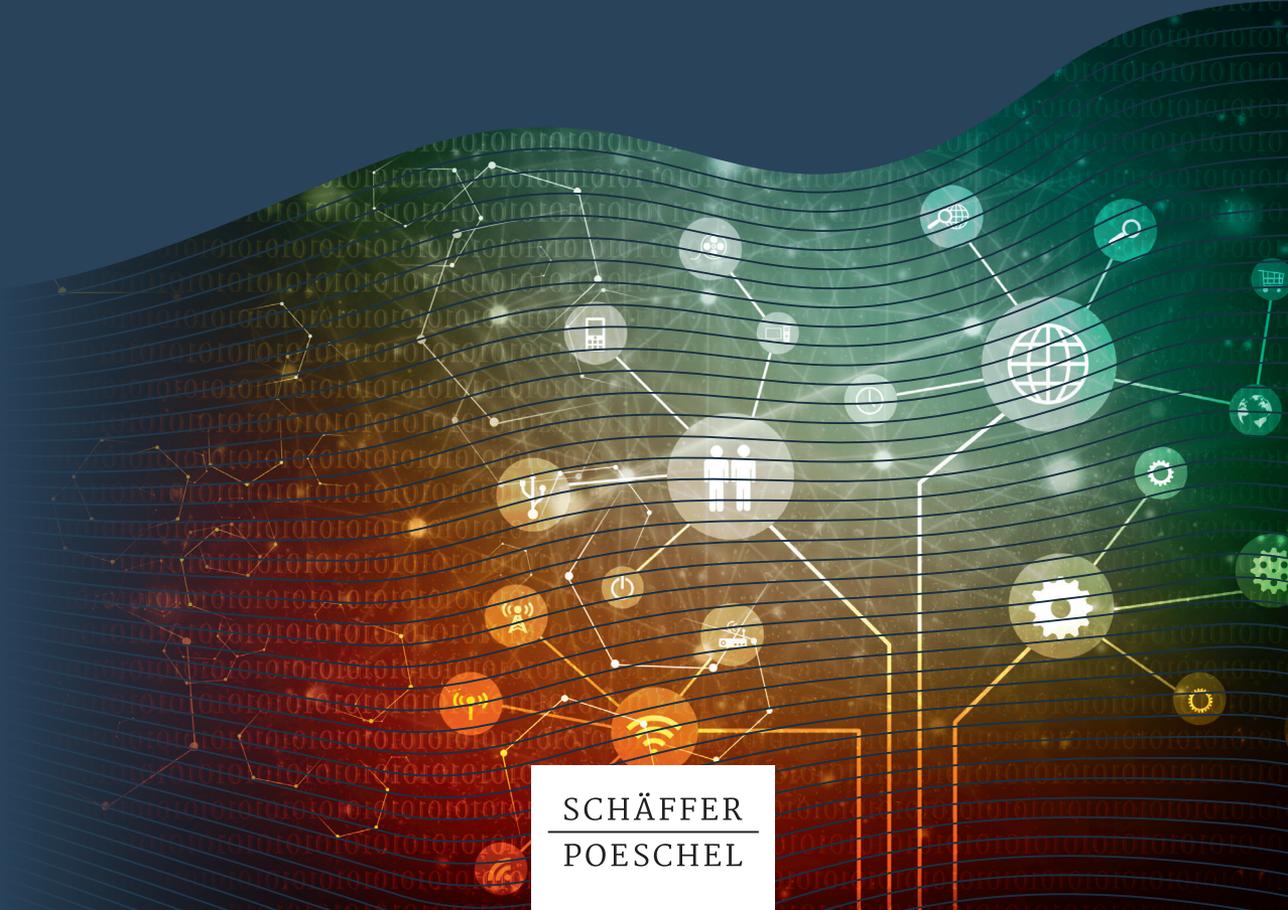


Josef G. Böck

Digitalisierung und Führungspraxis

Die Macht der Führung in Zeiten
digitaler Transformation



SCHÄFFER
POESCHEL

Josef G. Böck

Digitalisierung und Führungspraxis

Die Macht der Führung in Zeiten digitaler Transformation

1. Auflage

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
1 Grundlagen und Thesen	13
1.1 Digitalisierung und Update auf Führung X.0	13
1.2 Zehn Thesen aus der Praxis eines Digitalisierers	21
2 Das Spielfeld der digitalen Transformation	23
2.1 Drei Richtungen digitaler Transformation	23
2.2 Produktivität und Digitalisierung	26
2.3 60 Jahre digitale Transformation	29
2.3.1 Eine kurze Geschichte digitaler betrieblicher Informationssysteme	31
2.3.2 Erkenntnisse für kleine und mittlere Unternehmen	35
2.4 Betriebliche Informationssysteme als Führungswerkzeuge	37
2.5 Treiber der digitalen Transformation	40
2.6 Das Konzept der Digital Leadership	45
2.7 Digitalisierung und Erfolg	48
3 Warum es Führung gibt und was die Digitalisierung daran ändert	53
3.1 Google und sein Führungsexperiment	53
3.2 Führung als soziales Ordnungselement	55
3.3 Führung als Auftrag der Stakeholder	57
3.4 Vom Ende der Führung	63
3.5 Digitale Transformation als Angriff auf Führung	66
4 Was Führungskräfte machen und was Digitalisierung daran ändert	73
4.1 Elon Musk als Führungskraft	73
4.2 Barnard, Drucker, Malik, Sprenger & Co.	76
4.3 Verantwortung als Führungsinhalt	82
4.4 Digitalisierung und »Führung« als Dienstleistung	88
5 Wie geführt wird und was Digitalisierung daran ändert	97
5.1 Jeff Bezos als Chef	97
5.2 Führungsprinzipien und digitale Werkzeuge	100
5.3 Digitale Hilfsmittel und Führungsaufgaben	106
5.4 Digitaler und analoger Methodenmix in der Führung	110
6 Die Macht der Follower	117
6.1 Follower bei Uber	117
6.2 Digitale Kompetenz als Generationenthema	122

6.3	Digitalisierung und Employability	125
6.4	Aufgabenerledigung und digitale Helfer	128
7	Die Führung von Produktentwicklern in die digitale Transformation	133
7.1	Mark Zuckerberg als oberster Produktentwickler	133
7.2	Leistungsversprechen digitaler Produkte	138
7.3	Die Praxis des digitalen Innovationsmanagements	147
7.4	Produktentwicklung, Partizipation und Führung	151
7.5	Führung und Disruption als Strategie	154
7.6	Vom Handwerker zum Digitalisierer	158
8	Führung und digitale Kompetenz	161
8.1	Die digitale Kompetenz von Führungskräften	161
8.1.1	Der alleindeckende Serviceleiter	162
8.1.2	Die disziplinierte Vertriebsleiterin	164
8.1.3	Die gewissenhafte Buchhalterin	167
8.2	Die digitale Kompetenz der Topmanager	169
8.3	Digitale Kompetenz in Zeiten der Veränderung	171
9	Lehren aus der Erkundungstour	175
10	Beispiellösungen für die eigenen Einschätzungen	177
10.1	Beispiele	177
10.1.1	Entstehung und Ausübung von Führungsautorität	177
10.1.2	Einordnung der betrieblichen Softwarelösungen	178
10.1.3	Persönliche Erfolgskriterien	179
10.1.4	Einschätzung zur Begründung von Autorität	181
10.1.5	persönliche Begründungen, warum jemand Führungskraft sein will	181
10.1.6	Die Führungsaufgaben von Stefan Weber	182
10.1.7	Vision eines Führungsansatzes	183
10.1.8	Die Grundüberzeugungen von Stefan Weber	184
10.1.9	Werkzeuge zur Partizipation und Kommunikation	187
10.1.10	Geführte und Autorität	187
10.1.11	Die Digitalisierungsfähigkeit unserer Produkte	188
10.1.12	Einschätzung der eigenen Produkte nach Christensen	189
10.2	Zusammenführung	189
10.2.1	Grundstruktur der Auswertung	189
10.2.2	Interpretationen der Ergebnisse aus den Aufgaben	189
	Literaturverzeichnis	191
	Stichwortverzeichnis	201
	Zum Autor	205