



Schwerpunkt Vertrauen

84 »Vertrauen« ist sowohl Substantiv als auch Verb

Prozesse der Vertrauensarbeit im Management

Guido Möllering

»Vertrauen schenken« ist ein Ausdruck, der eventuell auf eine falsche Fährte locken könnte. Denn Vertrauensbildung ist kein einmaliger Vorgang, der irgendwann abgeschlossen ist, sondern ein fortdauernder Prozess, über dessen Implikationen es sich lohnt nachzudenken.

89 Vertrauen in der Krise

Eine Analyse des Stakeholdervertrauens in die UBS

Antoinette Weibel/Christin Wohlrath/Anne Hager

Die Finanzindustrie hat nach der Immobilienkrise 2007 in der Öffentlichkeit deutlich an Vertrauen verloren. Welche Maßnahmen diesen Verlust wieder ausgleichen könnten, zeigt eine Analyse des Niedergangs des ehemaligen Schweizer Branchenprimus UBS.

96 Selbstkontrolle von Mitarbeitern fördern

Wie aus Vorgaben selbst gesetzte Ziele werden

Wolfgang Becker/Robert Holzmann

Wie schafft man es, dass die Mitarbeiter im Sinne des Vorgesetzten agieren und Vorgaben auch umsetzen? Die Mitarbeiter müssen dafür die Ziele akzeptieren, sie als erreichbar betrachten und sich selbst als ausreichend kompetent einschätzen.

103 Vertrauen schafft Kreativität

Wie ein kreativer Spielraum entsteht

Christian Julmi/Ewald Scherm

Innovationsfähigkeit ist der wichtigste Schlüssel zum Erfolg deutscher Unternehmen. Einfallsreichtum lässt sich jedoch nicht auf Knopfdruck erzeugen. Wie Sie die Kreativität Ihrer Mitarbeiter nachhaltig fördern können, erläutern die Autoren in diesem Artikel.

Interview

110 Leistungsversprechen glaubwürdig vermitteln

Mit Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Heribert Meffert sprach die zfo über die Bedeutung von Vertrauen für Marken und Unternehmen.

113 Mehr Vertrauen!?

Von der Schwierigkeit, eine leicht dahingesagte Forderung in die Tat umzusetzen

Glosse von Uwe Cichy/Christian Matul/
Michael Rochow

115 Der böse Verdacht

Glosse von Martin Wehrle



Vertrauen schafft Kreativität – S. 103

Motivieren SMART formulierte Zielvereinbarungen wirklich? – S. 117



Wandel planbar machen – S. 130



Führung & Leadership

Organisation & Change Management

117 **Motivieren SMART formulierte Zielvereinbarungen wirklich?**

Matthias Graumann/Thorsten Semrau/
Carena Skrabek

Zielvereinbarungen werden gern zur Förderung der Leistungsbereitschaft von Mitarbeitern eingesetzt. Sie müssen nur klar und deutlich formuliert sein, damit sie zum gewünschten Ziel führen, heißt es. Doch ist das wirklich so einfach? Antwort auf diese Frage liefert eine empirische Untersuchung.

zfo-Toolkit
Blue Ocean Strategy

Mit mutigem Umdenken neue Märkte ohne Konkurrenz gestalten

Heike Rawitzer/Jacques Hefti

130 **Wandel planbar machen**

Dank nicht linearer Planungs- und Steuerungssysteme
Alexander Zimmermann/Gilbert Probst/
Albert Angehrn

Häufig scheitern Veränderungsprojekte daran, dass von Anfang an objektiv messbare Erfolge erwartet werden. Dabei gelten für jede einzelne Phase des Wandels andere Erfolgskriterien, die die Autoren in diesem Beitrag vorstellen.

Projekt- & Prozessmanagement

137 **Business Modeling**

Geschäftsmodelle prozessorientiert
und kollaborativ entwickeln

Jörg Becker/Andrea Malsbender/
Kevin Ortbach/Ralf Plattfaut/
Matthias Voigt/Steffen Höhenberger/
Björn Niehaves

Spektrum

109 Impressum

142 Rezensionen

145 Bericht: Prozessmanagement-Tools

150 Aktuelles

152 Verbandsmitteilungen

156 Vorschau/Call for Papers

