
Inhaltsverzeichnis

Vorwort von Dr. Wladimir Klitschko	13
1 Einklang	17
1.1 Führung ist eminent wichtig – und hat ein Imageproblem	18
Führung als Bürde	19
Die Personalabteilung als Prügelknabe	20
1.2 Warum »Arbeit besser machen«?	21
Was besser werden muss: Die Perspektive der Arbeitgeber	22
Was besser werden muss: Die Perspektive der Arbeitnehmer	28
Was besser werden muss: Der weitere Blickwinkel	30
Das Rad ölen, nicht neu erfinden	31
1.3 Struktur des Buches	33
In welcher Reihenfolge sollten Sie die Kapitel dieses Buchs lesen?	34
Beipackzettel	35
2 Entstehung und Grundgedanken der Positiven Psychologie	39
2.1 Martin Seligman und die Frage nach der Balance in der Psychologie	40
Pathogenese vs. Salutogenese	43
Das Feld gedeiht	44
Kritik an der Positiven Psychologie	45
2.2 Auf den Schultern welcher Riesen steht die Positive Psychologie?	45
Die frühe Welle	46
Ein gespanntes Verhältnis zur Humanistischen Psychologie	47
Ältere Einflüsse	48
2.3 Die Natur des Positiven in der Positiven Psychologie	49
Das Positive und das Negative: Kontinuum oder unabhängige Dimensionen?	50
Das Kräfteverhältnis von positiver und negativer Dimension	50
2.4 Zwei übergreifende Modelle der Positiven Psychologie	58
Hedonisches und eudaimonisches Wohlbefinden	58
PERMA: Die fünf Säulen eines erfüllenden Lebens	67
3 Grundgedanken der Positive Organizational Scholarship (POS)	71
3.1 Die Sichtweise der klassischen Betriebswirtschaftslehre	72
Vom Arbeitsleid	73
3.2 Positives Organisieren	76
Alles fließt	78
Positive Praktiken und Unternehmenserfolg	83
3.3 Die Relevanz des abnorm Guten	84

	Paretos langer Schatten	87
	Die Bedingungen für das Auftreten von Performance-Stars	91
	Die Arbeitswelt des 21. Jahrhunderts begünstigt positive Devianz	92
	Positive Devianz auf der ethischen und sozialen Dimension	94
	Wenn es existiert, ist es möglich	95
4	PERMA: Positive Emotionen	99
4.1	Alles, was wir fühlen können	100
4.2	Wozu ist es gut, sich gut zu fühlen?	101
	Wachstum und Erweiterung	102
	Wozu braucht es positive Emotionen in Organisationen?	104
4.3	Der Schneeball-Effekt	105
	Emotionen fließen (hauptsächlich) von oben nach unten	106
4.4	Ausgewählte positive Emotionen und ihre Rolle in Organisationen	109
	Optimismus	109
	Dankbarkeit	114
	Ehrfurcht	117
4.5	Positives Psychologisches Kapital (PsyCap)	118
4.6	Achtsamkeit	125
4.7	Kollegen mit Gefühl	131
5	PERMA: Engagement	135
5.1	Mit ganzem Herzen, mit voller Kraft	135
	Engagement	136
	Empowerment	140
5.2	Motivation einmal anders	145
	Ich bin der Käpt'n meiner Seele'	147
	Selbstdetermination in New und Old Work	150
5.3	Alles im Fluss	152
5.4	Charakter stärken	156
	Stärken bespielen	159
5.5	Mach mal Pause!	161
6	Erstes Intermezzo: Führung – abseits von »Command and Control«	163
6.1	Transaktionale vs. transformationale Führung	165
6.2	Die Führungskraft als Diener der Mitarbeiter	167
6.3	Wie man in den Wald ruft	169
	Pygmalion wird Führungskraft	171
6.4	Respekt und Bescheidenheit	173
	R.E.S.P.E.K.T.	173
	Bescheidenheit ist eine Zier – und weiter kommt man auch mit ihr	178
6.5	Niemand erhält genug Feedback	179
	Coaching für (fast) jedermann	183

6.6	PERMA als Leadership-Modell	190
6.7	Führungskräfte brauchen gutes KAARMA	194
7	PERMA: Beziehungen	197
7.1	Wertschätzung	198
	Arschlöcher raus!	199
7.2	Vertrauen	204
7.3	Die Kraft des menschlichen Kontakts: Relationale Energie	207
	Relationale Energie messen	209
7.4	Über Beziehungsqualität	213
	Einsamkeit	220
7.5	»I see your true colors«	222
8	PERMA: Sinn	233
8.1	Die Frage aller Fragen	233
	Sinn des Lebens vs. Sinnerleben	234
	Der Blickwinkel der Positiven Psychologie	235
8.2	Wie kommt der Sinn ins Leben?	235
	Sinn im Leben als Produkt von Kohärenz, Destination und Signifikanz	236
	Der Sinn des Sinns	242
	Quellen des Lebenssinns	242
	Brauchen wir alle <i>einen</i> Purpose im Leben?	248
8.3	Sinnvolle Arbeit: Gewinn für Arbeitnehmer und Arbeitgeber	250
8.4	Quellen der arbeitsbezogenen Sinnwahrnehmung	257
	Das Job-Characteristics-Modell	258
	Die Sinnmatrix	259
	Arbeiten mit der Sinnmatrix	264
	Die sieben Todsünden der Führung	265
8.5	Job Crafting	266
8.6	Den eigenen Beitrag erlebbar machen	271
8.7	Von der »zweiten Geburt«	273
9	Zweites Intermezzo: Die kreative Organisation	281
9.1	Über Nicht-Wissen und Paradigmenwechsel	282
9.2	Die organisationalen Bedingungen von Kreativität	289
9.3	Zwischen Preußentum und Anarchie	299
9.4	Keine Kreativität ohne Zugehörigkeit	303
10	PERMA: Zielerreichung, Leistung, Erfolg	305
10.1	Grit: Nur die Harten komm' in' Garten	306
	Ist Grit nützlich für Unternehmen?	309
10.2	Ziele erreichen mit WOOP	315

10.3	Die Macht der kleinen Stupser	317
	Sich selbst anstupsen	318
10.4	Das beste Selbst im Spiegel	319
10.5	Schöner scheitern	323
10.6	Der längere Atem: Lässt sich »gute Kultur« am Aktienkurs ablesen?	327
	Unternehmenskultur wirkt	327
11	Ausklang	331
	Anhang	337
	Danksagung	341
	Literaturverzeichnis	343
	Stichwortverzeichnis	371