



Episodischer und kontinuierlicher Wandel

Der Begriff episodischer Wandel beschreibt Veränderungsprozesse, die eher selten, zeitlich begrenzt und geplant sind. Episodischer Wandel wird zumeist durch externe Veränderungen ausgelöst, z.B. durch Veränderungen im Umfeld, sinkende Gewinne, Veränderungen im Topmanagement bzw. der Organisationsstruktur und der Strategie. Der Veränderungsprozess ist eine zeitlich begrenzte Unterbrechung eines Gleichgewichtszustands der Organisation. Episodischer Wandel hat einen definierten Anfangs- und Endpunkt, d.h., er ist in der Regel zeitlich begrenzt und wird vom Management initiiert. Im Gegensatz dazu beschreibt kontinuierlicher Wandel Veränderungen, die sich entwickeln und kumulativ sind. Kontinuierlicher Wandel kann aber nicht nur inkrementelle Veränderungen auslösen, sondern er kann sich auch gewissermaßen zu tiefgrifendem Wandel kontinuierlich

»aufschaukeln«. Es gibt für kontinuierlichen Wandel zumeist keine externe Notwendigkeit. Dies hat u.a. zur Folge, dass das Management eine andere Rolle im Veränderungsprozess einnimmt als bei episodischem Wandel. Das Management ist nicht der Treiber des Veränderungsprozesses. Der Grad der Beteiligung der Beschäftigten ist meist hoch.

Episodischer Wandel	Kontinuierlicher Wandel
<ul style="list-style-type: none">▪ Wandel als klar umrissene Periode (Trennungsmodell)▪ Wandel als Ausnahme von der Regel (Sonderstatus)	<ul style="list-style-type: none">▪ Wandel in die Systemprozesse integriert (Integrationsmodell)▪ Wandel in den Systemprozessen normalisiert (Regelstatus)

Bild 1.2 Merkmale episodischen und kontinuierlichen Wandels

1.2 Change ist nicht gleich Change – unterschiedliche Typen der Veränderung

Auf der Grundlage dieser Matrix lassen sich vier Idealtypen von Veränderungsprozessen unterscheiden:

1. Im Veränderungstypus der »Optimierung« werden die bisherigen Vorgehensweisen, Strukturen und Strategien nicht grundsätzlich infrage gestellt. Die »Not« zur Veränderung ist in diesem Typus der Veränderung gering. Kaizen, TQM oder Qualitätszirkel sind Beispiele für diesen Veränderungstypus.
2. Der Veränderungstypus »Operatives Krisenmanagement« findet sich immer dann, wenn eine Organisation ein akutes Problem zu lösen hat, das jedoch nicht so tiefgreifend ist, dass dadurch die Identität der Organisation bedroht wird. Es geht darum, schnell wirksame Maßnahmen zu ergreifen. Beispiele sind Kostensenkungsprogramme, Kurzarbeit oder Qualitätsoffensiven.
3. Vom Veränderungstypus »Radikale Transformation« sprechen wir dann, wenn eine Organisation in eine existenzbedrohende Krise gerät. Dabei kann es sich um Sanierungen und Turnarounds handeln. Oder, wenn noch Zeit und Geld vorhanden ist, um Restrukturierungsprojekte. Das Zeitfenster für diese Art der Veränderung ist zumeist sehr eng.
4. Beim Veränderungstypus »Kontinuierliche Selbsterneuerung« ist, wie beim Typus »Optimierung«, Wandel in die Organisationsprozesse fest integriert. Der Fokus liegt jedoch nicht auf der Optimierung des Bestehenden, sondern auf der kontinuierlichen Erneuerung des Geschäftsmodells bzw. der Identität der Organisation. Es handelt sich um einen Wandel zweiter Ordnung, der jedoch nicht durch eine Krise ausgelöst, sondern von Akteuren im Unternehmen vorausschauend initiiert wird.

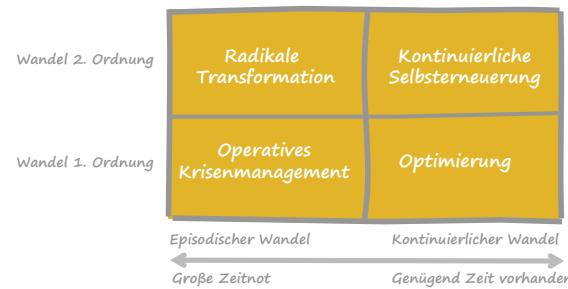


Bild 1.3 Die vier Typen von Veränderung

1.3 Die Grundannahmen des »klassischen Change Management« erweitern

Wenn wir davon ausgehen, dass im Change Management endgültig die Zeiten von Eindeutigkeiten und der Formel »one size fits all« vorbei sind, erfordert dies ein Umdenken im Change Management: Change the Change Management! Hierzu müssen wir uns von vier Annahmen des klassischen Change Management verabschieden. Es sind vier zentrale Annahmen des klassischen Change Management mit denen wir uns auseinandersetzen müssen.



Annahme 1: Grundlegende Veränderungsprozesse können nur dann erfolgreich sein, wenn sich das Unternehmen mit einem äußeren Handlungsdruck oder gar einer Krise konfrontiert sieht.

Annahme 2: Grundlegende Veränderungsprozesse müssen schnell und mit radikalen Einschnitten in die Organisation verfolgt werden. Tiefgreifende Veränderungen in einem kontinuierlichen Prozess sind nicht möglich.

Annahme 3: Grundlegende Veränderungsprozesse müssen immer von der Spalte der Organisation angestoßen und getrieben werden.

Annahme 4: Erfolgreiche Veränderungsprozesse müssen zentral geplant und gemanagt werden.

Annahme 1: Zwischen Leidensdruck und attraktivem Zukunftsbild

Folgt man den »Klassikern« des Change Management, dann sind Unternehmen nur dann zu grundlegenden Veränderungen in der Lage, wenn es eine Notwendigkeit zur Veränderung oder einen »case for action« gibt: sei es ein neuer Branchentrend, unzufriedene Kunden, neue Wettbewerber etc. John Kotter weist in seinem millionenfach verkauften Buch *Das Prinzip Dringlichkeit* auf die zentrale Bedeutung der De-

fizitanalyse zu Beginn eines tiefgreifenden Veränderungsprozesses hin. Die Unternehmensführung muss, so Kotter, eine externe Bedrohung identifizieren und als potenzielle Gefahr für das Unternehmen interpretieren. Gelingt dem Management dies nicht, sind Veränderungsprozesse zum Scheitern verurteilt. Keine Änderung ohne Leidensdruck lautet die dahinterstehende Annahme.

Ist also Wandel ohne Leidensdruck oder gar ohne eine Krise überhaupt möglich? Bereits in den 60er-Jahren haben die Organisationsforscher Richard Cyert und James March in ihrem 1963 erschienenen Grundlagenwerk *A Behavioral Theory of the Firm* verdeutlicht, dass es nicht nur akute Probleme und Krisen sind, die Veränderungen in Organisationen anstoßen. In wirtschaftlich erfolgreichen Zeiten, so die beiden Organisationsforscher, können Organisationen »organisational slack« aufbauen, der Innovationen in Organisationen fördert. Eigene Untersuchungsergebnisse (Gergs 2016; Gergs/Lakeit 2020) bestätigen diese Annahme, dass tiefgreifender Wandel nicht nur durch Krise und Not ausgelöst werden kann. Im Unterschied zur Defizitorientierung, die wir nach wie vor in der Mehrzahl der Unternehmen vorfinden, herrscht

in erneuerungsfähigen Unternehmen eine starke Orientierung an Zukunftschancen und den Potenzialen des eigenen Unternehmens vor. Damit ist beides möglich: Change durch Leidensdruck oder durch ein attraktives Zukunftsbild.

Annahme 2: Zwischen episodischem und kontinuierlichem Wandel

Die meisten Theorien und Konzepte des klassischen Change Management basieren auf der Idee des episodischen Wandels und Kurt Lewins Drei-Phasen-Modell von »unfreeze, change, re-freeze«. Grundannahme all dieser Konzepte ist es, dass sich Organisationen in einem Gleichgewichtszustand befinden, der unterbrochen werden muss, damit sich diese Organisationen verändern. Die Managementpraxis hat dieses episodische Modell des Wandels bereitwillig aufgenommen. Es gehört heutzutage zum guten Ton, dass jeder neue CEO sein eigenes Change-Programm auflegt. Die in regelmäßigen Abständen vom Topmanagement angestoßenen Change-Projekte vermögen die Organisation jedoch meist nur kurzfristig zu irritieren, langfristig aber überfordert diese »stop-and-go policy« die meisten Unternehmen. Die Welt um uns herum ist ständig in Bewegung, und ein einmal gefun-

denes Optimum verschiebt sich schnell wieder. Unternehmen, die die Fähigkeit der kontinuierlichen Erneuerung nicht besitzen, laufen Gefahr, in eine bestandsbedrohende Situation zu geraten, wie Kathleen Eisenhardt und James Martin (2000) mit ihren Forschungen in der IT-Branche belegen. Sie kommen zu der Schlussfolgerung: »The ability to engage in rapid relentless continual change is a crucial capability for survival.« Ihre Forschungsergebnisse belegen, dass Unternehmen in dynamischen und disruptiven Marktumfeldern nur dann überleben, wenn sie ein hohes Maß an Umweltsensibilität und Bereitschaft zur vorausschauenden Veränderung auszeichnen. Die dadurch angeregte »kreative Unruhe« ist die Basis für kontinuierliche Erneuerung. Auch hier gilt: Je nach Kontext ist beides möglich – Change als Episode oder als Kontinuum.

Annahme 3: Zwischen »Top-down«- und »Activist-out«-Prozessen der Veränderung

Im Sturm muss der Kapitän auf die Brücke! In unsicheren Zeiten werden von Führungskräften Mut und Entschlossenheit gefordert. Teils getrieben durch ihr Umfeld, teils getrieben durch das eigene Ego übernimmt das Management die Verantwortung für Veränderungen selbst. Die

Grundannahme des klassischen Change Management lautet: Veränderungsprojekte müssen immer an der Spitze der Organisation beginnen! Dies heißt überspitzt formuliert, dass nur Führungskräfte das Recht, die Kompetenzen und die Macht haben, Veränderungsprozesse anzustoßen. In der Realität lässt sich jedoch Folgendes beobachten: Es ist häufig das Topmanagement, das als Letzter Veränderung innerhalb und im Umfeld der Organisation wahrnimmt. Abgeschottet durch eine Vielzahl von Führungsebenen wird es oft mit einer geschönten Wirklichkeit konfrontiert. Die Vielfalt und Dynamik der technischen Entwicklung macht es den oberen Führungskräften zudem unmöglich, alle Veränderungen im Auge zu behalten. Dies ist ein wesentlicher Grund dafür, dass Change-Programme oft zu spät angestoßen und zu schlecht umgesetzt werden.

Aber können grundlegende Veränderungsprozesse mit kleinen Schritten beginnen und von »unten« angestoßen werden? Ja, das können sie: Denken Sie nur an die amerikanische Revolution, die von der Boston Tea Party, einer Grassroots-Bewegung, ausging. Oder denken Sie einen Moment daran, wie sich Ihr Leben durch das Internet verändert hat. Keine einzelne Person und

auch kein einzelnes Unternehmen hat das Netz erfunden. Es entwickelte sich selbstorganisiert durch viele unabhängige Akteure zu einer Plattform, auf der sich Menschen weltweit vernetzen können. Wenn wir Change-Programme wie den Bau einer komplexen Maschine planen, begrenzen wir den Spielraum, in dem Neues entstehen kann. Demgegenüber eröffnen Change-Plattformen allen Mitarbeitern im Unternehmen die Möglichkeit, sich an der Erneuerung der Organisation zu beteiligen. Die Frage »Wer managt Veränderungsprozesse?« erhält damit eine erweiterte Antwort: Nicht ausschließlich das Management, sondern auch die Beschäftigten. Hierzu bedarf es eines Umbaus traditioneller Organisationsstrukturen. Der Veränderungstypus der kontinuierlichen Erneuerung braucht z. B. eine andere Infrastruktur für den Wandel. »Build a change platform, not a change program« heißt hier die Devise. Dies geht einher mit einem völlig andersartigen Führungskonzept, das man mit den Schlagworten vom »Top-down«- zum »Activist-out«-Ansatz beschreiben könnte. Auch für diese Annahmen gilt: Beides kann sinnvoll sein, je nach Kontext. »Activist-out« klingt zunächst sehr attraktiv, aber denken Sie nur an eine Krisensituation, wie wir sie derzeit in der Pandemie

erleben. Hier sind schnelle Entscheidungen »top-down« erforderlich.

Annahme 4: Zwischen linear geplantem und zyklisch organischem Wandel

Aus sozialwissenschaftlicher Perspektive überraschend ist der in Wirtschaft und Gesellschaft immer noch verbreitete Glauben an die klare Steuerbarkeit von Veränderungsprozessen. Bereits die Bezeichnung Change Management suggeriert, dass Wandel von Organisationen »gemanagt« werden kann, wie z. B. ein Bau- oder IT-Projekt. Die großen Unternehmensberatungen nähren diesen Glauben an die Steuerbarkeit von Veränderungen mit ihren regelmäßigen Studien zu den Erfolgsfaktoren des Wandels: Change wird immer wichtiger, und er wird nach wie vor schlecht gemanagt, so die überraschungsfreien Ergebnisse dieser Studien. Dem stehen viele Forschungsbefunde aus den Sozialwissenschaften gegenüber, die die Vorstellung der Planbarkeit des Wandels sozialer Systeme bereits seit den 70er-Jahren tiefgreifend erschüttert haben. Sozialer Wandel folgt in der Regel nie eindeutig intendierten Zielen und Plänen der beteiligten Akteure. Zwar verfügen Unternehmen über zentrale Steuerungsmechanismen, die der Leitung

eine gezieltere und wirkungsmächtigere Einflussnahme erlauben. Trotzdem: Auch das Management hat bei Veränderungsprozessen nur begrenzte Steuerungsmacht. Die vielen gescheiterten Veränderungsprojekte sind ein Beweis dafür. Wenn ein Veränderungsprozess tiefgreifend ist, dann betritt eine Organisation in diesem Prozess Neuland, und Neuland muss bekanntermaßen erst vermessen werden, bevor es berechenbar wird. Wir müssen uns daher mit zunehmender Komplexität eines Veränderungsprozesses von einem linearen Planungsansatz verabschieden. Statt umfangreicher (Vorab-)Planungen wird das unmittelbare Feedback auf Experimente und kleine Veränderungsschritte, die dann wiederum der Ausgangspunkt für weitere Schritte sind, immer wichtiger. Während im linear-kausalen Modell des klassischen Change Management strikt zwischen Denken (analysieren, entscheiden, planen) und Handeln (Pläne umsetzen) getrennt wird, wechseln erneuerungsfähige Organisationen ständig zwischen Denken und Handeln. Aber auch hier gilt der Grundsatz: Es hängt davon ab! Je nach Komplexität des Veränderungsvorhabens kann die Planung nach dem »Wasserfallprinzip« angemessen sein oder eben auch nicht.

1.4 Denken in Spannungsfeldern und Dualitäten – das Mindset eines modernen Change Management

Bereits vor gut 20 Jahren hat der Managementforscher Charles Handy in einem seiner bekanntesten Bücher *Die Fortschrittsfalle* (1995) selbstkritisch eingeräumt: »Ich selbst habe Bücher geschrieben, in denen ich behauptete, es muss eine richtige Methode zur Führung von Organisationen und unserem Leben geben, auch wenn wir noch nicht so genau wissen, wie diese auszusehen hat. Ich war fasziniert vom Mythos der Wissenschaft, von der Vorstellung, dass man theoretisch alles verstehen, vorhersagen und daher auch in den Griff bekommen kann. Heute glaube ich nicht mehr an eine ›Theory of Everything‹ oder an die Möglichkeit der absoluten Perfektion. Ich verstehe Paradoxie heute als unvermeidlich, allgegenwärtig und nie endend. Je tur-

bulenter die Zeiten und je komplexer die Welt, mit desto mehr Paradoxien haben wir es zu tun« (Handy 1995, S. 24). Der Managementvordenker Roger Martin argumentiert in die gleiche Richtung. In seinem Buch *The Opposable Mind* (2009) schreibt er, dass innovative Führungskräfte zukünftig mehr über die Fähigkeit verfügen müssten, zwei diametral entgegengesetzte Ideen zur gleichen Zeit zu denken. Sie sagen also nicht »entweder oder«, sondern »sowohl als auch« und sehen Widersprüche und Spannungen als Quelle für Inspiration. Erfolgreiche Führungskräfte, sagt Martin, »begrüßen die Mehrdeutigkeit und betrachten Komplexität als eine zuverlässige Quelle kreativer Möglichkeiten«. Der Organisationsberater Martin Claßen (2021) hat sich in seinem erst jüngst erschienenen Buch ausführlich mit diesen Spannungsfeldern im Change Management beschäftigt.

Die Überschriften zu den vier Grundannahmen des Change Management haben verdeutlicht, dass es hinsichtlich der Gestaltung von Veränderungsprozessen keine einfachen Antworten mehr gibt. Führungskräfte sind insbesondere in »Zeiten der Disruption« mit einer Situation voller Paradoxien und Spannungsfeldern konfrontiert, für die es keine eindeutigen Rezepte

gibt und die ein neues Denken in Dualitäten, d. h. im »Sowohl-als-auch«, erfordern. Angesichts sehr unterschiedlicher und sich rasch verändernder Kontextbedingungen kann man z.B. nicht mehr genau sagen, wie viel Beteiligung der Mitarbeiter sinnvoll ist, welche Form der Change-Kommunikation erfolgreich ist oder wie viel Eigenständigkeit der Bereiche in einem Transformationsprozess zugelassen werden sollte. Für alle diese Fragen gilt: Es hängt davon ab!



Veränderung braucht Stabilität – eine zentrale Dualität

Diese Idee der Dualität gilt auch für den Zusammenhang von Wandel und Stabilität. So zeigen neuere empirische Studien, dass »chronisch« instabile Organisationen zu Desintegration und damit zu einem Rückgang ihrer Leistungsfähigkeit tendieren. Interessant in diesem Zusammenhang ist die Studie von Christian Stadler und Philip Wältermann (2012), die sogenannte Jahrhundert-Champions untersucht haben, d.h. Unternehmen, die es geschafft haben, über mehr als 100 Jahre



19

Index

Symbolen

3M 296

A

Achtsamkeit 114

ADKAR 28, 359

Agile Center of Excellence (ACE) 372

Agile Change Navigation 103*f.*

Agile Skalierung 362

– Ansätze 365

– Change Management 371

– Fallstricke 368

– Grundpfeiler 372

– Infrastruktur 372

– Klärung des Warum 368

– Umsetzungsdauer 370

– unvorbereitete Organisation 369

– Vision, Mission 371

Ähnlichkeiten 402

ALDI 298

Amazon 300, 303

Ansatz, systemischer 408

Anschlussfähigkeit 262

Apple 233

Audi 300

B

BASF 297

Beitrag 296, 298

Belohnungssystem 401

Beteiligung, persönliche 266

Bewerbungsgespräch 64

Bewertung, permanente 405

Bewusstseinsentwicklung 114

Beziehungsichte 85

Business Systemics 224*f.*, 245

C

Change 17

– als Flippen 87

– Architektur 339, 344

– Auslöser 319

– Beteiligte 132

– Dimensionen 320

– Erfolgsfaktoren 16, 22

– Grundlagen 16

– Kommunikation 22

– Monitoring 345

– Organisation 132

– Prozess 339, 343*f.*

– Rollen 339, 341

– Schlüsselkonzepte 78

– Sponsor 25

– und Projekte 126

Change Agent 274, 383

Change Management 18, 320

– als Führungskompetenz 23

– als strategische Unternehmensdisziplin 20

– Grundannahmen 6

– Grundlagen, Erfolgsfaktoren 16

– Kurve 30

– Mindset 10

– Performance 360

– und Projekte 136

– Vorgehen 29

Change Management Office 176, 372

–, Abgrenzung zum PMO 191

– Aufbau, Weiterentwicklung 194

– Aufgaben 181

–, Befugnisse, Rollen im 188

– Definition 178

– Distribution 184

– Einbindung in lokale funktionale Organisation 186

– Einbindung in Organisation, Projekt 184

– Einbindung in Veränderungsprojekt 187
– Nutzen 179
– und Unternehmensentwicklung 183
Change Manager
– Aufgaben 68
– Eigenschaften 69
– Haltung 60, 69, 73, 75
– Kompetenzen 31, 69
– Rolle 60, 68
Change Professional 386
Claas 257
Coca-Cola 301
Connectivity 339
Continental 297
Corporate Journey 339
Customer Journey 229

D

Diagnostic Change 40
Dialogic Change 40
Diversität 261
dm 299

E

Einschätzungsvermögen 395
Entscheider 386
Entscheidungsfindung 265
Entwicklungslien, integrale 112
Event Storming 229

F

Flight-Level-Konzept 234
Führung 259
–, Rolle der 115
Führungskonzepte 326
Führungskräfteentwicklung 261
Führungs kultur 260

G

Gehirn 392
Geschichte 295
Gewohnheit 401
Google 301
Grundbedürfnisse 388
Gruppe 399
–, Irren von 397

H

Handlungsfelder 337
Haribo 301
Hebel 337
Hilflosigkeit 403

I

Individuum 399
Innovationskultur 261
Integraler Ansatz 106
Intervention 86

K

Key Performance Indicator (KPI) 350, 354
– Measurement Framework 355
– Measurement Framework Connections 356
Kommunikation 200, 248, 252, 258, 306
– Design 212
–, fehlende, falsche 202
–, Verständnis von 204
Kommunikationskultur 263
Kompetenz 296, 298

Konzern-Macht-Paradox 405

Kreativität 262

Kultur 142

– Analogien 152

– analysieren 159

–, Elemente der 148

–, Soll- 166, 168

– und Arbeitgeberattraktivität 150

– und Glaubwürdigkeit 172

Kulturentfaltung 117

Kulturentwicklung 146, 155

–, Methoden der 170

–, Prozess der 158

Kulturkern 164

Kundenkontext 228

L

Landkarte, integrale 106

Leadership Development 115

LeSS 364

M

Maschinenmodell der Organisation 323

McDonald's 298

Mensch 252

Mindful Transformation 114

Mindset 253

Mindset-Entfaltung 117

Mission 300

N

Nachhaltigkeitskultur 266

Netzwerkorganisation 265

Nutzenlandkarte, strategische 311

O

Optimismus 403

Organisation 399

–, lernende 155, 253

Organisationsentwicklung 118

Organisationsformen 326

P

Partizipation 258

PEP. Siehe Produktentstehungsprozess

Performance 408

–, individual 358

–, organizational 356

Personal- und Organisationsentwicklung

(PE/OE) 270, 271

– in Veränderungsprozessen 272

– Veränderungskompetenz 276

Persönlichkeitsentwicklung 114

Plan, strategischer 301

POT. Siehe Produkt-Owner-Team

Priorisierung 313

Projekt 126

– Beteiligte 138

– Organisation 138

Projektleiter 386

Projektmanagement 131, 136

Projektpfolio 182

Prosci Change Scorecard 356

Psychologie 387

R

Raum 252, 254, 255

Readiness Check 373

Reaktanz 389

Reality Check 333

Recruiting 260

Roche 299

S

- SAFe 364, 370
- Selbstkonzept 389
- Selbstwert 389
- Sicherheit 407
- Siemens 254
- Skalierung
 - horizontale 365f.
 - vertikale 365f.
- Skalierungsframeworks 364
- Skillset 253
- Spiral Dynamics 110
- Stakeholder, Umgang mit 206
- Standortbestimmung 330
- Strategie
 - Begriffsklärung 294
 - im Unternehmenskontext 295
- Strategieanpassung 305
- Strategiumsetzung 308
- Sunrise 297
- Syngenta 299
- System, soziales 323

T

- Talentmanagement 270f
- Taylorismus 226
- Teamentwicklung 117
- Technik 252, 254
- Theory U 327
- Toolset 253f.
- Toyota 298
- Transformation 18
 - agiles Vorgehen 101
 - Besonderes an 95
 - Fokus, Handlungsfelder der 112
 - integral-agile Gestaltung 92, 96
 - integral gestalten 106
 - klassische Gestaltung 96
 - Roadmap 112
 - Vorgehen 99
- Typologie 261

U

- Umfeldveränderungen 95
- Ungleichzeitigkeit 309
- Unternehmenskultur 148
- Unternehmenszweck 257, 298

V

- Veränderung
 - 90er-Jahre 250
 - Bedarf 281
 - , emergente 311
 - Ergebnis 288
 - Führung 52
 - Führungsaspekte 43
 - Führungskraft 36
 - für den gesamten Unternehmenskontext 305
 - in geschlossenen Systemen 314
 - Kompetenz 276, 281
 - lernen durch 48
 - Manager 24
 - Prozess 287
 - , Psychologie der 378
 - psychologische Rahmenbedingungen 388
 - Typen der 2
 - und Kultur 142
 - und Strategie 292
 - unternehmerischer Bedarf 162
 - Werkzeuge, Methoden, Vorgehensmodelle 248
 - Widerstand 81, 83

– Ziele 284
Veränderungen
– in Form von Projekten 128
Veränderungsprojekt
–, Begleitung von 273
– Förderung neuer Skills 279
Verhalten 388
Vertrauen 402
Viable System Model (VSM) 236

Vision 300
Vorschlagswesen 267
VSM Canvas 242

W

Wandel, organisationaler 85
Werte 259, 296
Widerstand 405

Widerstandsmanagement 26
Wikimedia 300
WWF 301, 302

Z

Ziel 301
Zielbestimmung 331