

Karl-Martin Dietz, Thomas Kracht

Dialogische Führung

Grundlagen – Praxis – Fallbeispiel: dm-drogerie markt

Mit einem Vorwort von Götz Werner

2011, 3. akt. Aufl., geb., 137 Seiten, 5 Abb.

D 29,90 € / A 30,80 / CH 43,90 Fr.*

ISBN 978-3-593-39450-3

Erscheinungstermin/Sperrfrist: 17. Januar 2011

Der Erfolg eines Unternehmens steht heute mehr denn je in Zusammenhang mit seiner Führungskultur. Als dialogische Führung wird eine Unternehmenskultur bezeichnet, in der die Mitarbeiter aus eigener Einsicht und in eigener Verantwortung handeln. Karl-Martin Dietz und Thomas Kracht bieten ein fundiertes Konzept dialogischer Unternehmenskultur sowie Einblicke in die Praxis.

Der einzelne Mensch macht immer mehr sein Recht geltend: Er will eigenverantwortlich denken und handeln, er will als Individuum ernst genommen werden. Dies ist eine der wichtigsten Herausforderungen für die Führung in der Gegenwart. Dialogische Führung hat zum Ziel, eine Unternehmenskultur herauszubilden, in der möglichst viele Mitarbeiter möglichst eigenständig zum Gelingen des Ganzen beitragen. Dadurch gewinnen die Mitarbeiter ein ganz anderes Verhältnis zu ihrem Unternehmen und zu ihrer Arbeit, als dies in traditionellen Führungsverhältnissen möglich ist: Sie können zunehmend aus eigener Einsicht und Entscheidung handeln. Das macht ein Unternehmen einerseits innovativ und zukunftsgerichtet, andererseits effektiv.

Karl-Martin Dietz und Thomas Kracht beschreiben in ihrem Buch die inneren und äußeren Voraussetzungen für die Entwicklung dialogischer Führung. Ihre Darstellung der Grundlagen zeigt, welche grundsätzlichen Fähigkeiten in einer dialogischen Unternehmenskultur gebraucht werden. Die Beschreibung dialogischer Praxis macht deutlich, wie die Prozesse der Zusammenarbeit funktionieren sollten.

Am Fallbeispiel des Unternehmens dm-drogeriemarkt geben die Autoren außerdem einen lebendigen Einblick in die tatsächliche Praxis dialogischer Unternehmenskultur. Das Beispiel zeigt, worauf es vor allem ankommt: immer ein offenes Ohr zu behalten für die anderen, für die einzelnen Menschen, und immer das Handeln an wirklichen Bedürfnissen der Kunden und Mitarbeiter zu orientieren.

Die Autoren

Dr. Karl-Martin Dietz und Dr. Thomas Kracht gründeten im Jahr 1978 das Friedrich von Hardenberg Institut für Kulturwissenschaften in Heidelberg, in dessen Rahmen die vorliegende Studie entstanden ist.

Kontakt

Kathrin Schieferstein, 069-976516-25, schieferstein@campus.de

Campus Verlag GmbH
Presseabteilung
Kurfürstenstraße 49
60486 Frankfurt/Main
Tel. 069 976516-20
Fax 069 976516-78
presse@campus.de
www.campus.de