

Diese Ausgangslage fordert nahezu neue radikale Wege um agil, innovativ und erfolgreich zu sein. Holakratie ist trotz der aktuellen Aufmerksamkeit in der Forschung noch ein unbeschriebenes Blatt. Dennoch zeigt die Recherche, dass bereits einige Unternehmen erfolgreich mit der Holakratie arbeiten und den Change geschafft haben. Aktuell sind keine Banken bekannt, welche aktiv mit dem agilen Organisationsmodell operieren. Studien belegen jedoch, dass sich künftig auch Finanzdienstleister in Richtung Agilität entwickeln müssen, um wettbewerbsfähig zu sein (Rafat et. al., 2017, S. 64–65). Somit stellt sich die Frage, ob die Holakratie in ihrer aktuellen Ausgestaltung eine geeignete und zielorientierte Form für den Bankenvertrieb darstellen kann.

1.2 Forschungsleitende Fragestellung und Forschungsfragen

Die Forschung in Bezug auf Holakratie bietet noch kaum Erkenntnisse und ist quasi inexistent. Dennoch gibt es weltweit hunderte Organisationen, welche Holakratie bereits umgesetzt haben und noch immer damit arbeiten (Hansen, 2016). An Praxiserfahrungen fehlt es somit nicht. Ebenfalls liegen Handlungsempfehlungen vor, wie Unternehmen den Wandel initiieren können. Diese vernachlässigen aber Branchenspezifika und historisch gewachsene Denk- und Handlungsweisen.

Aufbauend auf den aktuellen Erkenntnissen und den Praxiserfahrungen beantwortet diese Arbeit die forschungsleitende Fragestellung:

Kann die agile Organisationsform Holakratie in den Vertriebseinheiten einer Bank gewinnbringend eingesetzt werden, damit nachhaltig die Agilität gesteigert werden kann?

Zur Beantwortung der forschungsleitenden Fragestellung lassen sich folgende Unterfragen ableiten:

- **F1:** Wie sehen die aktuellen Organisationsformen der Vertriebseinheiten der Banken aus und weshalb wurden diese gewählt?
- **F2:** Welche Massnahmen wurden im Bereich der Agilität bereits unternommen bzw. sind geplant?
- **F3:** Wie wird das Organisationsmodell Holakratie wahrgenommen?
- **F4:** Was sind die Herausforderungen der Holakratie?
- **F5:** Ist die Umsetzung von Holakratie im Bankenvertrieb denkbar?

1.3 Zielsetzung und Schwerpunkt der Arbeit

Ausgehend von der identifizierten Forschungslücke und der forschungsleitenden Fragenstellung in *Kapitel 1.2* besteht das Ziel dieser Arbeit darin, neue wissenschaftliche Erkenntnisse über die Anwendungsmöglichkeit von Holakratie in der Finanzbranche, welche nach wie vor nicht als besonders agil gilt, zu generieren. Im Fokus der Arbeit stehen die Vertriebseinheiten einer Bank, welche aktuell vor grossen Herausforderungen stehen (*vgl. 1.1*). Letzten Endes wird sich eine Aussage darüber