

Inhalt

Unternehmensführung – sieben klassische Fehler	13
Kapitel 1: Die richtigen Ziele richtig setzen	17
1.1 Die richtigen Unternehmensziele setzen	18
1.2 Der Kunde im Fokus	22
1.3 Ziele Schritt-»Weise« setzen	25
1.4 Ziele nicht setzen, sondern vereinbaren	30
1.5 Einfach die richtigen Ziele richtig setzen	31
Kapitel 2: Das Ganze sehen	33
2.1 Szenarien entwickeln	34
2.2 Selektive Wahrnehmungen erkennen	36
2.3 Megatrends erkennen	38
2.4 Hypes als solche erkennen	39
2.5 Wieder: den Kunden im Fokus	41
2.6 Über den Tellerrand sehen – auch darunter	46
2.7 Dynamik und Komplexität beachten	49
2.8 Einfach das Ganze sehen	51
Kapitel 3: Die Sachzusammenhänge klären	53
3.1 Vom Ende her denken	54
3.2 Fakten prüfen	57
3.3 Prozesse optimieren	58

3.4	Und wieder: der Kunde im Fokus	60
3.5	Einfach die Sachzusammenhänge klären	65
Kapitel 4: Die emotionalen Kräfte nutzen		67
4.1	In den Spiegel sehen	68
4.2	Wissen: Alles ist subjektiv	71
4.3	Emotionen mobilisieren	72
4.4	Mit positiver Verstärkung motivieren	74
4.5	Motive des anderen beachten	76
4.6	Und noch einmal: der Kunde im Fokus	78
4.7	Einfach Emotionen erkennen und nutzen	79
Kapitel 5: Die einfache Lösung finden		81
5.1	Keine Schnellschüsse	83
5.2	Vom Ende her denken	84
5.3	Ein Fokus: die Kosten	85
5.4	Ziel 100%-Lösung	87
5.5	Quer denken	89
5.6	Kreativ sein	91
5.7	Und wieder: der Kunde im Mittelpunkt	93
5.8	Einfach die einfache Lösung finden	93
Kapitel 6: Im Dialog planen		95
6.1	Entscheiden: wie, wann und ob	96
6.2	Betroffene beteiligen	98
6.3	Und wieder: vom Kunden her planen	101
6.4	Einfach im Dialog planen	107
Kapitel 7: Strukturiert umsetzen		109
7.1	Allein geht nichts	110
7.2	Projektteams nicht »einfach« einsetzen	111
7.3	Lenkungsausschuss? Vorsicht!	114
7.4	Klare Prioritäten setzen	115

7.5 Etappenziele setzen	116
7.6 Und wieder: den Kunden im Blick	116
7.7 Einfach gut umsetzen	117
In sieben Schritten zur Lösung	119
Nachwort: Führen als Lernprozess	127
Literatur	129
Index	131
Der Autor	135