

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	3
---------------	---

### **Kap 1**    **Einstellungen, die weiterbringen**

1.1	Wann erscheint Coaching als sinnvoll? .	13
1.2	Ich gestehe mir meinen Misserfolg ein, und was nun? .....	14
1.3	Probleme als Teil des Lebens anerkennen	15
1.4	Voraussetzungen erfolgreichen Selbst- managements .....	16
1.5	Die vier Lernfelder oder blinde Flecken entdecken .....	17
1.6	Soll ich mich auf meine Stärken oder Schwächen konzentrieren? .....	19
1.7	Was bedeutet „altern“? .....	19
1.8	Sein Gehirn fit halten .....	19

### **Kap 2**    **Die Bildung kraftvoller Visionen**

2.1	Motivierst du noch oder visionierst du schon? .....	20
2.2	Visionen: Unmögliches möglich machen	22
2.3	Landkarte Ihrer Träume .....	24
2.4	Formulieren Sie Ziele stets smart .....	26
2.5	Ziele Radar .....	27

### **Kap 3**    **Die Stufen zum Erfolg**

3.1	Die sieben Stufen zum Erfolg .....	30
3.1.1	Die sieben Stufen im Überblick .....	30
3.1.2	Wie schaffen Sie es nach den sieben Stufen zum Erfolg zu handeln? .....	30
3.1.3	Die Standortbestimmung .....	31
3.1.4	Persönliche Ziele setzen und verfolgen .	31
3.1.5	Planung .....	32
3.1.6	Training .....	32
3.1.7	Arbeiten – Vom „Wissen“ zum „Tun“ ....	32

3.1.8	Kontrolle und Belohnung .....	32
3.1.9	Timeout – Los lassen .....	33
3.2	Erfolgsprinzipien .....	33
3.2.1	„Von nichts kommt nichts“ .....	33
3.2.2	Behalten Sie Ihre Energie bei sich! .....	34
3.2.3	Ruhephasen dienen dem inneren Wachstum .....	34
3.2.4	Nutzung der Vorfreude .....	34
3.2.5	Nutzen Sie Ihre Stärken! .....	34
3.2.6	Wo beginnt der Erfolg? .....	35
3.2.7	Zeigen Sie Optimismus .....	35
3.2.8	Halten Sie sich negative Gedanken vom Leib! .....	35
3.2.9	Meiden Sie Energiediebe! .....	35
3.2.10	Energiefresser .....	36
3.2.11	Seien Sie dankbar für Kritik .....	36
3.2.12	Schaffen Sie sich ein positives Umfeld .	37
3.2.13	Grundsätze zur Umsetzung von Erfolgsprinzipien .....	38
3.2.14	Ihr Kopf ist kein Abstellraum! .....	39
3.2.15	Sind Sie glücklich? .....	40

<b>Kap 4</b>	<b>Strategie (Strategie 8+1 und Strategieprinzipien)</b>
--------------	--

4.1	Strategie 8+1 .....	41
4.1.1	Persönliche Ziele als Leitplanken der Strategieentwicklung .....	41
4.1.2	Informationen als Basis zur Entscheidungssicherheit – Sammeln Sie alle strategisch relevanten Informationen	42
4.1.3	SWOT – Kernkompetenz – Ideen .....	42
4.1.4	Feed forward – Strategie .....	43
4.1.5	Kundenbedürfnisanalyse .....	44
4.1.6	Wirkungsfelduntersuchung und Beweise sichern .....	44
4.1.7	Strategie fixieren .....	44
4.1.8	Strategieprogramm .....	45
4.1.9	Umsetzung .....	45

4.2	Strategieprinzipien – allgemeine Grundsätze .....	45
4.2.1	Das WAS vor dem WIE – und voreilige Lösungen zurückstellen .....	46
4.2.2	Das Karo-System .....	47
4.2.3	Erkennen – Ausschöpfen – Verblüffen (EAV) .....	48
4.2.4	Probleme positiv formulieren .....	49
4.2.5	Wettbewerbsvorteile und Kernkompetenzen .....	49
4.2.6	Strategische Geschäftsfelder .....	51
4.2.7	Der Kunde und seine Bedürfnisse – Wünsche – Probleme .....	52
4.3	Prinzipien zu Effektivität von Strategien ..	53
4.3.1	Strategieprinzip Nr. 1 .....	53
4.3.2	Priorität immer auf den Kunden legen ...	54
4.3.3	Spitze vor Breite .....	56
4.3.4	Weitsicht vor Kurzsicht .....	57
4.3.5	Auf der Suche nach der Einzigartigkeit ..	57
4.3.6	Unternehmensstrategie soll Wachstum erzeugen .....	58
4.3.7	Inkrementelle Innovation anstatt Hoffnung auf Durchbruchinnovation .....	58
4.3.8	Ziele und Regeln ableiten .....	59
4.3.9	Proaktiv anpassen statt Planwirtschaft ..	59
4.3.10	100 strategische Optionen .....	60

<b>Kap 5</b>	<b>Leben, führen, unternehmen in Balance</b>
--------------	--

5.1	Lebensradar .....	61
5.2	Leben in Balance .....	62
5.3	Acht Prinzipien für ein lösungsorientiertes Führen .....	63
5.3.1	Lösung zurückstellen .....	63
5.3.2	Fragen (mit Schwerpunkt Kontextklärung) ..	64
5.3.3	Weiterfragen und ohne Vorbehalte sein ..	67
5.3.4	Engpassorientiert weiterfragen und Kontext weiter präzisieren .....	68
5.3.5	Beweissuche .....	70

5.3.6	Richtig bewerten .....	71
5.3.7	Entscheidungen fällen .....	72
5.3.8	Zurück an den Start – Kreativität zulassen	72
5.3.9	Lösung entschieden und Störung vermieden .....	73
5.3.10	Überblick .....	74
5.4	Hilfe zur Problemlösung einholen .....	75
5.5	Die fünf Feedbackregeln .....	77
5.6	Was sind Ihre großen Steine? .....	78
5.7	Alle denken mit einem Kopf .....	79
5.8	Auftanken bei voller Fahrt .....	80
5.8.1	Raus aus der Abwärtsspirale .....	80
5.8.2	Start der Aufwärtsspirale .....	82
5.8.3	Grundstrategie des Unternehmens bei schwachen Batterien (in Ergänzung zum Kapitel 4) .....	87
5.8.4	Acht Tipps zum Aufladen bei voller Fahrt	89
5.9	Umgang mit Stress .....	92
5.9.1	Stress ist gleich Stress .....	92
5.9.2	Stressumgang in zwei Richtungen .....	93
5.9.3	Kennen Sie Ihre aktuelle Herzfrequenzvariabilität? .....	94
5.9.4	Techniken zur Stressbewältigung .....	95

<b>Kap 6</b>	<b>Konkrete Handlungsfelder für den KMU</b>
--------------	---

6.1	Handlungsfeld – Grundausrichtung .....	97
6.1.1	Leidenschaftsfelder, die Kundenprobleme lösen .....	97
6.1.2	Auf mehreren Standbeinen steht es sich besser .....	97
6.1.3	Höchste Produktivität, Lösungsführer und Marke .....	98
6.2	Handlungsfeld – Markt und Kunde .....	99
6.2.1	Marktbeobachtung und Chancennutzung	99
6.2.2	Zielgruppensegmentierung .....	99
6.2.3	Nummer 1 im Kopf des Kunden .....	100
6.2.4	Kundenbedürfniserkennung .....	100

6.2.5	Signifikanz der Zufriedenheit .....	100
6.2.6	Wert der Leistung .....	101
6.2.7	Bestehende Kundenpotenziale nutzen	101
6.3	Handlungsfeld – Produkte, Prozesse und Leistungsfähigkeit .....	101
6.3.1	Stresstest .....	101
6.3.2	Verkaufsorganisation und Vertrieb steuern .....	102
6.3.3	Innovation betreiben .....	103
6.3.4	Auslastung und Beherrschung neuer Technologien .....	103
6.3.5	Keine Fehler .....	103
6.4	Handlungsfeld – Mensch .....	104
6.4.1	Persönliche Stärken – generell .....	104
6.4.2	Persönliche Stärke – Verkauf und Netzwerk .....	104
6.4.3	Am Unternehmen statt im Unternehmen arbeiten .....	104
6.4.4	Beste Mitarbeiter .....	104
6.4.5	Mitarbeiterzufriedenheit .....	105
6.4.6	Erfolgsfaktor Familie in Familien- unternehmen .....	105

## **Kap 7    Planen und steuern**

7.1	Das 2x2 der Unternehmensplanung ...	106
7.1.1	Nur Menschen planen .....	106
7.1.2	Wahl der Mengengrößen .....	107
7.1.3	Konkret .....	107
7.1.4	Kurzfristig .....	107
7.1.5	Zeitnah .....	108
7.1.6	Frühwarnindikatoren – denn nicht alles muss geplant werden .....	108
7.1.7	Es gibt keinen Beweis .....	108
7.1.8	Das Wahrscheinliche ist nicht WAHR .	109
7.1.9	KORE muss budgettauglich sein .....	109
7.1.10	Große Steine .....	109
7.1.11	Verliebt in Details? .....	109
7.1.12	Alles, was sich rechnet .....	110

7.1.13	Plan ist mehr als Prognose .....	110
7.1.14	Zeig doch mal ... ?! .....	110
7.1.15	Der Weg ist das Ziel .....	111
7.1.16	Regeln statt Ziele .....	111
7.1.17	Hochstapler sind erfolgreicher – übertreiben Sie maßlos .....	111
7.1.18	KPI (Key Performance Indicators) statt viele Werte .....	112
7.1.19	Interne Benchmarks .....	112
7.1.20	Raus aus der Trance .....	112
7.1.21	Niemals steuern ohne Strategie .....	113
7.1.22	Jede Wirkung hat eine Ursache .....	113
7.2	Die 4 Hebel zur Ergebnisverbesserung	113
7.2.1	Hebel 1 – Menge .....	114
7.2.2	Hebel 2 – Preis .....	115
7.2.3	Hebel 3 – variable Kosten .....	115
7.2.4	Hebel 4 – Fixkosten .....	116

## Anhang

Die Autoren .....	117
-------------------	-----