

# Inhalt

|  |     |
|--|-----|
| <b>I Der Sturz der Götterbilder</b>                                  |     |
| Feindverlust . . . . .   | 12  |
| Good bye, old Germany. . . . .                                       | 25  |
| Zurück in die Arena . . . . .  | 43  |
| <b>II Die Macht im Markt</b>   |     |
| Wer Marktführung will, muß vom<br>Markt aus führen . . . . .         | 56  |
| Führung steht auf den Schultern<br>der Mitarbeiter . . . . .         | 69  |
| Sechs Erfolgsfaktoren für das<br>marktgeführte Unternehmen . . . . . | 80  |
| <b>III Die leise Revolution</b>                                      |     |
| Gemeinsam im neuen Boot . . . . .                                    | 90  |
| Der Kunde – Strategie mit Vorsprung . . . . .                        | 105 |
| Vom Erlebniskauf zum Ergebniskauf . . . . .                          | 117 |
| Das Produkt als Prozeß . . . . .                                     | 127 |
| Die Strategische Allianz mit dem Kunden . . . . .                    | 140 |
| <b>IV Erfolgspartnerschaft mit dem Kunden</b>                        |     |
| Bündnisse aus Verstand und Gefühl . . . . .                          | 152 |
| Kundentreue – ein Teamprodukt . . . . .                              | 162 |
| Markenpower managen . . . . .  | 179 |

|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| <b>V</b>    | <b>Kommunikationsmacht teilen</b>   |     |
|             | Strategisch kommunizieren . . . . .   | 192 |
|             | Komplexe Kommunikationsprozesse managen . . . . .                           | 200 |
|             | Kommunikation: Der Pulsschlag Ihrer Geschäfte . . . . .                     | 211 |
| <br>        |   |     |
| <b>VI</b>   | <b>Synergie durch Spielgenuß</b>  |     |
|             | Manager – das spielende Rudel . . . . .                                     | 222 |
|             | Das Spiel mit der Macht . . . . .   | 236 |
|             | Spieltraining für Dienstleister . . . . .                                   | 245 |
| <br>        |   |     |
| <b>VII</b>  | <b>Wie der Kopf das Herz verschleißt:</b>                                   |     |
|             | <b>Systeme unter Streß</b>  |     |
|             | Streß – ein getarnter Killer . . . . .                                      | 262 |
|             | Von der Macht zur Machtlosigkeit –<br>wie aus Tätern Opfer werden . . . . . | 270 |
|             | Die multifunktionale Panik managen . . . . .                                | 281 |
| <br>        |   |     |
| <b>VIII</b> | <b>Fitness-Strategien</b>   |     |
|             | Mentale Fitness im Sport . . . . .  | 292 |
|             | Sportliche Fitness: Erfolgsfaktor für<br>das Management . . . . .           | 299 |
|             | Trainingscamps für Wolkenschieber:<br>Psychoseminare . . . . .              | 306 |
| <br>        |   |     |
| <b>IX</b>   | <b>Management of Change</b>   |     |
|             | Lean is beautiful . . . . .   | 314 |
|             | Quantensprung in schlanke Systeme . . . . .                                 | 324 |
|             | Der Future Deal . . . . .   | 334 |

## **X Adding value**

|  |     |
|--|-----|
| Dienstleistung – das Produkt der Zukunft . . . . .                             | 348 |
| Auge in Auge mit dem Kunden –<br>das Einmaleins der Kundenbegegnung . . . . .  | 360 |
| Die Hohe Schule der Freundlichkeit . . . . .                                   | 367 |
| »Was kann ich für Sie tun?« –<br>Kultur des Interesses . . . . .               | 373 |
| Spielverderber: die Parasiten der Märkte . . . . .                             | 383 |
| Der Kunde als Beute – Defizite der<br>deutschen Dienstleistungskultur. . . . . | 390 |
| Lächeln Sie mal wieder! . . . . .  | 401 |

## **XI Wechselspiel zwischen Chaos und Ordnung**

|  |     |
|--|-----|
| Chaos – Aufbruch in eine neue Dimension. . . . .                                   | 410 |
| Teamkultur – Strategische Allianz<br>zwischen Intelligenz und Kreativität. . . . . | 423 |
| Spielplan für das Management . . . . .   | 434 |
| Literaturverzeichnis . . . . .   | 443 |
| Personen- und Sachregister . . . . .   | 453 |

Als Service haben wir die wesentlichen Gedanken des Buches für Sie zusammengefaßt. Diesen Schnell-

Lesedurchgang finden Sie in roter Farbe am Fuß jeder rechten Seite. Die linke Seite ist für Notizen gedacht.