

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
1 Einführung	11
1.1 Warum brauchen wir ein neues Führungsverständnis?	11
1.2 Die veränderte Perspektive auf Organisationen	13
1.3 Die Bedeutung lateraler Führung	17
1.3.1 Laterale Führung versus klassische Führung	20
1.3.2 Die Aufgaben lateraler Führungskräfte	22
1.4 Was bedeutet Commitment?	25
2 Der Strategie und seine Commitment-Spielplatte	29
2.1 Die Commitment-Spielplatte und ihre Achsen	29
2.1.1 Ein Begleiter durch alle Phasen in Ihrem lateralen Vorhaben	30
2.1.2 Ein Tool speziell für laterale Führungskräfte	31
2.1.3 Wie wird die Spielplatte zum Tool und was macht sie aus?	31
2.1.4 Die vier Strategiefragen	34
2.2 Strategiefrage 1: Worum geht es und wer ist relevant?	37
2.2.1 Die Erwartungsspirale und der DJ der Organisation	37
2.2.2 Der Zielkreis	43
2.2.3 Der Spieler-Check	52
2.2.4 Praxisbeispiel: Nutzenorientiert am Punkt sein	59
2.3 Strategiefrage 2: Sind die Mitspieler bereit, mitzukommen?	65
2.3.1 Commitment gewinnen durch Resonanz	65
2.3.2 Der Vertrauensscan	73
2.3.3 Der Sinnscan	80
2.3.4 Die inneren Ampeln der Commitment-Bereitschaft	86
2.3.5 Praxisbeispiel: Den Mitspieler abholen, von wo er steht ...	92
2.4 Strategiefrage 3: Wie groß ist die Autorität meiner Mitspieler?	100
2.4.1 Positionsmacht und Entscheidungsmacht	100
2.4.2 Macht versus Autorität auf Augenhöhe	105
2.4.3 Die sechs Kraftquellen der Autorität	110
2.4.4 Praxisbeispiel: Kraftquellen von Mitspielern bewusst einsetzen	116

2.5	Strategiefrage 4: Welche strategischen Optionen habe ich?	124
2.5.1	Erfolgsentscheidende Commitment-Strategien	124
2.5.2	Einfluss-Strategien maßschneidern	132
2.5.3	Praxisbeispiel: Brückenbauer um Hilfe bitten	139
2.6	Das Kapitel auf einen Blick/Übersicht	148
3	Der Kommunikator und die drei Commitment-Schritte	149
3.1	Die Commitment-Kommunikation	149
3.1.1	Yin-Gesprächstechniken	153
3.1.2	Yang-Gesprächstechniken	162
3.1.3	Yin-Yang-Taktik	171
3.2	Schritt 1: Vertrauen auf- und ausbauen	172
3.3	Schritt 2: Zweck und Interessen klären	181
3.3.1	Wozu aufzeigen	181
3.3.2	Wozu und Warum hinterfragen	182
3.3.3	Mit Storytelling überzeugen	186
3.4	Schritt 3: Optimaler Nutzen und minimale Eskalation	193
3.5	Widerstände erkennen und auflösen	199
3.6	Praxisbeispiel: Zeit und Energie sparen mittels Vorbereitung	210
3.7	Das Kapitel auf einen Blick/Übersicht	216
4	Literaturverzeichnis	219
	Abbildungsverzeichnis	223
	Stichwortverzeichnis	225
	Die Autoren	228