

Inhalt

Geleitwort	IX
1 Prolog	1
1.1 Der Hintergrund des Ganzen	1
1.1.1 Sein oder Nichtsein: Eine Frage der Karriere	2
1.1.2 Die Renaissance des Fachwissens.....	3
1.1.3 In die Tiefe und in die Breite	3
1.1.4 Es gibt ein Leben nach Hochschule oder Lehre	4
1.2 Eine kleine Gebrauchsanleitung für dieses Buch.....	5
1.2.1 Wer dieses Buch wie lesen sollte.....	5
1.2.2 Was Sie von diesem Buch erwarten dürfen und was nicht	8
1.2.3 Wer dieses Buch warum geschrieben hat.....	11
1.2.4 Wem Dank dafür gebührt	12
2 Vom Programmierer zum Lösungsanbieter	13
2.1 Von Wissensarbeitern in einer Servicewelt	14
2.1.1 Eine kleine kritische Zeitreise.....	14
2.1.2 IT'ler und der Ruf nach Multikompetenz	18
2.2 Im Anfang war das „T“	22
2.2.1 Der Homo Informaticus im Hier & Heute & Morgen.....	23
2.2.2 Von Generalisten, Spezialisten und den anderen	24
2.2.3 Der T-Shaped Professional	27
2.2.4 Wenn Unternehmen multikompetent qualifizieren	29
2.3 Die T-Shaping-Strategie	30
2.3.1 Das Ziel klar vor Augen – ganz prinzipiell	31
2.3.2 Die Mittel zum Ziel – längs und quer	34
2.3.3 Ein T, das immer passt.....	36
3 In die Breite (Teil 1): Denke und handle unternehmerisch!	37
3.1 Das modellierte Unternehmen	39
3.1.1 Modellieren für Anfänger	39

Inhalt

3.1.2	Systeme mit System	41
3.1.3	Wer mit wem wofür: Das System Unternehmen	43
3.2	Hand in Hand: Mensch, Organisation und Technik.....	46
3.2.1	Die Unternehmensstrategie: Ziele, Mittel und Indikatoren.....	48
3.2.2	Der Faktor Mensch: Lieferant, Mitarbeiter und Kunde	50
3.2.3	Unser aller Technik: Hardware, Software und Netze	54
3.3	Der Gestaltungsraum Organisation	55
3.3.1	„Stein auf Stein“ – Die Aufbauorganisation	56
3.3.2	Schritt für Schritt – Die Ablauforganisation	58
3.3.3	Werte konservieren – Das externalisierte Wissen.....	63
3.4	Aktiv auf den Punkt gebracht.....	64
4	In die Breite (Teil 2): Entdecke und präsentiere Dich selbst!	67
4.1	Wer bin ich, und wenn nein, warum?.....	68
4.1.1	Die Brille auf der Nase	68
4.1.2	So wertvoll wie nie: Werte	69
4.1.3	Antriebsmotoren der besonderen Art: Glaubenssätze.....	72
4.1.4	Eine SINN-volle Sache: Wahrnehmungsfilter	73
4.2	Wer wirkt, der bewirkt	75
4.2.1	Du bist, was Du denkst!.....	76
4.2.2	Die (Ohn)Macht des ersten Eindrucks.....	77
4.2.3	Maße mit Wirkung: 55-38-7	80
4.2.4	Charismatiker und Tarnkappenträger	81
4.3	Auf die Bühne, fertig, los!.....	84
4.3.1	Hacker goes Hollywood: Der Informatiker und sein Image	85
4.3.2	Einstellungssache und Authentizität	86
4.3.3	Des Tekkies neue Kleider	89
4.3.4	60 Sekunden für Ihre Show: Der Elevator Pitch.....	93
4.3.5	Exkurs: Stimme macht Stimmung	97
4.4	Menschenkenntnis für Anfänger und Fortgeschrittene.....	99
4.4.1	Reine Typensache	100
4.4.2	Typ 1: Das konsequente Alphatier.....	102
4.4.3	Typ 2: Der kreative Allesköninger	103
4.4.4	Typ 3: Der bodenständige Teamplayer	104
4.4.5	Typ 4: Der analytische Qualitätssicherer	105
4.4.6	Die Realität ist bunt	106
4.5	Aktiv auf den Punkt gebracht	110
5	In die Breite (Teil 3): Sei aufmerksam und kommuniziere!	113
5.1	Kommunizieren können vs. kommunizieren wollen	114
5.1.1	Ein Puzzle und seine Teile	115
5.1.2	Die Sache mit der Empathie	117
5.1.3	Anlässe gibt es viele	118
5.1.4	Und schon wieder: Die richtige Einstellung	120
5.2	Grundlegendes Handwerkszeug	122
5.2.1	Zuhören ... und zwar aktiv	123

5.2.2	Das konstruktive Feedback-Pingpong	125
5.2.3	Viermal gesagt und viermal gehört.....	127
5.2.4	Wie reden Sie denn mit mir!.....	132
5.3	Wer fragt, der weiß Bescheid	135
5.3.1	Eine Frage der richtigen Frage.....	135
5.3.2	Kundenanforderungen: Getilgt, verzerrt, und generalisiert	139
5.4	Der Körper lügt (fast) nie	144
5.4.1	Körpersprache mit allen Sinnen.....	145
5.4.2	Fest gemauert in der Erden: Die Haltung.....	146
5.4.3	Schau' mir in die Augen, Kleines: Die Mimik.....	148
5.4.4	Ganz schön beweglich: Die Gestik	150
5.4.5	Eine Frage der Distanz.....	151
5.5	Typgerechte Kommunikation	152
5.5.1	Souverän und punktgenau: Kommunizieren mit Typ 1	153
5.5.2	Persönlich und unkompliziert: Kommunizieren mit Typ 2	154
5.5.3	Empathisch und verlässlich: Kommunizieren mit Typ 3	155
5.5.4	Beherrscht und detailliert: Kommunizieren mit Typ 4.....	156
5.6	Aktiv auf den Punkt gebracht	157
6	In die Breite (Teil 4): Spiele im Team!	161
6.1	Wenn Mensch auf Mensch trifft	162
6.1.1	Dream Teams im Werden	163
6.1.2	Der Traum vom Dream Team	168
6.1.3	Teams 1.0 und 2.0.....	170
6.2	Die anderen, der Chef und ich.....	171
6.2.1	Von Teamrollen und -typen	172
6.2.2	Vom Umgang mit den Mitspielern	174
6.2.3	Die Mischung macht's oder: Ein Rudel braucht Führung.....	176
6.3	Die Lizenz zum Scheitern: Konflikte im Team	182
6.3.1	Konflikte sind alltäglich.....	182
6.3.2	Welchen Konflikt hätten S' denn gern?	185
6.3.3	Auch Konflikte entwickeln sich weiter.....	193
6.3.4	Blubb, blubb, weg war er: Das Konfliktgespräch	197
6.4	Aktiv auf den Punkt gebracht	200
7	In die Breite (Teil 5): Sei kunden- und serviceorientiert!	203
7.1	Wir sind Dienstleistung	204
7.1.1	Von Kundenwünschen und traurigen Realitäten.....	205
7.1.2	Was dem Kunden nutzt.....	206
7.1.3	Kunden- vs. Serviceorientierung?	209
7.1.4	Sie sind ein Verkäufer.....	217
7.2	Wertschöpfung basiert auf Wertschätzung	222
7.2.1	Erfolgsfaktor Branchenkenntnis	222
7.2.2	Die Sprache des Kunden sprechen.....	224
7.2.3	Mein Kunde, das unbekannte Wesen	225
7.3	Auf den Punkt gebracht	232

Inhalt

8	In die Breite (Teil 6): Agiere strategisch und vernetze Dich!	235
8.1	Von Netzwerkern und Netzwerken	236
8.1.1	Sie tun es längst.....	236
8.1.2	Nutzen kommt von nützen.....	238
8.1.3	Ja, wo laufen sie denn? Der Aufbau des Netzwerks	240
8.1.4	Kontakte wollen gepflegt sein	243
8.2	Kleines Gespräch mit großer Wirkung: Der Smalltalk.....	244
8.2.1	Der Einstieg – Eine Herausforderung für sich	245
8.2.2	Mit den richtigen Themen im Gespräch bleiben.....	250
8.2.3	Von Fettnapfumschiffungen und einem würdigen Ende.....	252
8.3	Ein wichtiger Exkurs: Online-Reputation und -Profil	254
8.3.1	Virtuelle Persönlichkeiten mit Stil.....	255
8.3.2	Ist der Ruf erst ruiniert: Die Online-Reputation	257
8.3.3	Profil zeigen am Beispiel von Xing	262
8.4	Aktiv auf den Punkt gebracht.....	269
9	Epilog: Bleiben Sie dran!	273
Anhang A: Bildnachweise.....		277
Anhang B: Bibliographie.....		279
Register		283