

# Inhalt

## **1. Die alte Welt**

- 1.1 Der Ausbruchsversuch **7**
- 1.2 Der Absturz **15**

## **2. Begegnung mit dem Mentor**

- 2.1 Der Unternehmercoach **23**
- 2.2 Die Herausarbeitung des Grundmotivs/ Antreibers **26**

## **3. Die neue Sicht auf Strategie**

- 3.1 Wer entwickelt die Strategie? **42**
- 3.2 Der einzige Zweck eines jeden Unternehmens **51**
- 3.3 Die vier Prinzipien der Strategie **55**
- 3.4 Unternehmertypen und die Motive des Unternehmers **62**
- 3.5 Das Handlungsmodell **71**
- 3.6 Die strategische Idee und die Verwirklichung **85**
- 3.7 Neurostrategie® **98**

## **4. Zugehörigkeit und Lieblingszielgruppe**

- 4.1 Zugehörigkeit **103**
- 4.2 Hausaufgaben und Commitment **118**

## **5. Entwicklung der strategischen Idee**

- 5.1 Suche und Zusitzung **127**
- 5.2 Warum die Beschäftigung mit Stärken schadet **135**
- 5.3 Zielgruppe **152**

5.4	Der Zirkel	<b>168</b>
5.5	Die Aufmerksamkeit der Zielgruppe	<b>173</b>
5.6	Innovation	<b>199</b>
5.7	Die Vision	<b>212</b>
5.8	Positionierung	<b>232</b>
5.9	Abschluss	<b>249</b>
<b>6. Die Hölle</b>		
6.1	Das wirkliche Leben	<b>255</b>
6.2	Strategische Muster	<b>274</b>
6.3	Die Illusion der Sicherheit durch Pläne	<b>282</b>
6.4	Das Risiko vieler Zielgruppen	<b>294</b>
6.5	Liebe	<b>304</b>
6.6	Angst	<b>322</b>
6.7	Die Mitarbeiter	<b>339</b>
<b>7. Das Paradies</b> <b>344</b>		
Warum? <b>352</b>		
Literaturhinweise <b>356</b>		
Sach- und Personenregister <b>366</b>		