

Inhaltsverzeichnis

Band 1: Grundlagen

Überblick	15
Einleitung	19
I. Einführung in das dreidimensionale Führen.....	29
1. Mensch hoch drei:	
<i>Erweitern Sie ihr Menschenbild!</i>	<i>31</i>
1.1 Stellen Sie alte Fragen neu und benützen Sie die zugehörigen Denkprinzipien!	32
1.1.1 Zuerst die Sache, dann die Person - eine falsche Organisationsregel!	32
1.1.2 Warum verstecken wir Gefühle und Intuitionen?	34
1.1.3 Die Person und das Persönliche zuerst! ..	37
1.1.4 Hinter dem Wer, Was und Warum verstecken sich drei Denkprinzipien.	39
1.1.5 Wir sehen die Welt durch drei Brillen	41
1.1.6 Die drei Organe: Kopf, Herz und «Bauch»	45
1.2 Eine alte Wahrheit: Der Mensch ist dreigeteilt und doch eine Einheit	50
1.2.1 Die Wurzeln des dreifachen Menschen in der Mythologie	50
1.2.2 Zweite und dritte Dimension in den Wissenschaften	51
1.2.3 Die drei Dimensionen in der Psychologie	53
1.2.4 Leben Sie alle drei Seiten Ihrer Persönlichkeit?	55
1.3 Fördern Sie die unterentwickelten Herz-Bauch-Funktionen!	61
1.3.1 Achtung vor falschen Entschuldigungen!	62
1.3.2 Die sieben Wegweiser	61

2.	Unternehmen hoch drei: <i>Schöpfen Sie aus ungenutzten Informationsquellen!</i>	69
2.1	Erleben Sie das Unternehmen dreidimensional!.....	70
2.1.1	Auch das Unternehmen besitzt eine Seele und einen Geist.....	70
2.1.2	Nehmen Sie den Grundsatz der Komplexität beim Wort!.....	75
2.1.3	Prüfen Sie Ihr Selbstverständnis als Führungskraft!.....	79
2.2	Führen Sie dreidimensional!.....	83
2.2.1	Die fünf Grundaufgaben der Führung.....	86
2.2.2	Die Zweidimensionalität der fünf Grundaufgaben.....	90
2.2.3	Die fünf Grundaufgaben in der zweiten Dimension.....	97
2.2.4	Die dritte Dimension der fünf Grundaufgaben.....	101
2.3	Entwickeln Sie die vernachlässigte Kultur-Funktion!.....	105
2.3.1	Erforschen Sie die Unternehmenskultur!	105
2.3.2	Erleben Sie bewusst die Unternehmens- kultur!.....	108
2.3.3	Die sechs Wegweiser zur Pflege des Kulturbewusstseins.....	109
2.3.4	Risiko und Gewinn der Kulturpflege. . . .	112
3.	Die zweite Dimension: <i>Schluss mit den emotionalen Bremsen und den einengenden Mustern!</i>	115
3.1	Entdecken Sie Ihre persönliche Kultur in den Wertebriillen, in den Grundhaltungen und den Verhaltensmustern!.....	116
3.1.1	Jeder lebt seine eigene Welt.....	119
3.1.2	Jede Aussage gibt Auskunft über das Denkmodell.....	120

3.1.3	Jedes Tun trägt die Etikette einer gelernten Rolle	124
3.1.4	Jedes Tun lässt Muster erkennen	130
3.1.5	Instrumente zur Erforschung der Wertelandschaft im Führungsalltag	135
3.2	Zehn Wege zur Eroberung der zweiten Dimension	142
3.2.1	Intensiv wahrnehmen	143
3.2.2	Gefühle äussern	145
3.2.3	Inneres ausdrücken	146
3.2.4	Festgelegtheiten lockern	147
3.2.5	Tagträumen	148
3.2.6	Ungewohntes vernetzen	148
3.2.7	Rückmeldung einholen	150
3.2.8	Gefühle wirken lassen	152
3.2.9	Gefühle umpolen	152
3.2.10	Im Hier und Jetzt lernen	154
3.3	Drei ausgewählte Vehikel für die Entdeckungsreise	155
3.3.1	Hören Sie, was andere über Sie sagen!...	155
3.3.2	Lesen Sie in Ihren Drehbüchern!	160
3.3.3	Benutzen Sie künstlerische Ausdrucksmedien!	165
4.	Die dritte Dimension: <i>Öffnen Sie sich für die verborgenen Kräfte!</i>.....	168
4.1	Das Geheimnis der dritten Dimension	169
4.1.1	Legen Sie den Pfad für die dritte Dimension frei!	172
4.1.2	Schaffen Sie Freiraum für die Selbstentwicklung!	176
4.1.2.1	Freiraum für das Ich	177
4.1.2.2	Freiraum für das Team	179
4.1.2.3	Entwicklungsraum für die Organisation	181
4.2	Die Vorbereitung für die dritte Dimension: Benützen Sie den Körper als Resonanzboden!	184

4.2.1	Das Denken abstellen.....	185
4.2.2	Körper wahrnehmen.....	188
4.2.3	Auf die Mitte konzentrieren.....	190
4.3	Visionen und Intuitionen offenbaren sich aus der inneren Mitte.....	192
4.3.1	Die Vorarbeit für den Abruf von Visionen.....	193
4.3.2	Die unmittelbare Vorbereitung der Visions-Sitzung.....	195
4.3.3	Der schöpferische Akt.....	197
4.3.4	Am Schluss: Das Gewonnene ausbrüten.....	200
5.	Führen hoch drei: <i>Value-Action-Leadership!</i>.....	203
5.1	Aus der Zusammenschau der drei Dimensionen entsteht der Schöpfungsprozess .	204
5.1.1	Verwandeln Sie Gedanken in Werte und Werte in Taten!.....	206
5.1.2	Managen Sie wie ein Künstler!.....	208
5.1.3	Nutzen Sie die spezifischen Methoden der einzelnen Ebenen!.....	211
5.2	Vom Wertechaos zum Wertekonsens und von der Teamentscheidung zur Tat: Das ist Value-Action-Leadership!.....	214
5.2.1	Bringen Sie den Hexenkessel der Werte zum Sieden!.....	216
5.2.2	Ruhen Sie nicht, bis die Werte gar sind! .	219
5.2.3	Urteilen Sie erst, nachdem Sie gekostet und verdaut haben!.....	224
5.3	Das Team ist der Träger der Value- Action-Leadership.....	227
5.3.1	Vom Ich über das Du zum Wir: Zuerst die Individualstufe!.....	228
5.3.2	Das Fünf-I-Programm zur Teambildung.	232
5.3.3	Die Vier-V-Haltung zur Bewältigung des Chaos im Hexenkessel.....	236
	Stichwortverzeichnis zu Band 1.....	238

Band 2: Anwendung

Inhaltsverzeichnis.....	5
Überblick	15

II. Praxis des dreidimensionalen FÜhrens. 19

1. Führungsaufgabe Organisation: <i>Menschen und Aufgaben gleichstellen und sich gegenseitig finden lassen.</i>.....	21
1.1 Lassen Sie das Umfeld mitwirken bei der Anpassung von Mensch und Aufgabe!.....	24
1.1.1 Die Bereinigung der Ausgangslage ist Sache des Teams!.....	27
1.1.2 Verbinden Sie die rationale mit der emotionalen Lösungssuche!.....	30
1.1.3 Finden Sie Struktur, Stellenbesetzung und Stellenziel interaktiv!.....	33
1.1.4 Konfrontieren Sie das Selbst- und Fremdverständnis!.....	37
1.1.5 Holen Sie sich Hinterkopf-Informationen mit einem breiten Fragefächer!.....	39
1.2 Die Fragen-Kataloge zur zweiten Dimension der Organisationsstruktur.....	41
1.2.1 Die persönliche Mission.....	41
1.2.2 Das persönliche kleine Genie.....	46
1.2.3 Das persönliche Hobby im Beruf.....	48
1.3 Erforschen Sie Mission, Genie und Hobby mit neuen Methoden!.....	50
1.3.1 Die Geschichten.....	50
1.3.2 Die Panoramas.....	52
1.3.3 Die Soziogramme.....	54
1.3.4 Das Environment.....	56
1.3.5 Das Life-Theater.....	57

2.	Führungsaufgabe Zielsetzung: <i>Hintergründe bearbeiten und mit emotionaler Aufladung Durchbrüche schaffen.</i>	59
2.1	Ziele vereinbaren heisst Werte-Landkarten konsultieren	61
2.1.1	Die Auflösung der Hypotheken aus dem autoritären Zeitalter	63
2.1.2	Zielableitung aus der Hinterbühne	67
2.1.3	Vieles hängt am verdichteten Durchbruchziel	71
2.1.4	Das Durchbruchziel muss übersetzt werden	75
2.2	Zielidentifikation — das Herzstück des dreidimensionalen MBO	82
2.2.1	Den Weg imaginieren	83
2.2.2	Eine positive Beziehung zum Ziel aufbauen	84
2.2.3	Ziele kreativ bearbeiten	86
2.2.4	Vorsatzbildung	87
2.2.5	Ergebnis visualisieren	89
2.2.6	Ziele entschärfen	90
2.2.7	Ziele gefühlsmässig umpolen	92
2.3	Keine Flucht vor Zielkonflikten!	92
2.3.1	Fehlhaltungen bei Zielkonfliktlösungen .	95
2.3.2	Drei ausgewählte Methode in dreidimensionaler Konfliktlösung	97
3.	Führungsaufgabe Problemlösung: <i>Verstecktes Wissen einsetzen durch brutale Offenheit und diszipliniertes Chaos.</i>	103
3.1	Schaffen Sie die Voraussetzungen für die dreidimensionale Kommunikation	105
3.1.1	Die Fesseln des eindimensionalen Problemlösungs- und Projektmanagements	105
3.1.2	Pflegen Sie das «Zwischen»!	109

3.1.3	Setzen Sie einen Methodologen und Beziehungspfleger ein!.....	112
3.1.4	Lassen Sie Tiefe zu!.....	114
3.1.5	Differenzieren Sie die Kommunikationsformen!.....	116
3.1.5.1	Traktandenzentrierte Interaktion.....	118
3.1.5.2	Problemzentrierte Interaktion.....	118
3.1.5.3	Methodenzentrierte Interaktion.....	119
3.1.5.4	Soziozentrierte Interaktion.....	121
3.1.5.5	Energiezentrierte Interaktion.....	122
3.2	Erweitern Sie die Ablauf-Phasen des Projektmanagements zu psychologischen Entwicklungs-Phasen!.....	123
3.2.1	Ablösung-Neukalibrierung-Implementierung, die drei psychologischen Phasen des Projektmanagements.....	124
3.2.2	Hilfen für die dreidimensionale Nutzung der Phasen.....	127
3.3	Verbinden Sie Phasen, Stufen und Dimensionen zu einem ganzheitlichen Vorgehen: Angewandte Value-Action-Leadership!.....	131
3.3.1	Der Überblick.....	132
3.3.2	Der Leitfaden.....	133
3.3.2.1	Ablösungsphase.....	134
3.3.2.2	Neukalibrierungsphase.....	135
3.3.2.3	Implementierungsphase.....	136
4.	Führungsaufgabe Unternehmens-Strategie: <i>Machen Sie aus Plänen gelebte Realitäten!</i>	139
4.1	Nehmen Sie das «lebendige Leben» der Strategie ernst!.....	142
4.1.1	Keine Papierstrategien!.....	142
4.1.2	Die starke Kultur als Grundlage der Strategiebildung.....	143
4.1.3	Entwickeln Sie das Bewusstsein für die Hinterbühne!.....	146
4.1.4	Vermeiden Sie die Sackgassen der Strategiebildung!.....	150

4.2	Erforschen Sie die Unternehmenskultur wie ein Volkskundler einen Eingeborenenstamm!.	154
4.2.1	Die Medien des Kulturlebens.....	155
4.2.2	Die Inhalte des Kulturlebens.....	157
4.3	Binden Sie Strategiebildung und Kultur-entwicklung zu einem Vorgehen zusammen!...	162
4.3.1	Der Kulturboden ist für die Strategie vorzubereiten.....	162
4.3.2	Gestalten Sie die Strategie-Entwicklung so einfach wie möglich!.....	165
4.3.3	Der Kulturwandel beginnt bei Ihnen selbst.....	167
5.	Führungsaufgabe Innovation: <i>Krisen nutzen mit dem Kontext- Kultur-Kräfte-Ansatz</i>.....	171
5.1	Keine Spezialisten für die Innovation! Jedoch Zündschnüre legen!.....	175
5.1.1	Innovationen an der Krise entzünden lassen!.....	176
5.1.2	Führen Sie aus der Krise in die Kongruenz!.....	179
5.1.3	Benützen Sie dazu den neuen Weg der drei K!.....	182
5.1.4	Von der 3-K-Krisenbearbeitung zum 3-K-Führungsstil.....	187
5.2	Wappnen Sie sich mit Geduld für den hürdenreichsten Prozess im Management!.....	189
5.2.1	Die Stufen des psychosozialen Entwicklungsprozesses von Innovationen.....	190
5.2.2	Lassen Sie sich nicht von versteckten Widerständen erwischen!.....	195
5.2.3	Überwinden Sie Polarisierungen durch die dritte Dimension!.....	199
5.3	Kreativität ist die höchste Entwicklungsstufe im Unternehmen.....	204

Z P^{UB}a^{nz} SI

....Suniqnj ua^uoisusuiippip jop SIX^JJ 9TQ •£
.....drqsiapeaq-uorpv-aniEA^{SB}a '2
....uauoisuauiiipsSuniqnj pun -5[U3Q pjp STQ • x

6IZ.....

uinz «uoj^ey eiuesia» B\Q^am

..... isassiu puBjsiaA-sjB;iArre9i}[pun
-SUOIBAOUII sajqi puβjs uap 3is uajnij z'£'9

sap spiu iBJÄdsiujjnpsa QIQ \£'