

Sylvia Löhken

Intros und Extros

**Wie sie miteinander umgehen und
voneinander profitieren**

PIPER

München Berlin Zürich

Inhaltsverzeichnis

Vorworte

- von Anne M. Schüller 9
von Hans-Uwe L. Köhler 11

Einleitung 13

- Persönlichkeit. Woher sie kommt. Was sie prägt.
Was Verschiedenheit bedeutet 17

TEIL1

INTROS – EXTROS – ZENTROS

1. Introversion und Extroversion: Fakten und Mythen 27
 Intros und Extros: die biologischen Unterschiede 30
 Andere Stärken – andere Hürden 41
 Mythos 1: Extros sind sozial zugänglicher als Intros 83
 Mythos 2: Intros können sich weniger gut durchsetzen
 als Extros 84
 Mythos 3: Intros und Extros passen einfach nicht zueinander
 Mythos 4: Extro oder Intro sind wir je nach Situation 86
 Das Wichtigste in Kurzform 90
Exkurs: Ein Kapitel nur für Zentros (endlich!) 91
2. Vom Ich zum Wir: Wie uns die Gemeinschaft prägt 98
 Auch für Intros: die Horde als Prinzip 99
 Als Intro und Extro heranreifen 102

Gemeinschaft 2.0: soziale Medien aus Intro- und Extro-Perspektive	111
Intros und Extros: gemeinsam anders	117
Das Wichtigste in Kurzform	139
3. Leben mit Sinn: In fremden Revieren »artgerecht« leben	140
Sinn: die Entscheidung für das Wesentliche	141
Die eigene Nische – jenseits der Komfortzone	144
Als Extro in »Intro-Revieren«	150
Als Intro in »Extro-Revieren«	159
Das Wichtigste in Kurzform	170
TEIL 2	
I	
INTRO-EXTRO-UNTERSCHIEDE IN DER PRAXIS	
4. Gleiches erreichen – auf eigene Weise!	173
Ziel 1: Bewegung	176
Ziel 2: Lernen	187
Das Wichtigste in Kurzform	202
5. Führen	203
Der Intro-Manager und die Extro-Geschäftsführerin	206
Die 4 großen Kommunikationsaufgaben einer Führungskraft	211
Aufgabe 1: Mit Diversität umgehen	213
Aufgabe 2: Digital kommunizieren	219
Aufgabe 3: Die Besten motivieren – und die anderen auch	224
Aufgabe 4: Sicherheit bieten	232
Das Wichtigste in Kurzform	241
6. Verkaufen	242
Verkaufen braucht Persönlichkeit	243
Extro-Verkäufer: offensive Begeisterer	250
Intro-Verkäufer: zaghafte Zuhörer	252
Zentro-Verkäufer: unauffällige Stars	254

Intro- und Extro-Kunden: Was die Unterschiede im Verkauf
bedeuten 256

Das Wichtigste in Kurzform 263

7. Begegnungen unter Stress: Statuskommunikation 264

Statuskommunikation:- die Mittel der Macht 265

Unter Stress authentisch 271

Intro-Status – Extro-Status 275

Die 5 Statusbereiche 283

Wenn Intros und Extros aufeinanderprallen ... 313

Das Wichtigste in Kurzform 318

8. Gemeinsam besonders! 319

Der Test: Sind Sie intro- oder extrovertiert? 324

Anmerkungen 327

Anhang

Literatur 341

Online-Ressourcen 349

Stichwortverzeichnis 350

Danke! 356

Die Autorin 358