

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/Antriebers **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 Zuspitzung **127**
- 5.2 Warum die Beschäftigung mit Stärken schadet **135**
- 5.3 Zielgruppe **152**

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