



Benjamin Schulz, Brunello Gianella

Wenn Turnschuhe nichts bringen

Der CEO-Code für starke Führungskräfte

192 Seiten, Hardcover

20,00 € (D), 20,50 € (A)

ISBN: 978-3-96251-058-9

ET: März 2019

Dienstag, 2. April 2019

Sneakers machen Chefs auch nicht ehrlicher

Topmanager geben sich immer legerer, lassen Krawatten weg und tragen Sneakers. Sie wollen dabei authentischer und nahbarer verstanden werden. Doch nimmt man ihnen den Kumpel auch ab? Was, wenn Turnschuhe nichts bringen, um Menschen in Bewegung zu setzen und als Führungskraft erfolgreich zu sein?

Die beiden Autoren zeigen, worauf es bei authentischen Führungspersonen ankommt. Dazu identifizieren sie u. a. mit Hilfe der Motivationsanalyse des amerikanischen Psychologie-Professors Steven Reiss grundlegende Lebensmotive und die damit verbundenen Werte. Erst, wenn man mit diesen im Reinen ist, kann man beruflich wie privat erfolgreich vorangehen. Erst, wenn man um seine Identität als Mensch weiß, erkennt man auch seine DNA als Unternehmer. Mit diesem Buch lernt der Leser seinen persönlichen „Markenkern“ kennen und erfährt, ob auch er den CEO-Code in sich trägt!

Für Unternehmer und Führungskräfte, vom Teamleiter bis zum Topmanager.

Die Autoren:

Benjamin Schulz ist Sparringspartner und Troubleshooter in strategischen Fragen für einflussreiche Persönlichkeiten, Topmanagement, Inhaber und Companies. Als Geschäftsführer von Ben Schulz & Consultants GmbH sowie der Medienagentur werdewelt GmbH begleitet er seit vielen Jahren Firmen, Institute und Executives im deutschsprachigen Raum zu den Themen Strategie, Positionierung, Identität und Marke.

Brunello Gianella ist Change Agent und Sparringspartner für mittelständische Unternehmen und Führungskräfte in Konzernen. Er begleitet seit 40 Jahren Veränderungsprozesse. Als Senior Partner bei Reiss Motivation Profile® germany, swiss und italy unterstützt er Unternehmen und deren Führungskräfte in Change Management-Prozessen.

Frankfurter Allgemeine Buch publiziert Wissen für Fach- und Führungskräfte mit den Schwerpunkten Management, Job & Karriere, Finanzen und Kommunikation. Weitere spannende und informative Titel finden Sie unter www.fazbuch.de. Mehr Wissen mit Frankfurter Allgemeine Buch!

Kontakt: Bianca Labitzke, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankenallee 71–81, 60327 Frankfurt am Main
Telefon (069) 7501-4450 • Telefax (069) 7501-4460 • E-Mail bianca.labitzke@fazbuch.de

Benjamin Schulz, Brunello Gianella

Wenn Turnschuhe nichts bringen

Der CEO-Code für starke Führungskräfte

Frankfurter Allgemeine Buch

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Frankfurter Allgemeine Buch

Copyright: FAZIT Communication GmbH
Frankfurter Allgemeine Buch, Frankenallee 71–81,
60327 Frankfurt am Main

Umschlag: © werdewelt GmbH
Covermotiv: Shutterstock | © sasha2109
Satz: Nina Hegemann
Druck: CPI books GmbH, Leck
Printed in Germany

1. Auflage, Frankfurt am Main 2019
ISBN 978-3-96251-058-9

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, vorbehalten.

Inhalt

Walter Kohl

Sneakers machen Chefs auch nicht ehrlicher 9

1. Der blaue Anzug 13

Sein vor Schein 14

„Erkenne dich selbst“ 17

Die Lebensmotive 19

Das Aha-Erlebnis 21

Die Forschungsergebnisse sind revolutionär 22

Einfach, aber genial. 24

Wie ein Fisch im Wasser 25

Fremd- und Selbstbild 26

2. Es lebe der Standard! Es lebe der Standard? 29

Das Elend in den Personalabteilungen 31

Persönlichkeit als Störfaktor. 34

Orientierung ist gefragt 36

Geld ist nicht alles 37

Russisch Roulette auf Vorstandsebene 37

Der Heiland kommt 39

Die Fassade aufrechterhalten 40

Der Nachlass: ein Trümmerfeld 41

Mehdorn und die Deutsche Bahn 41

Die Kraft der Persönlichkeit 44

3. Falsche Leitbilder ruinieren Ihr Image 47

Unternehmensidentität dem Zufall überlassen? 48

Gelesen, gelacht, gelocht 49

Leitbilder brauchen Motive 50

Starbucks zeigt, wie es nicht geht 51

Der Kunde und der dritte Raum 53

Fair geht anders	55
Ehrlichkeit zahlt sich aus	56
Avatar verbindet Mensch und Leitbild	57
Der leere Stuhl	60
Drum prüfe, wer sich ewig bindet	61
Auch Unternehmen haben gute oder schlechte Beziehungen	63
Der Wertekompass muss echt sein	64
4. Unternehmen in der Rehaklinik	67
Die Lebensenergie muss frei fließen	69
Genuss und Gesundheit gehören zusammen	69
Die Entdeckung der Motive	71
Von der Funktion zur Person	74
Du musst funktionieren	76
Konflikte entstehen, weil wir den anderen nicht verstehen . . .	77
Freude am Arbeitsplatz? Fehlanzeige!	81
Die Rehaklinik als Wendepunkt	82
Die Unternehmen müssen den Kurs ändern	83
Passgenauigkeit ist das Thema	84
Teambuilding und andere Kuriositäten	85
Auf Tuchfühlung im Dschungelcamp	89
Wer zueinander passt, ist kein Geheimnis mehr	91
Wer Hilfe holt, muss ehrlich sein	92
Blinde Flecke erkennen	92
Ein großes Ego steht der Lösung manchmal im Weg	93
5. Der Berater: Vom Klonkrieger zum weisen Gandalf	97
Liebgewordene Denkgewohnheiten hinterfragen	98
Denken erfolgt im Dialog	99
Falsche Denkgewohnheiten durch bessere ersetzen	100
Sokrates orientierte sich an seinen Werten	101
08/15-Berater sind out	102

Zu oft geklont	104
Mittendrin	104
Vertrauen ist wichtig	105
Ein Berater wie Gandalf	106
Neuen Zeiten brauchen neue Antworten	108
Unternehmer sind extrem gefordert	109
Gezielte Unterstützung bei Personalproblemen	110
Die Punktlandung	111
Das Militär und die Ehre	112
Motivationsprofile helfen	112
Keine Monokultur	113
Den Exodus der Gen Y stoppen	114
6. Kommunismus in den Führungsetagen	115
Neue Fehlerkultur	117
Menschen aus Fleisch und Blut	119
Fehler als Grundlage für geniale Geschäftsideen	120
Leader trifft auf Digital Natives	123
Verantwortung braucht ein Gesicht	124
7. Der geheime CEO-Code	127
Die zwei Seiten der Medaille	128
Mensch trifft auf Situation	129
Der Mensch als Konstante	130
Ist das mein Spielfeld?	132
Persönliche Grenzen ernst nehmen	135
Ein Kulturwandel muss her	137
Business as usual	139
Die Digitalisierung sprengt Ordnungen	140
Horizontale Strukturen werden sich verstärken	144
Emotionen sind keine Krankheit	147
Gefühle sind wichtig	148
Die Glaubenssätze	151
Die Löschtaste drücken	151

Das implizite Wissen	153
Emotionen machen Wissen abrufbar	154
Implizites Wissen aus den Tiefen heben	155
Die Warum-Frage	158
Mit dem richtigen ‚Warum‘ andere Menschen begeistern ..	160
8. Hat Ihr Unternehmen eine Identität?	163
Symbole sind wichtig	164
Identität in der digitalen Welt	166
Wenn die Werte nur auf dem Papier stehen	167
Werte müssen erlebt werden	168
Lebensmotive und Kultur prägen die Werte	169
Das Warum des Unternehmens	170
Das implizite Unternehmenswissen	173
Danksagung	176
Anhang	177
Anmerkungen	182
Die Autoren	191