

# Inhaltsverzeichnis

1. Giftschrank.....	9
1.1. Von der Kunst, Langeweile zu erzeugen.....	9
1.2. Manipulieren mit System.....	12
1.3. Wie Sie immer das letzte Wort behalten.....	15
1.4. Organisation schafft Langeweile.....	19
2. Meeting, Konferenz, Workshop oder Stammtisch.....	23
2.1. Muß der Chef alles wissen und alles können?.....	23
2.2. So laßt uns denn zusammensitzen.....	27
2.3. Es geht nicht nur um die Sache.....	30
2.4. Was ist eigentlich ein Workshop?.....	34
2.5. Und Spaß macht es auch.....	39
3. Manche können nicht, und andere wollen nicht.....	44
3.1. Es fängt damit an, daß wir zu spät anfangen.....	44
3.2. Woran scheitern Workshops?.....	46
3.3. Wer macht heute Protokoll?.....	50
3.4. Von Redefischen und Redelöwen.....	53
3.5. Von der Kunst, auf der Stelle zu treten.....	57
3.6. Und noch einmal ganz von vorn.....	60
3.7. Muß ich das verstehen?.....	62
3.8. Disziplin und Wortmeldung.....	65
4. Mittel und Methoden.....	67
4.1. Quantität statt Qualität.....	67
4.2. Damit die Schweiger auch zu Wort kommen.....	68
4.3. Mind-Mapping – Was ist das?.....	77
4.4. Kommentieren Sie den Kommentar zum Kommentar.....	84
4.5. Sechs Profis mit drei Ideen.....	85
4.6. Rollenspiele.....	87
4.7. Elektrisch und modern.....	91
4.8. Und wie fühlen wir uns heute?.....	92
5. Was macht eigentlich der Moderator?.....	93
5.1. „Machen Sie heute mal die Moderation.“.....	93
5.2. Gut geplant ist halb getan.....	96
5.3. Die Zügel in der Hand behalten.....	100
5.4. Damit es sich gelohnt hat.....	105

5.5. Was macht der Moderator wenn...?	111
5.6. Spielregeln für Workshops und Konferenzen.....	115
5.7. Mit Logik und Gefühl.....	117
5.8. Aus Erfahrung klug.....	122
6. Ziele, Probleme und Chancen .....	124
6.1. Zielfindung für ein Projekt .....	124
6.2. Planungs-Workshop.....	133
6.3. Entscheidungsfindung.....	137
6.4. Problemfindungs-Workshop.....	143
6.5. Problemlösungs-Workshop.....	145
6.6. Diagnose und Ursachenanalyse.....	152
6.7. Workshop zur Risikoanalyse .....	156
6.8. Krisenmanagement .....	159
6.9. Gesprächsvorbereitung .....	162
6.10. Workshop zur Strategieentwicklung .....	168
6.11. Verkaufs-Workshop.....	172
6.12. Qualitätszirkel .....	174
7. Von der Theorie zur Praxis.....	181
7.1. Der „Tempel des Erfolgs“ .....	181
7.2. Trainieren Sie Ihr Team. ....	183
7.3. Sie müssen nicht perfekt sein.....	189
8. Vom Hören und Sehen.....	197
8.1. Was ich sage, und was der andere hört.....	197
8.2. Wahrnehmen, Verstehen und sich Merken .....	200
8.3. Vom Zuhören und Mitmachen.....	203
9. Praxisbeispiele.....	207
9.1. Zielfindung: Qualifizierungsprogramm .....	207
9.2. Marketingkampagne für ein neues Produkt.....	213
9.3. Der Kunde ist König .....	218
9.4. Workshop zum Projektanschub.....	225
9.5. Verbesserung des Betriebsklimas .....	230
9.6. DV-Projekte als Punktlandungen .....	234
9.7. Workshops zur Datenbankauswahl.....	239
9.8. Ist das Projekt gesund?.....	247
Zum Weiterlesen.....	251