

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. EINLEITUNG</b>	<b>4</b>
<b>2. PARTNERSCHAFTEN IN HÖCHSTFORM</b>	<b>5</b>
2.1. WAS IST EINE PARTNERSCHAFT? UND WAS NICHT?	5
2.2. DAS MODELL FÜR PARTNERSCHAFTEN IN HÖCHSTFORM	9
<b>3. EINTRITT/AUSTRITT EINES PARTNERS</b>	<b>10</b>
3.1. WER WIRD PARTNER?	10
3.2. DEN EINTRITT/AUSTRITT PERFEKT GESTALTEN	12
<b>4. GEMEINSAME WERTE DER PARTNER</b>	<b>14</b>
4.1. EXPEDITION WERTEFINDUNG	14
4.2. WAS TUN BEI WERTEDIFFERENZEN?	16
<b>5. GEMEINSAME ZIELE FINDEN</b>	<b>17</b>
5.1. BESCHÄFTIGUNG MIT ZIELEN	17
5.2. 10 GEDANKEN ZUR ZIELFINDUNG	18
<b>6. STRUKTUR DER PARTNERSCHAFT</b>	<b>19</b>
6.1. PARTNER-STRUKTUR VERSUS CORPORATE-STRUKTUR	19
6.2. MANAGING PARTNER / MANAGEMENT-BOARD	21
<b>7. BEZIEHUNG &amp; KOMMUNIKATION</b>	<b>22</b>
7.1. BEZIEHUNGEN AKTIV GESTALTEN	22
7.2. KOMMUNIKATION – FORMELL UND INFORMELL	24
<b>8. KLARE AUFGABENVERTEILUNG</b>	<b>25</b>
8.1. AUFGABEN UND KOMPETENZKONFLIKTE	25
8.2. STÄRKEN STÄRKEN	27
<b>9. ERWARTUNGEN KLÄREN</b>	<b>28</b>
9.1. SICH MESSEN LASSEN WOLLEN?	28
9.2. DER ERWARTUNGS-CHECK	29

<b>10. ZIELE REALISIEREN</b>	<b>30</b>
<b>10.1. BEREIT FÜR DIE DIÄT?</b>	<b>30</b>
<b>10.2. 10 GEDANKEN ZUR ZIELERREICHUNG</b>	<b>31</b>
<b>11. FAIRE GEWINNVERTEILUNG</b>	<b>32</b>
<b>11.1. EINEN GRÖßEREN KUCHEN BACKEN? ODER DIE STÜCKE GERECHTER VERTEILEN?</b>	<b>32</b>
<b>11.2. PARTNER PERFORMANCE</b>	<b>34</b>
<b>12. PARTNER-COACHING &amp; PARTNER-STRETCHING</b>	<b>35</b>
<b>12.1. FEEDBACK GEBEN – FEEDBACK NEHMEN</b>	<b>35</b>
<b>12.2. WIE STRETCHEN?</b>	<b>37</b>
<b>13. RESÜMEE UND AUSBLICK</b>	<b>38</b>
<b>14. ANHANG</b>	<b>39</b>
<b>14.1. ZUM NACHLESEN</b>	<b>39</b>
<b>14.2. MUSTER/VORLAGEN/CHECKLISTEN</b>	<b>54</b>