

Inhalt

Vorwort: Warum wir Mitdenker brauchen	7
1. »Ich bin der Nabel der Welt!«	15
Egoist oder Egozentriker?	20
Das egozentrische Weltbild	27
Was wollen unsere lästigen Mitmenschen?	32
2. Ursachen des Nicht-Mitdenkens	39
Wir imitieren Vorbilder	40
Wir sind Konformisten	46
Wir halten unsere Wahrnehmung für den Normalzustand	52
Wir denken in Normen statt in Möglichkeiten	61
Wir denken in Schemata statt in Phänomenen	72
Wir denken in Regeln statt in Sinn	80
Wir denken in Routinen statt in Resultaten	86
3. Mitdenken ist gut fürs Geschäft	93
Was eine gute Usability auszeichnet	99
Was wollen Nutzer und Verbraucher?	111
Was wollen Kunden von Dienstleistungen?	117
Was wollen Gäste und Besucher?	123
Was wollen Kolleginnen und Kollegen?	129

Was wollen externe Partner?	143
Der Perspektivenwechsel in der Unternehmenskommunikation	148
4. Zehn Augen, auf denen wir sehen sollten	161
Das intuitive Auge	164
Das pragmatische Auge	172
Das ökonomische Auge	177
Das juristische Auge	187
Das korrekt-präzise Auge	194
Das wissenschaftliche Auge	202
Das technische Auge	213
Das sozial kompetente Auge	218
Das sprachliche Auge	227
Das ästhetische Auge	237
5. Wie Sie zum Mitdenker werden	244
Behandeln Sie niemanden nach Schema F!	249
Denken Sie stets an das Ergebnis!	252
Nachwort: Die Zukunft braucht gutes Personal	256
Literatur	261