

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>6</b>
<b>1. Unternehmen im Wandel</b>	<b>9</b>
Ständig neue Säue im Dorf	10
Kompetenzen, die wir wirklich brauchen	13
Die 6-C-Strategie	14
Führung neu definiert	16
<b>2. Das Instrument der Kollegialen Beratung</b>	<b>25</b>
Ursprung und Zielsetzung	26
Wertschöpfung und Nachhaltigkeit	28
Zielgruppen	30
Kosten und Nutzen	32
<b>3. Vorbereitung und Implementierung</b>	<b>37</b>
Voraussetzungen und internes Marketing	38
Unternehmensziele	41
Ablauf des Programms	42
<b>4. Die Methodik der Kollegialen Beratung</b>	<b>53</b>
Die Grundidee: Alle für alle!	54
Werkzeug und Vorgehensweise	55
Methodische Ergänzungen	62

<b>5. Weiterentwicklung der Kollegialen Beratung</b>	<b>73</b>
Gruppenveränderungen	74
Interne Begleitung	75
Umgang mit Konflikten	76
Kollegiales Beratungsforum	76
Weitere Einsatzfelder	77
<b>Hilfsmittel für den Start</b>	<b>80</b>
<b>Die Bedeutung der Kollegialen Beratung</b>	<b>84</b>
<b>Fast Reader</b>	<b>86</b>
<b>Der Autor</b>	<b>92</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<b>93</b>
<b>Register</b>	<b>95</b>