

Inhalt

Teil I Was wir von Top-Tech-Unternehmen lernen können

1. Kapitel: Hinter jedem großen Unternehmen	15
2. Kapitel: Die Rolle der Technologie	21
3. Kapitel: Starkes Product Leadership	25
4. Kapitel: Empowered Product Teams	31
5. Kapitel: Leadership in Aktion	33
6. Kapitel: Ein Leitfaden zu EMPOWERED	35

Teil II Coaching

7. Kapitel: Die geistige Haltung des Coachings	39
8. Kapitel: Das Assessment	45
9. Kapitel: Der Coaching-Plan	51
10. Kapitel: Das Eins-zu-Eins	67
11. Kapitel: Written Narrative	75
12. Kapitel: Strategischer Kontext	79
13. Kapitel: Das Bewusstsein von Ownership	83
14. Kapitel: Zeit-Management	89
15. Kapitel: Denken	93
16. Kapitel: Team-Zusammenarbeit	95
17. Kapitel: Zusammenarbeit mit Stakeholdern	99
18. Kapitel: Impostor-Syndrom	103
19. Kapitel: Kundenzentrierung	105
20. Kapitel: Integrität	109
21. Kapitel: Entscheidungen	113
22. Kapitel: Effiziente Besprechungen	119
23. Kapitel: Ethik	123
24. Kapitel: Glück	127
25. Kapitel: Führungsprofil: Lisa Kavanaugh	133



Teil III Stellenbesetzung

26. Kapitel: Kompetenz und Charakter	141
27. Kapitel: Recruiting	145
28. Kapitel: Vorstellungsgespräche	151
29. Kapitel: Einstellen von Personal	155
30. Kapitel: Remote Worker	159
31. Kapitel: Onboarding	163
32. Kapitel: Bootcamp für neue Mitarbeiter	169
33. Kapitel: Performance Reviews	173
34. Kapitel: Kündigungen	175
35. Kapitel: Beförderungen	177
36. Kapitel: Führungsprofil: April Underwood	181

Teil IV Produktvision und Prinzipien

37. Kapitel: Eine überzeugende Vision erschaffen	187
38. Kapitel: Die Produktvision verbreiten	191
39. Kapitel: Produktprinzipien und -ethik	197
40. Kapitel: Führungsprofil: Audrey Crane	199

Teil V Team Topology

41. Kapitel: Optimierung für das Empowerment	207
42. Kapitel: Team-Typen	211
43. Kapitel: Empowering Platform Teams	215
44. Kapitel: Empowering Experience Teams	219
45. Kapitel: Topologie und räumliche Nähe	223
46. Kapitel: Topologie-Entwicklung	227
47. Kapitel: Führungsprofil: Debby Meredith	229

Teil VI Produktstrategie

48. Kapitel: Fokus	237
49. Kapitel: Erkenntnisse	243



50. Kapitel: Handeln	251
51. Kapitel: Management	255
52. Kapitel: Führungsprofil: Shan-Lyn Ma	257

Teil VII Team Objectives

53. Kapitel: Empowerment	265
54. Kapitel: Assignment	271
55. Kapitel: Ambition	275
56. Kapitel: Commitment	277
57. Kapitel: Zusammenarbeit	281
58. Kapitel: Management	283
59. Kapitel: Haftung	285
60. Kapitel: Objectives ins rechte Licht rücken	287
61. Kapitel: Führungsprofil: Christina Wodtke	289

Teil VIII Fallstudie

62. Kapitel: Unternehmens-Hintergrund	295
63. Kapitel: Company Objectives	297
64. Kapitel: Produktvision und Leitlinien	299
65. Kapitel: Team-Topologie	301
66. Kapitel: Produktstrategie	307
67. Kapitel: Product Team Objectives	315
68. Kapitel: Geschäftsergebnisse	323
69. Kapitel: Die wichtigsten Punkte	325
70. Kapitel: Führungsprofil: Judy Gibbons	327

Teil IX Innerbetriebliche Zusammenarbeit

71. Kapitel: Die Rolle von Produktleitern	333
72. Kapitel: Stakeholder-Management vs. Zusammenarbeit	337
73. Kapitel: Erkenntnisse und Lehren teilen	339
74. Kapitel: Das Licht am Brennen halten	341



75. Kapitel: Missionieren	343
76. Kapitel: Führungsprofil: Avid Larizadeh Duggan	345
Teil X Inspiriert, empowered und transformiert	
77. Kapitel: Sinnvolle Transformation	351
78. Kapitel: Transformation in Aktion	353
79. Kapitel: Transformiert	359
80. Kapitel: Das Allerwichtigste	361
81. Kapitel: Das Ziel	365
Danksagung	369
Über die Autoren	371
Stichwortverzeichnis	373

