

# INHALT

<b>Innenansichten bundesdeutscher Firmen im Herbst 1996</b> .....	9
<b>1 Die Welt des Turbokapitalismus</b> .....	20
Veränderte Wirtschaftsphilosophie am Standort	
Deutschland .....	21
Hohe Arbeitslosigkeit trotz steigender Gewinne ...	28
Die Wirtschaft redet sich schlank .....	35
Ist die Globalisierung an allem schuld? .....	43
<b>2 Turnaround der Unternehmenskultur</b> .....	53
Das Ende der Unternehmenskultur - Geht das? ....	53
Der Druck von außen: Arbeitslosigkeit .....	58
Schwächere betriebliche Einbindung .....	61
Auslagerung von Unternehmensfunktionen .....	66
Verflachung der Firmenhierarchie .....	69
Abbau betrieblicher Sozialleistungen .....	74
Arbeitsdruck durch Arbeitsverdichtung .....	76
Steigender Arbeitsdruck durch mehr	
Verantwortung .....	79
Bedeutungsverlust der Erwerbsarbeit? .....	84

<b>3</b>	<b>Alle in einem Boot</b> .....	87
	Die verunsicherte Mitarbeiterschaft .....	87
	Das mittlere Management als Loser .....	90
	<i>Lean Management: Die Bedrohung</i> .....	90
	<i>Leben in der Löwenarena</i> .....	93
	<i>Frauen als Verliererinnen</i> .....	95
	Das Top-Management als Pyrrhussieger .....	97
	<i>Verwirrte Leitung</i> .....	100
	<i>Shareholder Value: Reaktives Kurzfristdenken</i> ...	105
	<i>Leben in der Scheinwelt</i> .....	111
	<i>Machiavelli als Philosoph des Managements</i> .....	115
<b>4</b>	<b>Pathologische Firmenkulturen</b> .....	119
	Die depressive Firmenkultur .....	121
	Die paranoide Firmenkultur .....	124
	Die narzißtische Firmenkultur .....	126
	Die schizoide Firmenkultur .....	130
	Die Normalität der Neurose .....	132
<b>5</b>	<b>Pathologische Auswirkungen auf die einzelnen</b> .....	135
	Angst als Symptom .....	135
	Frust: Die Schere geht auf .....	137
	<i>Zunahme der inneren Kündigungen</i> .....	137
	<i>Rückgang der tatsächlichen Kündigungen</i> .....	140
	Workaholics .....	144
	Schönfärberei, Manipulation und Betrug .....	147
<b>6</b>	<b>Leitbilder als Unternehmensethik</b> .....	151
	Leitbilder als säkularer Religionsersatz .....	152
	Leitbilderstellung als Kreativitätspause .....	154

Wirkungsbehauptungen .....	157
Leitbild zum Selberbasteln .....	160
<b>7 Die Ethiklüge .....</b>	<b>164</b>
Die Teamlüge .....	166
Die Lüge von der Kundenorientierung .....	173
Die Qualitätslüge .....	178
Die Lüge von der neuen Mitarbeiterorientierung ..	183
Die Öko-Lüge .....	189
Funktionale Ethik statt gesellschaftlich fundiertem Handeln .....	192
<b>8 Die Gewinnung von Glaubwürdigkeit .....</b>	<b>198</b>
Comeback des rheinischen Kapitalismus .....	198
Möglichkeiten des Managements .....	201
Kritik ist gut! .....	204
Streitkultur .....	208
Transparenz .....	210
<b>9 Ethik als entbehrlicher Luxus .....</b>	<b>214</b>
<b>Anmerkungen .....</b>	<b>217</b>
<b>Literatur .....</b>	<b>220</b>