

# Inhaltsübersicht

Vorwort .....	V
---------------	---

## Teil I

### Strategie durch Lernen

*Hermann Simon*

Management-Lernen als strategische Herausforderung .....	3
1. Strategische Bedeutung des Management-Lernens .....	4
2. Die treibenden Kräfte .....	5
3. Zur Interdependenz von Management-Lernen, Strategie und Unternehmenskultur .....	10
4. Ideen zur Steigerung der Effizienz des Management-Lernens .....	14
5. Zusammenfassung .....	17

*Wigand F. Große-Oetringhaus*

Management-Lernen und Strategie – am Beispiel der Siemens AG .....	19
1. Inhalt eines strategischen Management-Trainings .....	20
2. Umsetzung des strategischen Management-Trainings .....	31
3. Weiterentwicklung des strategischen Management-Trainings .....	45
4. Zusammenfassung .....	56

*Torsten J. Gerpott*

Lernprozesse im Zeitwettbewerb .....	57
1. Probleme bei der Realisierung von strategischen Vorteilen im Zeitwettbewerb .....	58
2. Zeitaspekte in Wettbewerbsstrategien und resultierende Ziele von zeitorientierten Lernprozessen .....	60
3. Gestaltung von Lernprozessen zur Realisierung von strategischen Vorteilen im Zeitwettbewerb .....	65

*Paul S. Adler/Kim B. Clark*

Lernen und Produktivität .....	79
1. Einleitung .....	80
2. Betriebliches Umfeld .....	83
3. Zwei Lernmodelle .....	83
4. Daten und Variablen der Lernmodelle .....	86
5. Ergebnisse .....	89
6. Diskussion der Ergebnisse .....	94
7. Schlußfolgerungen .....	95

# Teil II

## Lernen und Führungskräfte

*Rolf Bronner*

Zukunftsanforderungen an das Management-Lernen .....	99
1. Problemstellung .....	100
2. Untersuchungsvariablen .....	100
3. Untersuchungsmethodik .....	101
4. Empirische Ergebnisse .....	102
5. Schlußfolgerungen für das Management-Lernen .....	108

*Karl-Heinz Sebastian/Georg Tacke*

Führungsnachwuchs und Lernen .....	111
1. Problemstellung .....	112
2. Der Stellenwert des Lernens für den Führungsnachwuchs .....	112
3. Unternehmen als „Lern“-Führer .....	115
4. Empfehlungen für das Angebot von Lernprogrammen .....	116
5. Zusammenfassung .....	117

*Uwe Faust/Claus Hefner*

Lernen und Management-Entwicklung .....	119
1. Einleitung .....	120
2. Auftrag der Bildungsarbeit .....	122
3. Bedarf an Fach- und Führungskräften .....	123
4. Lerninhalte in der Fortbildung .....	124
5. Lernmethoden in der Fortbildung .....	128
6. Schlußbemerkung .....	129

*Harald Hungenberg*

Managerial Obsolescence und Lernen .....	131
1. Das Veralten von Führungsqualifikationen als unternehmerisches Problem .....	132
2. Managerial Obsolescence verstehen .....	133
3. Managerial Obsolescence bekämpfen .....	138
4. Schlußbemerkung .....	145

<i>Arie P. de Geus</i>	
Strategische Planung als Lernprozeß .....	215
1. Einleitung .....	216
2. Auf das Lernen kommt es an .....	217
3. Lernen ist zeitraubend .....	218
4. Strategen als Lehrer .....	219
5. Geregelt oder spielerisches Lernen?.....	219
6. Computer helfen beim Lernen .....	222
7. Schneller lernen als andere.....	223
 <i>William Wiggernhorn</i>	
X The Motorola University – Durch Lernen wettbewerbsfähig bleiben .....	225
1. Einleitung .....	226
2. MBA in vier Wochen .....	227
3. Mitarbeiter zum Lernen motivieren .....	229
4. Auf dünnem Eis .....	231
5. Mitarbeiter, die nicht lesen konnten .....	233
6. Mit den Schulen, mit vereinter Kraft .....	235
7. Lernen kennt kein Ende .....	238
8. Die heutigen und künftigen Mitarbeiter mitreißen .....	241
 <i>Eckhard Kucher/Klaus Hilleke</i>	
LERNSTRAT – Lernen, Beratung, Umsetzung.....	243
1. Einleitung .....	244
2. Lernen und Beratung .....	245
3. Lernen und Umsetzung .....	254
4. Zusammenfassung .....	255

## Teil V

### Globalisierung und Lernen

<i>Karlheinz Schwuchow</i>	
Globale Trends im Management-Lernen .....	259
1. Zur gegenwärtigen Situation des Management-Lernens .....	260
2. Interne vs. Externe Management-Weiterbildung .....	263
3. Externe Management-Weiterbildung: Probleme und mögliche Lösungen .....	265
4. Wirksamkeit von Lernmethoden .....	266
5. Wege wirksamer Weiterbildung .....	267
6. Erfolgssteuerung der externen Management-Weiterbildung .....	269
7. Die Zukunft der externen Management-Weiterbildung.....	269

<i>Sybre Tijnstra/Kenneth Casler</i>	
Management-Lernen für Europa .....	271
1. Einleitung .....	272
2. Der Bedarf an Euro-Managern .....	273
3. Euro-Management und Euro-Manager .....	275
4. Management-Lernen für Europa .....	279
5. Schlußbemerkung .....	286
 <i>Rüdiger Pieper</i>	
Amerikanische Business Schools: Träger des Management-Lernens .....	289
1. Geschichtliche Entwicklung .....	290
2. MBA als Management-Weiterbildung? .....	291
3. Executive MBA-Programme .....	293
4. Non-Degree-Programme .....	296
5. Beurteilung der Weiterbildungsangebote der Business Schools .....	298
 <i>Gert Assmus</i>	
MBA-Ausbildung zum Management-Lernen in den USA? .....	301
1. MBA in der Diskussion .....	302
2. Die MBA-Ausbildung in den USA .....	303
3. Was spricht für MBA-Absolventen? .....	305
4. Was spricht gegen MBA-Absolventen? .....	306
5. Weniger wettbewerbsfähig – trotz oder wegen des MBA? .....	307
 Autorenverzeichnis .....	309
 Literaturverzeichnis .....	315
 Stichwortverzeichnis .....	327

## Teil III

### Lernquellen für Führungskräfte

<i>Hermann Simon</i>	
Lernoberfläche des Unternehmens .....	149
1. Lernoberfläche .....	150
2. Wagenburg- und Amöben-Unternehmen .....	150
3. Facetten der Lernoberfläche .....	154
4. Zusammenfassung .....	158

<i>Hermann Simon/Georg Tacke</i>	
Management-Lernen von Kunden .....	159
1. Können Manager von Kunden lernen? .....	160
2. Was können Manager von Kunden lernen? .....	162
3. Wie können Manager von Kunden lernen? .....	165
4. Zusammenfassung .....	171

<i>Hermann Simon/Michael Laker</i>	
Management-Lernen von Konkurrenten .....	173
1. Können Manager von Konkurrenten lernen? .....	174
2. Was können Manager von Konkurrenten lernen? .....	176
3. Wie können Manager von Konkurrenten lernen? .....	178
4. Zusammenfassung .....	182

<i>Thomas A. Stewart</i>	
Brainpower – Geistkapital des Unternehmens .....	185
1. Einleitung .....	186
2. Information als Vermögensgut .....	186
3. Geistiges Kapital managen .....	187
4. Unternehmensintelligenz speichern .....	189
5. Maßgrößen des geistigen Kapitals .....	191
6. Ertrag durch Intelligenz .....	193

## Teil IV

### Lernen und Strategieumsetzung

<i>Chris Argyris</i>	
Wenn Experten wieder lernen müssen .....	199
1. Einleitung .....	200
2. Wie Spezialisten sich vor dem Lernen drücken .....	201
3. Defensives Denken und die Abwärtsspirale .....	204
4. Lernen, wie man offen argumentiert .....	209