

Inhalt

Dank	IX
Vorwort	XI
1 Einleitung: Quellen der Identität	1
2 Die Untersuchung	5
2.1 Der kulturelle Bezugsrahmen der Untersuchung.....	5
2.2 Methodische Ansätze der Erhebung.....	6
2.3 Gesprächsimpressionen.....	9
2.4 Wirtschaftsbranchen.....	11
2.5 Position der Spitzenmanager.....	12
3 Die Kennkarte der deutschen Wirtschaftselite	15
3.1 Berufe der Väter.....	15
3.2 Berufe der Großväter.....	18
3.3 Berufe der Mütter.....	21
3.4 Konfession.....	22
3.5 Familienstatus.....	25
3.6 Altersstruktur der deutschen Wirtschaftselite.....	26
3.7 Herkunftsgemeinde.....	27
3.8 Schule und Lehre.....	30
3.9 Studium.....	33
3.10 Akademische Titel.....	36
3.11 Stellenwert des Studiums in den Spitzenfunktionen.....	38
3.12 Der Durchschnittsfall des deutschen Spitzenmanagers.....	41
4 Das Elternhaus	43
4.1 Die geistige Atmosphäre im Elternhaus.....	43
4.2 Die ehemaligen Ostgebiete als Identitätsquelle deutscher Topmanager ...	49
4.3 Materielle Situation des Elternhauses.....	53
4.4 Leitideen des Elternhauses.....	56
4.5 Christlich – religiöser Wertrahmen.....	57
4.6 Familiensinn und generationsübergreifende Familienloyalität.....	60
4.7 Disziplin und Sparsamkeit.....	65
4.8 Pflicht, Leistung und Fleiß.....	67
4.9 Habitus des Elternhauses.....	68

4.10	Selbstbehauptung und Unabhängigkeit	71
4.11	Selbständigkeit	73
4.12	Verantwortungs- und Gemeinschaftswerte	74
4.13	Schule und Bildungswerte	77
4.14	Der Sportverein als Schule von Fairness- und Wettbewerbsprinzip	81
4.15	Der Geist des Elternhauses	82
5	Die Lehr- und Wanderjahre der deutschen Spitzenmanager	85
5.1	Die Legende von Karriereplänen	85
5.2	Umwege	87
5.3	Schlüsselerlebnisse und Zäsuren	90
5.4	Auszeiten und Umbrüche	92
5.5	Karrierefaktoren in der Lehr- und Wanderzeit der deutschen Spitzenmanager	94
5.6	Führungserfahrung und -verantwortung	95
5.7	Selbständigkeit und Wagnisfreude	98
5.8	Auslandserfahrungen	101
5.9	Weichenstellungen von Mentoren	102
5.10	Fazit: Erfolgsfaktoren des Aufstiegs in die höchsten Positionen der Wirtschaft	105
6	Die Werte der deutschen Spitzenmanager	107
6.1	Humanitätswerte	108
6.2	Leistungs-, Pflicht- und Akzeptanzwerte	109
6.3	Authentizitätswerte	111
6.4	Soziale Werte	112
6.5	Ökonomische Werte	113
6.6	Die Wertehierarchie der deutschen Wirtschaftselite	115
6.7	Erziehungswerte und Erziehungsziele	119
6.8	Wertkonflikte im Unternehmensalltag	122
6.9	Wertprobleme in Deutschland	125
6.10	Quellen des Erfolgs	129
7	Religiosität und Glaube der Spitzenmanager	133
7.1	Bedeutung des christlichen Lebensentwurfs	133
7.2	Der persönliche Glaube der Spitzenmanager	135
7.3	Christliche Lebensmaximen in der Wirtschaft	145
8	Wirtschaft und Ethik	149
8.1	Die Frage der Moral auf Deutschlands Führungsetagen	149
8.2	Moral als konstitutiver Faktor auf der Vorstandsebene	151
8.3	Die Ambivalenz von Moral in der Wirtschaft	154
8.4	Entwertung der Moral in der Praxis	159
8.5	Unvereinbarkeit von Moral und Wirtschaft	161

8.6	Probleme der Moral im Alltag.....	163
8.7	Kritikwürdige Managermoral im Urteil der Wirtschaftselite	168
8.8	Das Tugendbild der deutschen Spitzenmanager.....	172
9	Das Führungsverständnis der deutschen Spitzenmanager	177
9.1	Entscheidungsstile	177
9.2	Das Autoritätsverständnis der deutschen Spitzenmanager.....	184
9.3	Führungsvorbild und Mentorenrolle.....	191
9.4	Handlungsspielräume der Topmanager	202
9.5	Topmanager: Unternehmer oder angestellter Manager?	204
10	Der deutsche Topmanager im Spannungsfeld von Unternehmen und Öffentlichkeit	209
10.1	Soziale Verantwortung	209
10.2	Ehrenamtliches Engagement	216
10.3	Politisches Engagement.....	219
10.4	Der Spitzenmanager als öffentliche Person.....	224
10.5	Öffentliche Selbstdarstellung	226
10.6	Spitzenmanager und Medien	230
10.7	Das Image der Manager in der Öffentlichkeit.....	231
10.8	Elitenselbstverständnis	234
10.9	Ethischer Grundkonsens	238
10.10	Gemeinsames Selbstverständnis.....	240
10.11	Netzwerke der deutschen Wirtschaftselite	242
	Literatur	251