

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Autorenverzeichnis	XI

Die Suche nach dem Sinn: Wie entstehen Werte? 1

Günther H. Oettinger

Politische Führung in schwierigen Zeiten – Orientierung vermitteln und Vertrauen schaffen	3
--	---

Walther Ch. Zimmerli

Nachhaltige Wertschöpfung in Wirtschaft und Kultur – ein Plädoyer für Leistungseliten.....	11
---	----

Wieland Backes

Die große Frage	21
-----------------------	----

Holger Bunk

Sinn für Neues	31
----------------------	----

Von den Werten zur Leistungsmotivation: Wie wird aus Werten Leistung? 43

Michael Kastner

Wie Sinnggebung Leistung fördert	45
--	----

Klaus Macharzina

Organisationale Sinnggebung in strategischer Sicht.....	65
---	----

<i>Klaus Dehner</i>	
Vom Wert der Leistung – Leistung schafft Werte	77
<i>Helga Breuninger</i>	
Sinn erleben heißt im »flow« sein	95
<i>J. Menno Harms</i>	
Werte sind wie Leuchttürme – aber es kommt auf deren Umsetzung an!.....	111
Von der Leistung zur Wertschöpfung: Wie transformiert man Leistung in Wertschöpfung	121
<i>Erich Zahn</i>	
Mit sinnorientierter strategischer Führung zu nachhaltigem Erfolg	123
<i>Dieter Spath/Walter Ganz</i>	
Erfolgsfaktor Unternehmenskultur – gelebte Werte oder nur Worte?.....	141
<i>Bernd Gaiser</i>	
Strategiekonformes Verhalten in Organisationen – zur Deckung von persönlich Erwünschtem mit strategisch Gewolltem.....	155
<i>Gertrud Höhler</i>	
Sinn-Management ist Leistungs-Management.....	169

**Die Wertschöpfung managen:
Wie steuert man die Wertschöpfung
in Organisationen? 181**

Karl-Friedrich Ackermann

Werteorientiertes Personalmanagement in der
Post-Shareholder Value-Ära 183

Utz Claassen

Welche Rolle spielt Wissensmanagement
für die Unternehmenskultur? 201

Ulrich Lehner

Unternehmensethik als Instrument
der Unternehmensführung global agierender
Unternehmen – das Beispiel Henkel 217

Erwin Staudt

Sinn und Leistung – vom Mut, neue Wege zu gehen ... 237

Günther Fleig

Wertorientiertes Personalmanagement –
die DaimlerChrysler Global HR Scorecard. 249