

Inhalt

I Auf der Suche nach einer neuen Balance

Die neue Ordnung der Wünsche	10
Wer bin ich? Leben als Option	16
Labile neue Balance	24
Arbeitszeit – freie Zeit: Zwei Ghettos öffnen sich	28
Synergien im Zeit-Netz	36
Handeln statt behandelt werden	47
Spitzenwert der neunziger Jahre: Selbertun	52
Mehr als ein Leben leben	58
Wettbewerb der Wertkonzepte: Endlich Synergie!	64
Die Sprintergeneration	71

II Das neue Profil der Sieger: Innovative Führung

Das »innere Marketing«: Mitarbeiter sind Kunden der Führung	84
Qualität durch Menschen	95
Führung durch produktive Ungeduld	107
Vertrauen und Spannung	116
Siegeswillen und Selbstdistanz	126
Manager oder Leader?	138
Die Yiffies kommen!	146

III	Das geistige Potential entscheidet	
	Eindeutige Ziele für vieldeutige Prozesse	154
	Unternehmenskultur: Strategischer Erfolgsfaktor	162
	Corporate Identity – die Firmenpersönlichkeit	183
	Das Wertsystem multiplizieren	190
IV	Innovation beginnt in den Köpfen	
	Visionen – Force and power of imagination	200
	Visionen – Leuchtfener für Zukunftsrouten	206
	Kommunikation: Der humane Mehrwert	220
	Kommunikation: Einfache Botschaften in komplexen Systemen	230
V	Für den Kunden mit dem Kunden	
	Der neue Kunde: Wärmebedürftig und bindungsscheu	246
	Marktkompetenz im Medienzeitalter	255
	Vom Marketing zur Marktkommunikation	261
	Mit den Augen des Kunden sehen	268
	Der Kunde im Mittelpunkt	275
VI	Spielpläne für Fitness	
	Botschaften aus der Natur I: Abgrenzung und Konkurrenz	282
	Botschaften aus der Natur II: Wettkampf und Eigennutz	288
	Lektionen aus dem Lehrbuch der Wildnis	293
	Mit der starken Löwin jagen	299
	Good bye Tarzan: Die Softpower-Welle	305
VII	Männer und Frauen – Ungleiche Wettkämpfer	
	Die Schutzengel der Manager	310
	Männer wollen siegen	318
	Frauen siegen anders	327

Das männliche Auge – das weibliche Ohr	339
Powerfrauen in die Männerrudel	349

VIII Tugenden für Sieger

Zeit – die endliche Ressource	356
Grundwerte des unternehmerischen Handelns	366
Wirtschaftsethik: Kardinaltugenden für Manager	373

Literaturverzeichnis	383
Personen- und Sachregister	385