

# Inhalt

<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>8</b>
<b>Geleitwort zur Reihe</b> .....	<b>9</b>
<b>Verzeichnis der Herausgeber und Autoren</b> .....	<b>10</b>
<b>Vorwort</b> .....	<b>13</b>
<b>1 Präliminarien</b> .....	<b>15</b>
<i>Winfried Zapp und Michael Wittland</i>	
1.1 Begriff des Normativen .....	15
1.2 Begriff des Managements .....	21
1.3 Normative Ausrichtung des Managements .....	22
1.4 Beispiel: Magnet-Krankenhaus .....	22
<b>2 Normative Orientierung</b> .....	<b>27</b>
<i>Peter Mayer</i>	
2.1 Spannweite der Begriffe Werte und Normen .....	28
2.2 Funktionen von Werten und Normen .....	31
2.3 Grundlagen von Werten und Normen .....	32
2.4 Überlegungen zur Beachtung von Werten und Normen ...	34
<b>3 Managementethik im Gesundheitswesen: Das Spannungsfeld zwischen Gesellschaft, Institutionen und Personen</b> .....	<b>37</b>
3.1 Perspektiven und Dimensionen ethischer Fragestellungen ...	37
<i>Peter Mayer</i>	
3.2 Gesellschaftliche Spannungsfelder – Ökonomisches Handeln im Kontext dezentraler Regelungsmechanismen ...	40
<i>Peter Mayer</i>	
3.2.1 Ein theoretischer Blick auf die Kernaussagen zur Lösung wirtschaftsethischer Probleme in einem komplexen System .....	40
3.2.2 Der wirtschaftsethische Gesamtblick auf das Gesundheitswesen – Ansatzpunkte für ethisches Handeln....	55
3.3 Institutionsbezogene Spannungsfelder .....	70
3.3.1 Wert- und Werte-Orientierung .....	70
<i>Winfried Zapp</i>	

3.3.2	Corporate Social Responsibility .....	73
	<i>Winfried Zapp</i>	
3.3.3	Health Professionals und Patientenorientierung .....	81
	<i>Michael Wittland</i>	
3.3.4	Corporate Governance .....	85
	<i>Michael Wittland</i>	
3.4	Personenbezogene Spannungsfelder .....	89
	<i>Michael Wittland</i>	
4.3.1	Individuelle Werte als Ausgangsbasis .....	89
3.4.2	Ziele als handlungsleitende Motive .....	91
3.4.3	Diversität als Chance und Herausforderung .....	92
3.4.4	Unternehmungen als Spiegelbild der oberen Ränge ..	93
3.4.5	Autonomie und Autorität als wechselnde Pole .....	95
3.4.6	Normatives Management als Identitätsstifter .....	97
<b>4</b>	<b>Normatives Management .....</b>	<b>100</b>
	<i>Michael Wittland</i>	
4.1	Unternehmensverfassung: Gesellschaftlich-politischer Auftrag und rechtlicher Rahmen .....	102
4.2	Unternehmenspolitik: Aktives Management auf der normativen Ebene: Vision, Mission, Leitbild .....	108
4.3	Unternehmenskultur: Gewachsene Normen in einer Professional Organization .....	112
<b>5</b>	<b>Strategische Entwicklung .....</b>	<b>117</b>
5.1	Perspektiven des Begriffs .....	117
	<i>Helge K. Schumacher</i>	
5.2	Außen- und Innenperspektive: Analyse der Unternehmung in der Umwelt .....	124
	<i>Helge K. Schumacher</i>	
5.2.1	Außenperspektive: Umwelt .....	124
5.2.2	Innenperspektive: Selbstthematization der Unternehmung .....	130
5.2.3	Zusammenführung: SWOT- und Portfolio-Analyse ..	134
5.3.4	Resümee .....	136
5.3	Systemperspektive: Geokodierung .....	138
	<i>Winfried Zapp</i>	
5.3.1	Begriffsdefinitionen .....	139
5.3.2	Anwendungsorientierung .....	139
5.3.3	Resümee .....	150
5.4	Erfolgsperspektive: Data-Envelopment-Analysis (DEA) .....	151
	<i>Winfried Zapp</i>	
5.4.1	Herleitung von Erfolgsperspektiven .....	151
5.4.2	Ausprägungen von Effizienz-Konzeptionen .....	152
5.4.3	Vorgehensweise .....	154
5.4.4	Resümee .....	157

5.5	Werteperspektive: Immaterielle Werte .....	160
	<i>Winfried Zapp</i>	
5.5.1	Begriffsdefinition .....	160
5.5.2	Strukturierung immaterieller Werte .....	162
5.5.3	Elemente und Anforderungen immaterieller Werte ..	164
5.5.4	Ausgewählte Bewertungskonzeptionen für immaterielle Werte .....	166
5.5.5	Skandia Navigator .....	168
5.5.6	Resümee .....	171
<b>6</b>	<b>Normative Gestaltung und strategische Entwicklung: Was folgt? .....</b>	<b>174</b>
	<i>Winfried Zapp</i>	
	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>175</b>