

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 Sinngebung Leistung fördert	45
---------------------------------------	----

Klaus Macharzina

Organisationale Sinngebung in strategischer Sicht	65
---	----

Klaus Dehner
Vom Wert der Leistung – Leistung schafft Werte 77

Helga Breuninger
Sinn erleben heißt im »flow« sein 95

J. Menno Harms
Werte sind wie Leuchttürme – aber es kommt
auf deren Umsetzung an!..... 111

**Von der Leistung zur Wertschöpfung:
Wie transformiert man Leistung
in Wertschöpfung 121**

Erich Zahn
Mit sinnorientierter strategischer Führung
zu nachhaltigem Erfolg 123

Dieter Spath/Walter Ganz
Erfolgsfaktor Unternehmenskultur – gelebte Werte
oder nur Worte?..... 141

Bernd Gaiser
Strategiekonformes Verhalten in Organisationen –
zur Deckung von persönlich Erwünschtem
mit strategisch Gewolltem 155

Gertrud Höhler
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