

# Inhaltsverzeichnis

<b>Danksagung</b> .....	V
<b>Warum wir dieses Buch herausgeben</b> .....	VI
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	IX

## Teil A Entscheider in der Krise

*Dietmar Fink, Bianka Knoblach*

Wie Manager ihre Realitäten konstruieren – Weltbilder und Modethemen .....	3
--	---

*Björn Bloching*

Chaos, Plan und Strategie – Unternehmensführung im Umbruch .....	17
--	----

*Torsten Oltmanns, Michael Ehret*

Manager machen Märkte – Warum der Homo oeconomicus keine Zukunft hat ....	31
---	----

*Michael Kleinaltenkamp, Michael Ehret*

Schattenseiten der Arbeitsteilung – Herausforderungen für die Kommunikation .....	45
--	----

## Teil B Weltbilder setzen – was Manager von der Politik lernen können

*Ivo Hajnal*

Medien und Sprache der Entscheider .....	57
--	----

*Matthias Machnig*

Politische Kommunikation – Möglichkeit und Grenzen .....	73
--	----

*Jürgen Hogrefe*

Public Affairs in einem sich wandelnden komplexen Umfeld .....	85
--	----

*Hermann Scheer*

Demokratieverlust als Preis der Globalisierung?

– Warnung vor einem historischen Trugschluss ..... 99

## **Teil C Deutungshoheit erlangen**

### **– wie Unternehmen die Realität definieren**

*André Schneider*

Das World Economic Forum und die Verbesserung der Weltlage ..... 109

*Stephan Ebert*

Bekanntheit schafft Vertrauen, schafft Sicherheit

– Kommunikation als Mittel zur Reduzierung von Kundenunsicherheiten ..... 125

*Manfred Hasenbeck, Kim Kranz, Alexander Gutzmer*

Wandel inszenieren – Kommunikation mit Entscheidern als Erfolgsfaktor

im Change-Prozess ..... 139

*Adriana M. Nuneva, Stefanie Jensen*

Best-Practice-Beispiel für die Markenführung von Industriegütern ..... 151

*Burkhard Woelki, Christian Schwind*

Kommunikation als Energiefaktor für den Unternehmenserfolg ..... 169

## **Ausblick**

Kommunikation und kreative Restrukturierung moderner Gesellschaften ..... 179

**Autorenverzeichnis** ..... 183

**Stichwortverzeichnis** ..... 189