

Inhalt

Stephan Schleissing Zur Einführung	9
I. Die Werte des Unternehmers	
Eberhard v. Kuenheim Ökonomie als Lebensprinzip Vom Wert unternehmerischen Handelns	16
Hans D. Barbier Der Unternehmer: Getriebener und Treiber	23
Renate Köcher Das Bild des Unternehmers in der deutschen Öffentlichkeit	27
II. Unternehmen unternehmen	
Stephan A. Jansen Die Härte der weichen Faktoren Post-Merger-Management bei Unternehmenszusammenschlüssen	46
Dirk Baecker Drei Regeln einer wirtschaftlich effizienten Unternehmenskultur Einfachheit, Autonomie und kulturelle Führung	57
Christoph Soukup net.working Arbeiten und Führen in Netzwerkstrukturen	78
III. Gemeinsinn unternehmen	
J. Gregory Dees Was bedeutet „soziales Unternehmertum“?	94
Uwe Jean Heuser Gemeinschaft mit Zukunft Soziale Unternehmer in Deutschland	108
Tanja Ripperger und Wolf Iro startsocial – Wirtschaft goes social	119
IV. Bildung unternehmen	
Dieter Lenzen Wissen – Handeln – Können: Diese drei! Zur Revision klassischer Aufgabenmuster der Universität	132
Alfred Rank Unternehmerisches Denken lernen Chancen eines handlungsorientierten Unterrichts in der Berufsschule	144
Stefan Sippell Eigentlich ganz leicht? Bildung zwischen Nachfrage und Angebot	154