

INHALT

1. Signale für das Ende der Nutzenmaximierung	6
1.1 Schneller, größer, härter.....	18
1.2 Politik und Öffentlichkeit ziehen die Bremse.....	41
1.3 Parameter einer nachhaltigen Strategiebildung.....	72
2. Eckpunkte eines neuen Paradigmas für Spitzenkräfte	77
2.2 Ein neues Mindset für das Management.....	90
<i>Vereinfachung durch Eindeutigkeit.....</i>	93
<i>Verantwortung durch Verbindlichkeit.....</i>	96
<i>Vertrauen durch Wertekontinuität.....</i>	109
2.2 Neue Prozesse und Erfolgsfaktoren.....	114
<i>Marktverständnis.....</i>	115
<i>Menschenbild.....</i>	125
3. Die Systematik wertebasierter Managementsysteme	131
3.1 Die 6 Spielregeln: nachhaltige Bündnisse entwickeln.....	137
3.2. Die Phasen des wertebasierten Managements.....	148
3.3 Die Stakeholdermatrix:	161
<i>Teambildung auf Top-Ebene.....</i>	165
<i>Gemeinsamer Gestaltungsraum: Mission.....</i>	176
<i>Gemeinsame Perspektive: Vision.....</i>	180
<i>Das Richtige messen: Der wertebasierte Entscheidungsmaßstab (WEM).....</i>	185
3.4 Das Spielfeld – Geschäftsmodelle, die Resonanz erzeugen.....	207
<i>Strategische Zielsetzung und Geschäftsmodell: Das WAS verankern.....</i>	210
3.5 Der Werte-Maßstab: Werte im Unternehmensalltag.....	239
<i>Einführung und Förderung einer Transferebene.....</i>	239
<i>Wertebasierte Steuerung: Die dreistufige Balanced Scorecard.....</i>	248
4 Der Weg	258
Anhang	259
Literaturverzeichnis.....	259
Abbildungsverzeichnis	261