

INHALTSVERZEICHNIS

KAPITEL 1

Führung oder wie zielgerichtetes Verhalten im Team entsteht, warum Schwarmintelligenz kein Ersatz für Führung ist und warum sie ein mysteriöses Phänomen bleibt ,

KAPITEL 3

Kommt Zeit, kommt Rat oder warum Entscheidungen so viel Energie verbrauchen und warum es klug ist, Ratgeber um sich zu haben, die nicht mit einem übereinstimmen 41

KAPITEL 5

Die verschlungenen Wege des Lebens oder über die Unmöglichkeit, das Spiel selbst entscheidend verändern zu können 69

KAPITEL 2

Visionen und Prognosen sind das Salz in der Firmensuppe oder warum die Vorstellung, wo das Unternehmen in fünf oder zehn Jahren stehen soll, entscheidend für die richtige Weichenstellung heute ist 27

KAPITEL 4

Persönlichkeiten meiden den Applaus der Masse und unterwerfen sich demütig ihren Selbstentfaltungslinien und Brüchen oder warum die folgende Liste die beeindruckendsten Menschen für mich umfasst 51

KAPITEL 6

Viele kreative Wege führen zu Innovationen oder warum das Neue mehr Zeit braucht und der Mut zur Lücke eher belohnt wird 87

KAPITEL 7

Wie die Digitalisierung uns ermöglicht, unsere eigenen Denkprozesse besser zu verstehen und die Komplexitätsherausforderungen besser zu bewältigen ⁹⁷

KAPITEL 9

Warum Globalia, Transatlantica und Afrika statt Nation, Hegemonie und Einfalt die großen Antreiber im 21. Jahrhundert sein werden und Glaubwürdigkeit die Weltwährung werden wird ¹³¹

KAPITEL 11

Stadt-Land-Fluss oder die Renaissance des ländlichen Raums als Ort von Selbstbewusstheit und guten Geschäften, aber die Wiederentdeckung des Lokalen hat ihre Grenzen, kein Ort ist mehr unbekannt ¹⁶³

KAPITEL 8

Warum die Zeit manchmal ewig dauert, gleichzeitig im Flug vergeht und wieso langfristig immer schneller bedeuten kann ¹¹⁵

KAPITEL 10

Was aus dem Sehnsuchtsort Amerika werden wird, in dem die Bewohner jährlich durchschnittlich 25 Kilo Pommes frites essen und seit 1960 elf Kilo Gewicht pro Nase zugelegt haben? ¹⁵³

KAPITEL 12

Kutschen sind genauso schnell in Städten wie Autos: On the road bezieht sich nicht nur auf das Höher, Schneller, Weiter, sondern auch auf das Abenteuer Leben, das uns oft am eigentlichen Ziel vorbeischlittern lässt und uns fortwährend Alternativen zeigt, ans Ziel zu gelangen ¹⁷⁵

KAPITEL 13

Warum Irrläufer das Salz in der Suppe sind, bisweilen sogar nützen und zu produktiven Irrfahrten anregen, weshalb jeder anerkennen sollte, dass die Welt immer auch anders sein kann (Kontingenzproblem) ¹⁸⁵

KAPITEL 14

Was Sie schon immer über die Wirtschaft wissen wollten oder die ewigen Täuschungsmanöver von Zahlen, Daten und Fakten und ihrer Macht, sich in unseren Urteilen, Meinungen und Überzeugungen festzusetzen ²⁰⁷

KAPITEL 15

Warum das Unerklärliche zuletzt stirbt oder seltsame Zufälle rätselhafte Aufgaben stellen, die uns schleierhaft bleiben ²¹⁹

KAPITEL 16

Warum Weisheit mehr als die kumulative Anhäufung von Wissen ist, sondern eher die Fähigkeit, zuhören zu können, was wiederum auf die Qualität von Universität und Bildung verweist, dort lernen wir oft aber nicht das Wichtige, sondern nur das Austauschbare ²³¹

KAPITEL 17

Warum die Wissenschaften ihre Grenzen haben oder warum Grenzüberwindung die Wissenschaften braucht ²⁴⁹

KAPITEL 18

Warum Unternehmer sein ein harter Job ist, aber der schönste der Welt – man hat keinen Chef über sich und lernt professionelle Demut, die etwa auch in der Nachfolgeregelung besonders hilfreich werden kann ²⁶¹

KAPITEL 19

Wie kluges Marketing funktioniert und warum das ewige Dilemma zwischen Preis und Wachstum die unternehmerische Herausforderung schlechthin ist [271](#)

KAPITEL 20

Warum der Kunde immer im Weg steht, permanent Kritik äußert und trotzdem umarmt werden muss oder warum Musiker einmal pro Woche im Zuschauerraum sitzen sollten [279](#)

KAPITEL 21

Wie man den optimalen Preis errechnen kann, warum es nur wenige hinkriegen und weshalb Basarhändler noch immer die schlauesten Verkäufer der Welt sind [289](#)

KAPITEL 22

Warum der Preis sich im Wettbewerb bewähren und drei Kriterien erfüllen muss oder warum der Begriff sich aus »Wette« und »Bewerb« zusammensetzt. Wette ist eine Abmachung über einen ungewissen Ausgang. Bewerb kommt vom mittelhochdeutschen »bewerp« und bedeutet »sich messen«. Die Kriterien lauten: signifikant und auf Dauer besser sein sowie als besser wahrgenommen werden. [309](#)

KAPITEL 23

Warum die besten Marken generationenübergreifend wirksam sind, ewig jung bleiben und höhere Preise durchsetzen können oder warum die ewige Weisheit gilt: Leute, die nicht kaufen wollen, kann niemand davon abhalten [321](#)

Anmerkungen [333](#)

Personen- und Sachregister [344](#)