

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>11</b>
<b>I Zur Einführung</b>	<b>17</b>
<b>II Unternehmensführung und gesellschaftliche Verantwortung – Rahmenbedingungen, Herausforderungen, Wirklichkeit und die Rolle des Internets</b>	<b>21</b>
1. Das Primat des Ökonomischen	21
2. Die Herausforderungen an das Management von Wirtschaftsunternehmen unter dem Primat des Ökonomischen	23
3. Gesellschaftlich verantwortliches Management und die Rolle des Internet	25
<b>III Wo bleibt das Menschliche? – Ergebnisse der Entscheider-Studie</b>	<b>33</b>
<b>IV Management – Gesellschaftliche Verantwortung und die Herausforderung des Internets – Meinungen, Standpunkte, erste Empfehlungen</b>	<b>37</b>
1. Das Internet ein Werk-Zeug – seine Entlastungen und Belastungen	38
2. Das Internet und die gesellschaftlichen Bedingungen der Arbeit des Managers	40
3. Das Internet und die Aufgaben des Managers als gesellschaftlich verantwortliche Führungskraft	42
<b>V Erkenntnis und Verantwortung</b>	
Thesen zu einer gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmens führung im digitalen Weltalter	45
1. Gesellschaftliche Bedingungen von Führung im digitalen Weltalter	46
1.1 Das Internet und die Sichtbarkeit der menschlichen Natur	48
1.2 Das Internet und die Tugenden in der Gemeinschaft	49

2. Herausforderungen und Aufgaben gesellschaftlich verantwortlicher Führung im digitalen Weltalter	51
2.1 Führung und „neue“ Sichtbarkeit	53
2.2 Führung und die Kommerzialisierung des Lebens	54
3. Management-Bildung und Internet	55
 VI Leadership in der digitalen Welt	
Zum Erkenntnisstand führender Institutionen des Wissens	62
1. Was wissen die Business Schools	63
2. Die Wissensgesellschaft und der Manager als Wissensarbeiter	75
3. Der gebildete Manager – Fossil oder Erfordernis in der digitalen Welt?	83
 Epilog	89