

Inhalt

Die Bankrott-Erklärung der unternehmerischen Ich-AG oder: Warum Manager in Wirklichkeit Psychopathen sind	11
Das große Kapital-Verbrechen oder: Wie Finanzjongleure die Welt erbeben ließen	29
Erst kommt das Fressen, dann die Moral oder: Krise? Welche Krise?	47
Was die Neuen anders machen – wollen oder: Vom hippokratischen Eid der Manager	65
Der Baumeister – Götz W. Werner	85
Mitarbeiter sind keine Kostenfaktoren, sondern Kreativposten	86
Seine Philosophie: Kundenwünsche erahnen – »Soziales Hören« nennt er das	87
Kundenbindung? Für Werner ein plumper Begriff	88
Eine Abwandlung aus Goethes »Faust« ist Motto des Unternehmens	89
Der Chef schaut unangemeldet in einer Filiale vorbei – die Mitarbeiter freuen sich	90
Keine Hierarchien, kein Druck – stattdessen »Sog erzeugen«	91
Selbst sein härtester Konkurrent verfolgt Werners Erfolg mit Respekt und Sympathie	92
Ein Grundeinkommen für jeden Deutschen – egal, ob er arbeitet oder nicht	93

Die Rockerin – Elisabeth Hahnke	97
Hahnke überzeugte	
Ex-Minister Steinbrück mit einem leidenschaftlichen Plädoyer	98
Bevor sie nach dem Profit fragt, interessiert sie	
die Lösung des Problems	99
Manchmal geht es nur um Nachhilfe und darum, für den	
»Coachee« da zu sein	100
Träume werden an der Hauptschule schnell zurechtgestutzt	101
Die Studenten sind Pädagogen	
und Sozialarbeiter – und manchmal ganz schön frustriert	102
Die Krise war keine Rezession, sondern eine »Manzession«	103
Wachstum lenken – immer nur wachsen sei unlogisch,	
sagt Hahnke	104
Defizite »weggerockt« – die ersten Schützlinge sind	
entlassen ins Leben	105
Und die Politik? Sie lobt und plant ähnliche Initiativen	106
 Der Wachmacher – Wolfgang Huber	109
Er hat das Wort	110
Ethische Bildung als Leader-Kompetenz	111
Die »Verantwortungs GmbH«	112
Schwindendes Vertrauen in die Wirtschaft ist gefährlich	113
Geistlicher und »Macher«	114
Die Strukturreform der Evangelischen Kirche	114
Last und Leistung	116
»Wir stehen an einem Scheidepunkt«	116
 Der Gleichmacher – Gernot Pflüger	119
Kreatives Chaos	120
Jeder kommt ins Büro, wann er will	121
Zufriedenheit – trotz Einheitsgehälter	122

Wer ihn Chef nennt, kriegt Ärger	123
Gewinnorientierung muss sein	123
Grabenkämpfe und Karriere-Klüngel	124
Was unzufriedene Mitarbeiter anrichten können	125
Das primitive Modell der Wirtschafts-Diktatur	126
3000 Mitarbeiter – und alle entscheiden mit	127
Der Vernetzer – André Krause	131
Erfolgsorientierter Bilderbuchmanager	132
Die Philosophie des großen Ganzen	133
Alles nimmt seinen Anfang bei den Mitarbeitern	134
Das Projekt Wohlfühl-Mitarbeiter	135
Nur zufriedene Mitarbeiter sind gute Mitarbeiter	135
Tue Gutes – und zeige es	136
Das Programm – Manager-Erziehung	138
Es gilt der »Ehrenkodex«	138
Der Zweitaktmotor – Stephan A. Jansen	141
Was ein guter Manager braucht? Ganzheitliche Bildung nach dem Humboldt'schen Modell	142
Er ist keiner von denen, die allzu schwer an ihrem Ego tragen	143
Die Studenten lernen – und lehren: Wie ist Gutes auch finanziert?	144
Ohne die Ökonomie der Überzuversicht kommt auch künftig kein Manager aus	145
Alle wollen Geld verdienen – nur Jansen und die späteren Google-Gründer bleiben	146
Ein Mini als Dienstwagen für den Uni-Präsidenten? Unmöglich!	147
Zurück zum akademischen Eros – weil neue Impulse glücklich machen	148
Viele Manager sind zu selbstverliebt – wie viele Ärzte, Ingenieure und Anwälte auch	149

Bewerber mit Zack-Bumm-Lösungen sind an der Zeppelin Universität nicht gefragt	150
Werft eure Werkzeuge weg! Der Kapitalbegriff wird neu definiert	151
Jansen ist mit Marx einig: Kostenloses Studium ist Ausbeutung des Proletariats	152
Der Zeitenwender – Karl Matthäus Schmidt	155
Krisengewinnler	156
Der verlorene Glaube ...	157
Lustvolles Regelbrechen	157
Wir handeln als Fürsprecher unserer Kunden	158
Anständiger Profit – im doppelten Wortsinn	159
Der >König von Hof<	160
Die Idee des serviceorientierten Wertpapierhandels	161
Auszeichnungen, Talkshows – und dann der Crash	161
Das Consors-Desaster war ein Vorbote der Finanzkrise	163
Gutes Geld von dummen Deutschen	164
Der Chefprediger – Notker Wolf	167
Dem Himmel ganz nah: 300 000 Flugmeilen und »Stairway To Heaven«	168
Moral klingt für ihn nach Moralin – Notker Wolf spricht lieber von Ethik	169
Er vermisst Werte wie Gehorsam und Demut – besonders bei Managern	169
Die Dreistigkeit mancher Manager – für Wolf ein Produkt unserer Gesellschaft	170
Deutschland habe den Glauben an die Vernunft verloren – schuld seien die 68er	171
Wohlstand ist kein Menschenrecht – und manche Hartz-IV-Empfänger sind nicht arbeitswillig	172
Für das Kloster in Rom wird er sein eigener Unternehmensberater	174

Ketzerische Gedanken bei Tisch	175
Kirche und Gesellschaft brauchen starke Menschen – und etwas »Teufelszeug«	176
Der Sonnenanbeter – Robert Hartung	179
Zeit für schwermütige Gedanken – oder die Lebens-Idee	180
Die Moral in Kinderaugen	181
Centrotherm als Global Player	182
Zufriedene Mitarbeiter – Grundlage des Erfolgs	183
Der entscheidende Wettbewerbsvorteil	184
Neue Berufs- und Lebensperspektiven	185
Das Ende ist der Beginn	186
Bei Centrotherm ist alles anders	187
Loslassen – und wachsen	188
Der Profitminimierer – Andreas W. Korth	191
Mit einem Handy zur Unternehmerin. Der Weg aus der Armut für Hunderttausende Menschen	192
Vom Saulus zum Paulus – bekehrt, weil Marktmechanismen nicht mehr funktionieren	193
Nachhaltigkeit statt Neoliberalismus. Die Anzugträger müssen umdenken	194
Sechs Prozent Rendite – den Rest sieht man durch die soziale Brille	195
Laut Korth hat das Finanzsystem seine Grenzen erreicht. Der Weltfrieden sei massiv gefährdet	196
Die Gordon Gekkos sind noch da	197
Nachhaltige Investitionen, vom Staat belohnt? Nicht in Deutschland	198
Sich sozial geben und Maserati fahren? Fürs Image eine Katastrophe	199
Der Arme zahlt Schulden zuverlässiger zurück als die meisten Kreditnehmer	200
Korth sieht die Finanzkrise noch nicht ausgestanden. Kein Erfolg mehr ohne Ethik	201

Die Multiaktivistin – Claudia Langer	203
Adieu Marketing	204
Von der Angst nach dem Frontalaufprall	205
Dem Fußball sei Dank	206
»Heile Welt« in Kanada	207
Wie funktioniert intelligentes Guerilla-Marketing?	207
Utopia – ein neues Miteinander	208
Verbraucher sind auch Wähler	209
Ein Gutmensch will Geld verdienen	210
Das »Changemaker-Manifest«	211
Die Neue Deutschland AG	212