

Inhalt

	Vorwort	7
1	Einleitung	
	Erkenntnisinteresse – Fragestellung – Arbeitshypothesen	11
	Untersuchungsebenen – Untersuchungsmethode – theoretische Grundlagen	25
	Forschungsstand und Materialgrundlage	44
2	Amerikanische Leitbilder	
2.1	Wahrnehmungs- und Transformationskanäle: Mittler, Medien und Multiplikatoren	57
2.1.1	Entwicklungshilfe für Deutschland: Das US Technical Assistance and Productivity Program (USTA&P)	60
2.1.2	Management-Diffusion durch Verbände, Organisationen, Institutionen	84
2.1.3	Unternehmerreisen	92
2.1.4	Medien und „Management Gurus“	106
2.2	Technologie und Produktion – Die „Technologische Lücke“	121
2.3	Human Relations – Amerikanische und deutsche Modelle	173
2.4	Public Relations – Neue Wege der Öffentlichkeitsarbeit	204
2.5	Marketing und Werbung – Durchsetzung der Markt-Orientierung	221
2.6	Unternehmensorganisation – Divisionalisierung und amerikanische „Plan-Wirtschaft“	260

2.7	Betriebliches Rechnungs- und Kontrollwesen – Der Einzug von Controlling und „Elektronengehirnen“ in deutschen Unternehmen	276
2.8	Manageraus- und -weiterbildung – Deutsche Sonderwege	293
2.9	Zwischenfazit: Von der „Amerikanisierung“ zur Orientierung an amerikanischen Leitbildern	308
3	Japanische Leitbilder	
3.1	Die deutsche Wiederentdeckung Japans und die japanische Amerikaorientierung	313
3.2	Der unproduktive Blick – Selektive unternehmerische Wahrnehmung der 50er und 60er Jahre	336
3.3	Die „japanische Herausforderung“ in den 70er Jahren	355
3.4	Die Wiederentdeckung des Lernens – Orientierung an japanischen Management- und Produktionsmethoden in der ersten Hälfte der 80er Jahre	366
3.4.1	Auslöser: Der „Japanschock“ der Automobilindustrie	366
3.4.2	Japanische Leitbilder und deutsche Pioniere: Die Fallbeispiele Volkswagen, Freudenberg und Continental	373
4	Fazit	395
5	Quellen- und Literaturverzeichnis	405
5.1	Abkürzungsverzeichnis	444
5.2	Personenverzeichnis	448
5.3	Unternehmensverzeichnis	451