

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	V
Warum wir dieses Buch herausgeben	VI
Inhaltsverzeichnis	IX

Teil A Entscheider in der Krise

<i>Björn Bloching</i> Chaos, Plan und Strategie – Unternehmensführung im Umbruch	3
<i>Michael Kleinaltenkamp, Michael Ehret</i> Schattenseiten der Arbeitsteilung – Herausforderungen für die Kommunikation	17
<i>Torsten Oltmanns, Michael Ehret</i> Manager machen Märkte – Warum der Homo oeconomicus keine Zukunft hat	27
<i>Dietmar Fink, Bianka Knoblach</i> Wie Manager ihre Realitäten konstruieren – Weltbilder und Modethemen	41

Teil B Weltbilder setzen – was Manager von der Politik lernen können

<i>Ivo Hajnal</i> Medien und Sprache der Entscheider	55
<i>Matthias Machnig</i> Politische Kommunikation – Möglichkeit und Grenzen	73
<i>Jürgen Hogrefe</i> Public Affairs in einem sich wandelnden komplexen Umfeld	85

Hermann Scheer

Demokratieverlust als Preis der Globalisierung? – Warnung vor einem historischen Trugschluss	99
---	----

Teil C Deutungshoheit erlangen – wie Unternehmen die Realität definieren

André Schneider

Das World Economic Forum und die Verbesserung der Weltlage	109
--	-----

Stephan Ebert

Bekanntheit schafft Vertrauen, schafft Sicherheit – Kommunikation als Mittel zur Reduzierung von Kundenunsicherheiten	125
--	-----

Manfred Hasenbeck, Kim Kranz, Alexander Gutzmer

Wandel inszenieren – Kommunikation mit Entscheidern als Erfolgsfaktor im Change-Prozess	139
--	-----

Adriana M. Nuneva, Stefanie Jensen

Best-Practice-Beispiel für die Markenführung von Industriegütern	151
--	-----

Burkhard Woelki, Christian Schwind

Kommunikation als Energiefaktor für den Unternehmenserfolg	169
--	-----

Ausblick

Kommunikation und kreative Restrukturierung moderner Gesellschaften	179
---	-----

Autorenverzeichnis	183
---------------------------------	-----

Stichwortverzeichnis	189
-----------------------------------	-----