

Betriebs- und
Finanzwirtschaftlicher
Service GmbH



Thematisches Inhaltsverzeichnis

Management

Strukturanalyse selbstverwalteter Betriebe.....	11
Der häufigste Insolvenzgrund: Managementfehler.....	20
Prioritäten der obersten Manager.....	26
Drogen werden zum Managementproblem.....	36
Das Bild vom idealen Top-Manager wird brüchig.....	37
Der Spitzenmanager: Ideal und Wirklichkeit.....	38
Mentales und Persönliches bestimmen den US-Manager der Zukunft.....	72
"Neues Sehen" als Management-Instrument.....	83
Selbstorganisation contra Chaos.....	92
Transformationen in der nächsten Epoche des Business.....	95
Problemerhaltende Problemlösungsmechanismen.....	97
Unternehmen: "Das einzige, was beständig ist, ist der Wandel".....	110
Chaos-Dynamik fordert Veränderung des Controlling.....	137
Die Hierarchie folgt in Zukunft dem Bewußtseinsstand.....	138
Informationsbeschaffung und -interpretation.....	143
Erfolgreiche Manager sind keine Zeitplaner.....	146
Die Wiedergeburt der Unternehmen.....	161
Vom Sinn und Unsinn der Übernahme japanischer Wirtschaftsstrukturen.....	164
Neue Managementlehre: Organizational Intelligence (O.I.).....	167
Gefragt: Wege aus der Rezession.....	172
Erfolgsfaktoren in Unternehmen.....	174
Interims-Management statt externer Beratung.....	176
Wachsender Markt für Outsourcing.....	180
Wenig Offenheit für Ideen.....	183
Absatzplanung: Prinzip Hoffnung herrscht noch vor.....	185
Weiterbildung als strategisches Instrument.....	189
Denkfehler im Management.....	195
Das Unternehmen als dynamisches System.....	196
Outsourcing als Rationalisierungsweg.....	199
Lernen und Entlernen im Wandel.....	203
Weiterbildung als Investition in die Zukunft.....	203
Franchising in fast jeder Branche.....	206
Das Unternehmen als Ergebnis der Mentalfitneß.....	206

Wertewandel

Immer mehr suchen Lebenssinn auch außerhalb von Arbeit und Beruf.....	9
Der neuen Trend: Von der technischen Innovation zur sozio-kulturellen Innovation.....	9
Der Faktor "Zeit" wird immer wichtiger.....	25
Verwendung der Lebenszeit.....	27
Zielfelder und Kriterien angewandter Wirtschaftsethik.....	28
Unternehmenspolitik im Zentrum.....	29
Wertewandel der Arbeit.....	33
Der Boom der guten Taten.....	36
Wertewandel fordert Unternehmen.....	48
Soziales Engagement in den USA.....	77
Werbe-Bewertung nach Basis-Sozial-Qualitäten.....	118
Hippokratischer Marketing- & Management-Eid.....	126
Das Ende der Endgültigkeiten.....	130
Japan: Bonus für Nichtraucher.....	141
"Alternativer Marketing-Preis" ins Leben gerufen.....	144
Der abendländische Denkrahmen ist zu klein geworden.....	157
Wellness als Mittel zur Leistungssteigerung.....	175
USA: Jährlich 750 Morde am Arbeitsplatz.....	176
"Partner" statt "Angestellter".....	183
Lebensschwerpunkte verteilen sich.....	212

Personalentwicklung

Was ist Meta - was ist Mega?.....	11
Manager bekommen ein Alters-Problem - durch mehr Turbulenzen.....	18
Beginnende Neuorientierung bei den Entlohnungs-Systemen.....	18
Der Faktor "Zeit" wird immer wichtiger.....	25
Kommunikationsstrukturen zwischen Managern und Mitarbeitern.....	30
Motivationsfaktor Gehalt.....	31
Mitarbeiterverantwortung soll Zusammenhalt stärken.....	47
Wertewandel fordert Unternehmen.....	48
Strategien und Tendenzen für morgen.....	52
Weiterbildung auf Japanisch.....	76
Titel-Sucht als europäisches Charakteristikum.....	79
Niederlande: Urlaubstage kaufen und verkaufen.....	79
Ideen-Management statt betriebliches Vorschlagswesen.....	84
Japan: Mitgliedschaft statt Beruf.....	86
Im Gerede: Assessment-Center und Intelligenz-Tests.....	88

Mehr Personalmarketing für weniger Bewerber.....	88
Gefordert: Weiterbildung älterer Mitarbeiter.....	93
Trends in der Arbeitszeitorganisation.....	98
Zur zukünftigen Personalauswahl.....	103
Familien-Pause auch für Väter.....	104
Abschluß als MBA keine Karriere-Garantie.....	105
"Headhunter" als Stellenvermittler für Hochschulabsolventen.....	106
USA: Kindertelefon unterstützt berufstätige Eltern.....	108
Hochschulmarketing: Unternehmen als Bewerber.....	108
Sabbatical für Manager: In den USA bereits Realität.....	111
Das Spiel als Mittel im betrieblichen Alltag.....	113
"Job-Design" fördert unternehmerisches Denken der Mitarbeiter.....	114
Die Fabrik der emanzipierten Menschen.....	115
Pflege-Pause für IBM-Mitarbeiter.....	116
"Ohne uns läuft nix" - Mitarbeiter sehen ihr Unternehmen.....	116
Mitarbeiter in lernenden Organisationen.....	154
Trainingslaboratorien als Vorbereitung für Manager.....	155
Washington: Studie zur Leistungsfähigkeit älterer Arbeitnehmer.....	160
Neue Anreize für die Mitarbeiter zeigen.....	179
"Spielerische" Botschaften an Mitarbeiter und Kunden.....	180
"Feedback-Action" zur laufenden Qualitätsverbesserung im Personalbereich ..	184
Theaterstücke zur Schulung von Mitarbeitern.....	188
"Action Learning" kombiniert Ausbildung und Arbeit.....	197
Teamarbeit als Erfolgchance.....	211

Führung

Kommunikationsstrukturen zwischen Managern und Mitarbeitern.....	30
Das Bild vom idealen Top-Manager wird brüchig.....	37
Der Spitzenmanager: Ideal und Wirklichkeit.....	38
Baby-Boomer-Bosse sind härter.....	70
Japan: Mitgliedschaft statt Beruf.....	86
Management mit Vertrauen.....	90
Unternehmen: "Das einzige, was beständig ist, ist der Wandel".....	110
Gefragt: Eine neue Führungskultur.....	122
Visionäres Personalmanagement.....	123
Das Ende der Endgültigkeiten.....	130
Die Hierarchie folgt in Zukunft dem Bewußtseinsstand.....	138
Führen von unten.....	146
Das Ende der Umarmungskultur.....	153

Durchsetzung des "weiblichen Führungsstils"?	156
Mentoren statt Vorgesetzte	169
Optimierungsprozesse statt betriebliches Vorschlagswesen?	186
Situative Führung	201

Kommunikation

Externe und interne Kommunikation müssen übereinstimmen	73
Ablösung der Betriebszeitung?	84
Öffentlichkeitsarbeit in der Unternehmenskrise	87
Öffentlichkeitsarbeit als strategische Managementfunktion	89
Leser-Akzeptanz von Mitarbeiterzeitschriften untersucht	91
Von der Krisen-PR zu einer offensiven Informationspolitik	100
Informations-Management als organisiertes Chaos	101
Werbe-Bewertung nach Basis-Sozial-Qualitäten	118
Unübersichtliche Kommunikationswege fördern Informationsverluste	120
Niederlande: Der dritte wartende Kunde zahlt nicht	144
Lean Communication: Der Mensch im Mittelpunkt	169
Informations-Sharing reduziert Hierarchiedenken	194
Zur Zukunft der Unternehmenskommunikation	204

Unternehmenskultur / Corporate Identity

Anthropologen als Unternehmensberater	46
Lagebericht in Sachen Unternehmenskultur	47
Europa rätselt um Corporate Identity	100
Veranstaltungen - Instrument der Unternehmenskultur	136
Praktische Umsetzung von Leitbildern	182
Unternehmenskultur als Schwachstelle des Standortes Deutschland	209

Umwelt

Unternehmensberatung für Umweltschutz	46
Umweltmanagement setzt sich durch	75
Umweltschutz als Wettbewerbsfaktor im Personalmarketing	76
Schweiz: Handelskonzern als Umweltschutz-Pionier	81
Schweiz: Öko-Stellenbörse	86
Öko-Controlling: Systematisierung betrieblicher Umweltpolitik	97
Ökonomie und Ökologie nutzbringend verbinden	107
Rüdiger Lutz: Ökologie und Ökonomie sind kein Gegensatzpaar	139

Umweltschutz von Unternehmen - Zwei Studien.....	150
Perspektiven einer sozial-ökologischen Bilanzierung.....	177
USA: Umweltjobs verlieren an Bedeutung.....	178

Innovation

Was ist Meta- was ist Mega?.....	11
Lern-Partnerschaften als Know-how-Partnerschaften.....	23
Quickstorming - ein Gehirn-Jogging-Software-Paket.....	24
Japanische Technik- und Wissenschaftsprognosen.....	40
Betrieblicher Sozialdienst als neue Dienstleistung.....	42
Szenarien sind Kommunikationsinstrumente.....	44
Das Dynamik-Prinzip - Zukunftsorientierungen für Unternehmer und Manager..	53
Arbeitsorganisation gegen Fluktuation und Fehlzeiten.....	73
Büroqualität gegen Managementmühen.....	74
Schweiz: Job-Bank gewinnt Vorbild-Funktion.....	80
Kooperation der Konkurrenten.....	82
Weiterbildung zum "Euromanager".....	85
BASF: Pionier der Sozialbilanzen.....	94
Speedmanagement soll Innovations-Geschwindigkeit erhöhen.....	96
Kritisches Denken contra Kreativität.....	121
Von Querdenkern lernen.....	128
Mentoring als Trend in der Produktion.....	153
Dänemark: Weltweit einmaliges Weiterbildungsprojekt.....	158
Marktforschung: Bildhaft vorausdenken statt rückwärts gerichtete Analysen fortschreiben.....	171
"Service-Marketing" als Wettbewerbsfaktor.....	181
Modellprojekte für Zirkelarbeit.....	200
Initiative "Musik im Management".....	207
Neuen Leitideen für das Marketing.....	213
Ideen in 30 Tagen realisieren.....	214

Zukunft

Quickstorming - ein Gehirn-Jogging-Software-Paket.....	24
Szenarien sind Kommunikationsinstrumente.....	44
USA: Bewußtseins-erweiternde Techniken im Management.....	45
Vernetzt, aber nicht vernebelt.....	49
Das Dynamik-Prinzip.- Zukunftsorientierung für Unternehmer und Manager....	53
Die Trends für das Jahr 2000.....	60

Visionäres Management.....	70
Deutschland 2000: Die wichtigsten Entwicklungen in der Arbeitswelt.....	117
Von Querdenkern lernen.....	128
USA: Home-Working in den 90er Jahren.....	130
Tendenzen als Seismographen für die eigenen Märkte.....	142
Die Unternehmenszukunft gehört den Radikalen.....	147
Trends auf dem Euro-Arbeitsmarkt.....	148
Szenarien machen die Zukunft des Unternehmens verständlicher.....	163
Das Büro der Zukunft.....	168
Musische Erziehung zur Ausbildung von Kreativität.....	170
Wachstum der Dienstleister.....	187
Neue Formen der Heimarbeit.....	187
Das Büro der Zukunft.....	190
Zur Zukunft der Arbeitsteilung.....	192
Modelle zur Gestaltung von Realität.....	193
10 Trends für die nahe Zukunft.....	196
Zur Zukunft der Unternehmenskommunikation.....	204
Deutschland verschläft Informationsgesellschaft.....	208