

Volker Klenk,  
Daniel J. Hanke Hg.

# Corporate Transparency

Wie Unternehmen im Glashaus-Zeitalter  
Wettbewerbsvorteile erzielen

**Frankfurter Allgemeine Buch**

# Inhalt

<b>Geleitwort</b>	7
<i>Peter Eigen</i>	
<b>Vorwort der Herausgeber</b>	11
<i>Volker Klenk und Daniel J. Hanke</i>	

## II

### **Theorie**

<b>Corporate Transparency: Erfolgreich Handeln im Glashaus</b>	16
<i>Volker Klenk</i>	
<b>Organisatorische Transparenz und Vertrauen</b>	42
<i>Gunter Bentele und Jens Seiffert</i>	
<b>Transparenz ist der Anfang – Wirtschaftskriminalität wirksam bekämpfen</b>	62
<i>Rainer Buchert</i>	
<b>Nicht ohne meine Werte</b>	72
<i>Daniel J. Hanke</i>	
<b>Transparenz als Voraussetzung für erfolgreiche Krisenprävention und Compliance-Management</b>	89
<i>Henning Herzog</i>	
<b>Unternehmensberichterstattung von morgen: Transparenz als Voraussetzung für das Vertrauen des Kapitalmarktes</b>	104
<i>Nadja Picard</i>	



## **Praxis**

- Transparenz als Erfolgsfaktor in der Bankwirtschaft** 132  
*Jörg E. Allgäuer, Nadine Stegemann und Rainer Brandt*
- Vertrauen ist das schönste Kompliment** 147  
*Jan Runau*
- Transparenz in der Konsumentenkommunikation** 155  
*Matthias Mehlen*
- Transparenz und Vertrauen als Basis für nachhaltigen Erfolg** 165  
*Elisabeth Schick*
- Unternehmerische Transparenz herstellen mit modernen Mitteln** 178  
*Herbert Heitmann*
- Mit der radikalen Transparenz des Webs leben lernen** 189  
*Klaus Eck*
- Living with Translucency. Preparing for Transparency** 205  
*Tim Kitchin und James Thellusson*
- Trust and transparency: an opportunity for innovation and leadership** 219  
*Charlotte Ersbøll*
- Ohne Gesetze mehr Transparenz: Berichterstattung von Spendenorganisationen** 234  
*Oliver Heieck*
- Die Autoren** 239