Inhalt

Vorwort zur 2. Auflage 5

Vorwort 7

Teil 1: Der Unternehmer 17

1 Ehrbarer Kaufmann, Ausbeuter, Freigeist: Unternehmerbilder in der öffentlichen Wahrnehmung 19

1.1 Fünf Unternehmerbilder 21

1.2 Der Unternehmer im Spiegel der Wissenschaft 34

1.3 Fokus: Die Facetten zusammenfügen 42

2 Die Gründung: Von der Kunst, ins Glück zu stolpern 45

2.1 Unternehmer, die in ihr Glück stolpern 47

2.2 Erste Besonderheit: Umgang mit der Zukunft 50

2.3 Zweite Besonderheit: Gelegenheiten wahrnehmen 54

2.4 Dritte Besonderheit: Umsetzungskraft 60

„Einen Businessplan hatten wir nicht", Interview mit Christoph von Bergen, Gründer der Sputnik Engineering AG 63

3 Unternehmer sind Verrückte: Management hat Grenzen – Unternehmertum verrückt sie 73

3.1 Auf den Schultern von Schumpeter 74

3.2 Die Grenzverrücker 75

3.3 Unternehmer trifft Manager 80

„Unternehmer sind Lückenfinder", Interview mit Prof. Dr. Dirk Baecker, Zeppelin Universität 87

4 Passion, Kompensation und Lebensgenie: Warum Unternehmer Unternehmer werden 97

4.1 Motiv 1: Drang nach Autonomie 99

4.2 Motiv 2: Eine Spur hinterlassen 107

5 Einheit von Denken und Handeln: Wie Unternehmer lernen 111

5.1 Bewusste Lernabwehr: Ignoranz als Tugend 113

5.2 Lernen im Vollzug: Dem Wissen Leben einhauchen 115

5.3 Balanceakt zwischen Nichtlernen und Lernen 120

Teil 2: Der Unternehmer und sein Unternehmen 123

6 Love it or leave: Unternehmergeführte Firmen ticken anders 127

6.1 Auf Erkundung: In die unergründliche Tiefe der Organisation 129

6.2 Grundüberzeugungen bei inhabergeführten Unternehmen 130

6.3 Kaum diskutabel: Die Kultur des inhabergeführten Unternehmens 143

7 Mitreißen zum Mitmachen – bis an die Grenze der Belastbarkeit: Unternehmer und ihr Blick auf ihre Mitarbeiter 147

7.1 Mitarbeiter binden – eine Frage der Führung 149

7.2 Erster Mechanismus: Einbindung der Person 152

7.3 Zweiter Mechanismus: Vertrauen 156

7.4 Dritter Mechanismus: Macht und Autorität 159

7.5 Vierter Mechanismus: komplementäre Fähigkeit 162

„Menschen in Brot und Arbeit bringen", Interview mit Ingrid Hofmann, Gründerin der I. K. Hofmann GmbH 165

8 Mit Widersprüchen umgehen: Führung als Balanceakt.....175

8.1 Paradoxien: Die Herausforderung des Ambivalenten.....177

8.2 Balanceakt: Der Umgang mit ambivalenten Situationen.....181

8.3 Balancierend zum Erfolg: Die Führungskunst des Unternehmers..183

8.4 Die Quadratur des Kreises.....188

9 Die Kunst des Zögerns: Entscheidungen des Unternehmers.....191

9.1 Beobachtungen: Wie Unternehmer wirklich entscheiden.....192

9.2 Ausflug in die Entscheidungstheorie.....195

9.3 Die Besonderheiten unternehmerischer Entscheide.....198

10 Familienunternehmen und Unternehmerfamilien: Zwischen Gefühl und Geschäft.....207

10.1 Vignetten voller Widersprüche.....210

10.2 Theorie: Das Drei-Kreise-Modell.....213

10.3 Die Familie – Ressource mit Risiko.....218

10.4 Worauf es ankommt: Erfolgsmuster für Familienunternehmen....222

„Ein Führerschein für Gesellschafter", Interview mit Dr. Ulrich Wacker, EQUA-Stiftung.....227

Teil 3: Prinzip Unternehmertum.....235

11 Nicht reden, sondern tun: Das Wertegerüst.....237

11.1 Das Grunddilemma der Wirtschaftsethik.....239

11.2 Gesellschaftlich angekoppelt: Das Wertegerüst des Unternehmertums.....244

11.3 Medienspiegel: Wie Unternehmen gesehen werden.....249

11.4 Wasser in den Wein: „Ich weiß, was gut ist".....253

„Unsere Kunden spüren den Unterschied", Interview mit Prof. Götz

Werner, Gründer dm-drogerie markt 257

12 Contra Renditenwahnsinn: Der Unternehmer als Sinnstifter 265

12.1 Nährboden: Im Unternehmertum gedeiht Sinn 267

12.2 Transporteur: Unternehmertum stiftet Sinn 271

12.3 Daten und Fakten: Die Wirkung der Sinnstifter 278

„Wir sind keine Kurzfristdenker", Interview mit Friedrich von Metzler, Bankhaus Metzler 281

13 Unternehmertum als Motor der gesellschaftlichen Entwicklung 287

13.1 Die Pioniere der neuen Wellen 292

13.2 Neue Formen von Unternehmertum 295

13.3 Erfolgs- oder Auslaufmodell? 307

14 Der Preis der Freiheit: Absturz möglich 309

14.1 Absturzursache 1: Fehlende Innovationskraft 310

14.2 Absturzursache 2: Nicht loslassen 312

14.3 Absturzursache 3: Hybris und Größenwahn 314

14.4 Absturzursache 4: Erbkonflikte und Familienfehden 316

14.5 Im Abstieg rückt das Leben näher 318

Nachwort 323

Literatur 325

Der Autor 331

http://www.springer.com/978-3-8349-4626-3

Unternehmer sind Verrückte
Wie Unternehmer Grenzen überwinden und was Manager von ihnen lernen können
Zimmermann, W.
2014, XVI, 315 S. 10 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-8349-4626-3