

Horst Rückle

# Mit Visionen an die Spitze

Zukunftsorientiert denken,  
handeln und führen

**GABLER**

*G5-OZ .*

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>11</b>
----------------------	-----------

## **TEIL I**

<b>Visionäre sind selten</b> .....	<b>13</b>
------------------------------------	-----------

Zu diesem Buch: Position und Anspruch.....	15
---	----

Was ist eine Vision? Für die Wissenschaft noch ein Rätsel.....	20
---	----

Wie entsteht eine Vision? Wichtig sind die Einflußfaktoren.....	23
--	----

Warum brauche ich eine Vision? Weiterentwicklung heißt das Zauberwort.....	28
---	----

Wann brauche ich eine Vision? Wegweiser in die Zukunft immer erforderlich.....	32
---	----

## **TEIL II**

<b>Visionen sind vielschichtige Gebilde</b> .....	<b>37</b>
---	-----------

Einflußfaktoren: Die Eckpfeiler einer Vision.....	39
--	----

Unternehmensphilosophie: Eine Soll-Größe für alle Mitarbeiter.....	43
---	----

Unternehmenskultur: Die Summe der Selbstverständlichkeiten.....	50
--	----

Unternehmensziel: „Die Sterne am Visions-Himmel“.....	56
--	----

Corporate Identity: Ausgangsbasis für Leitlinien.....	60
--	----

Ethik und Moral: Lebensqualität der Mitarbeiter sichern.....	65
---	----

Werte:	
Wertvorstellungen sind Qualifikationsfaktoren.....	72
Führungsstil:	
Ein festgelegter Führungsstil ist graue Theorie.....	79
Persönlichkeit:	
Von der Freiheit des Denkens.....	86
Rollen und Regeln:	
Wildwuchs wird verhindert.....	92
Konfliktmanagement:	
Der Konfliktmanager für alle Fälle.....	99
Kreativität und Innovation:	
Im Bildungssystem nicht vorgesehen.....	103
Motivation:	
Das Ergebnis von vielen Motiven.....	109
Engagement:	
Arbeit ist ein Spiel.....	114
Prioritäten:	
Individualität statt Modelle.....	120
Kommunikationswege:	
Mehr Informationen sind gefragt.....	125
Zeitqualität und Selbstmanagement:	
Verlorene Zeit ist unwiederbringlich.....	129
Prognosen und Trends:	
Markt und Gesellschaft liefern wichtige Daten.....	134

<b>TEIL III</b>	
Manager schauen <b>in die Zukunft</b> .....	141
<b>TUI</b>	
Dr. Ralf Corsten Freizeitgesellschaft mit individuellen Angeboten.....	143
<b>JUNGHANS</b>	
Wolfgang Fritz Lifestyle-Produkte und Zukunftstechnologien machen das Rennen.....	151
<b>RICHARD-HIRSCHMANN-FIRMENGRUPPE</b>	
Richard G. Hirschmann Kommunikationsnetze können Verbindungen auch zerstören.....	154
<b>RUHRKOHLE AG</b>	
Dr. Heinz Hörn Der Energieverbrauch wird extrem ansteigen.....	158
<b>MDB</b>	
Dr. Elke Leonhard Wenn Egoisten kooperieren.....	162
<b>R. STAHL GMBH</b>	
Hellmut Mandry Kein Platz für Subvention und Korruption.....	166
<b>QUELLE SCHICKEDANZ AG &amp; Co.</b>	
Dr. Klaus Mangold Wir sollen nach den Sternen greifen.....	171
<b>OBI BAU + HEIMWERKERMÄRKTE</b>	
Manfred Maus Alice im Wunderland.....	175
<b>SCHILLING CHEMIE</b>	
Gerhard Schilling Ethik und Moral werden zur Richtschnur.....	177
<b>UNIVERSITÄT DES SAARLANDS</b>	
Prof. Dr. Christian Scholz Von der Personalverwaltung zum Kompetenzzentrum.....	182

BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG Hermann Schmidt Lernen in Baukästen.....	185
ZENTRALVERBAND DES DEUTSCHEN HANDWERKS Heriberth Späth Keine Angst vor Sozial-Schnorrern.....	188
SCHERING AG Dr. Giuseppe Vita Die Unternehmenskultur muß sich öffnen.....	191
REYNOLDS TOBACCO GMBH Hans-Joachim Weder Egoismen sind fehl am Platz.....	194
WÜRTH GMBH Reinhold Würth Der Visionär mit dem Dickkopf.....	197
WELLA AG Peter Zühlsdorff Die Völker werden unberechenbar.....	202
DEKRA Dr. Günter Sabow Verkehrsentwicklung mit grausamen Wahrheiten.....	204
AKAD Prof. Dr. Kurt Schönherr Vom gebagten Faulenzer zum hochmotivierten Mitarbeiter.....	208
ADAC Otto Flimm Nicht nur die Technik entwickelt sich weiter.....	216
TERRE DES HOMMES Dr. Jochen Menzel Sein statt haben.....	219
DEUTSCHER GEWERKSCHAFTSBUND Heinz Werner Meyer Konfliktfreiheit ist Illusion.....	222

KATHOLISCHE FRAUENGEMEINSCHAFT DEUTSCHLAND Irmgard Jalowy Keine Abhängigkeit von der Gnade des Ernährers.....	225
BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT Bernhard Jagoda Die Arbeitszeit wird flexibler.....	228
BUNDESVERBAND DEUTSCHER UNTERNEHMENSBERATER Dr.-Ing. Tom Sommerlatte Balaleikaklänge im Bankenzentrum.....	231
DEUTSCHER GEWERKSCHAFTSBUND Dr. Ursula Engelen-Kefer Die Aufgaben gehen nicht aus.....	234
BÜRGERMEISTER VON BERLIN Eberhard Diepgen Kein Blade-Runner-Horror.....	236
<b>Anhang</b> .....	239
Umfrage: Haben Sie eine Vision?.....	239
Umfrageergebnisse: Keine Zeit für Visionen.....	244
Wer hat eine Vision?.....	244
Wer ist ohne Vision?.....	246
Warum wurde eine Vision entwickelt?.....	247
Was sind die Inhalte der Vision?.....	248
Werden die Visionsinhalte an Mitarbeitern sowie an Personengruppen außerhalb des Unternehmens weiter vermittelt?.....	251
Wie werden die Inhalte vermittelt?.....	252
Wie definieren Sie den Begriff „Vision“?.....	252
Argumente der Absager.....	254