

**Hans Hass**

**Der Hai im  
Management**

Instinkte steuern  
und kontrollieren

Wirtschaftsverlag Langen-Müller/ Herbig

# Inhalt

|                   |   |
|-------------------|---|
| Vorwort . . . . . | 9 |
|-------------------|---|

## **Erster Teil: Der Psychosplit.**

### **Seine Entstehung und seine Folgen . . . 15**

|   |     |
|---|-----|
| 1. Prämisse: Für alle Lebewesen ist Energieerwerb eine überragend wichtige Funktion. . . . .              | 17  |
| 2. Prämisse: Die Energiequelle aller Tiere ist die organische Struktur anderer Lebewesen. . . . .         | 25  |
| 3. Prämisse: Für Energieerwerb durch Raub sind zielführende Verhaltenssteuerungen nötig. . . . .          | 35  |
| 4. Prämisse: Besonderheit des Menschen — er schafft sich zusätzliche Organe. . . . .                      | 49  |
| 5. Prämisse: Der Intellekt des Menschen fördert zunächst seine Instinkte. . . . .                         | 63  |
| 6. Prämisse: In seßhaften Gemeinschaften kommt es zum Energieerwerb über Tausch. . . . .                  | 77  |
| 7. Prämisse: Energieerwerb über Tausch macht andere Strategien notwendig. . . . .                         | 89  |
| 8. Prämisse: Durch Konditionierung wird der Nachfrager zum Schlüsselreiz für Raubverhalten. 1 o 1         |     |
| 9. Prämisse: Der Universalvermittler Geld steigert den chronischen Dauerkonflikt . . . . .                | 119 |
| Schlußfolgerung: Durch Bewältigung des Psychosplits läßt sich Erfolg und Lebensqualität steigern. . . . . | 133 |

## **Zweiter Teil: OBS**

### **Die Überwindung des Psychosplits . 147**

|   |            |
|---|------------|
| 1. Konsequenz: Willst Du Gewinn, dann denke an den Vorteil anderer. . . . .                                 | 149        |
| 2. Konsequenz: Nicht nur die ausgetretenen Wege führen zu Erfolg. . . . .                                   | 165        |
| 3. Konsequenz: Sei bestmöglicher Schlüssel für das richtige Schloß. . . . .                                 | 185        |
| 4. Konsequenz: Nütze nicht Schwachstellen anderer, sondern hilf, sie zu beseitigen. . . . .                 | 201        |
| 5. Konsequenz: Spezialisierere und diversifiziere Dein Angebot — aber richtig. . . . .                      | 223        |
| 6. Konsequenz: Wirst Du Problemloser einer Zielgruppe, dann steuert sie Deinen Erfolg. . . . .              | 243        |
| 7. Konsequenz: Gelderwerb und Gewinn sind keineswegs identisch. . . . .                                     | 259        |
| 8. Konsequenz: Betrachte Angestellte nicht als Produktionsmittel und Arbeitgeber nicht als Melkkuh. . . . . | 273        |
| 9. Konsequenz: Richte Dich auf qualitatives Wachstum ein. . . . .   | 285        |
| Nachwort . . . . .  | 301        |
| <b>Anhang . . . . .</b>   | <b>303</b> |
| Anmerkungen. . . . .  | 305        |
| Literaturverzeichnis. . . . .   | 323        |