

Ekkehard Schmider

Geschäftspartner fürs Leben

Ekkehard Schmider

Geschäftspartner fürs Leben

Entscheider erkennen, erreichen und binden



Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme
Ein Titeldatensatz für diese Publikation ist bei
Der Deutschen Bibliothek erhältlich

1. Auflage Mai 2002

Alle Rechte vorbehalten

© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 2002

Softcover reprint of the hardcover 1st edition 2002

Lektorat: Margit Schlomski

Der Gabler Verlag ist ein Unternehmen der Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer.

www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier.

Cartoon-Zeichnungen: Elisabeth Zacherl, München

Umschlaggestaltung: Nina Faber de.sign, Wiesbaden

Satz: FROMM MediaDesign GmbH, Selters/Ts.

ISBN-13: 978-3-322-82408-0

e-ISBN-13: 978-3-322-82407-3

DOI: 10.1007/978-3-322-82407-3

Inhalt

Vorwort	7
Einleitung	9
1 Erkenne den Ethischen Entscheider	11
<i>These 1: Entscheidungen sind Bauchentscheidungen</i>	13
<i>These 2: Menschen bewegen Dinge – nicht umgekehrt</i>	15
<i>These 3: Entscheider sind wesensverwandt</i>	18
<i>These 4: Die Kunst beweist nicht das Können</i>	22
<i>These 5: Viele Entscheider, viele Möglichkeiten</i>	24
<i>These 6: Entscheidungen beruhen auf Werten</i>	26
<i>These 7: Werte formen die Persönlichkeit</i>	30
<i>These 8: Ethische Entscheider vertrauen sich selbst und anderen</i>	32
<i>These 9: Ethische Entscheider vertragen Kritik</i>	36
<i>These 10: Ethische Entscheider suchen den Austausch</i>	38
<i>These 11: Macht macht manchmal blind</i>	40
Zusammenfassung	42
2 Nutze dein Wissen	45
<i>Folgerung 1: Lieber barfuß als ohne Werte</i>	47
<i>Folgerung 2: Wer reist, entdeckt neue Länder</i>	63
<i>Folgerung 3: Offenheit begünstigt den Zufall</i>	65
<i>Folgerung 4: Wer zuhört, sieht mehr</i>	67
<i>Folgerung 5: Sehen und gesehen werden</i>	93
<i>Folgerung 6: Küsse nicht jeden Frosch</i>	95
<i>Folgerung 7: Vertrauen braucht Zeit</i>	98
Zusammenfassung	100
3 Können Kunden Freunde werden?	103
<i>These 12: Jeder sucht Freunde</i>	105
<i>These 13: Freundschaft ist mehr als ein Wort</i>	107
<i>These 14: Bei Chemikern stimmt die Chemie</i>	109
<i>These 15: Wo Werte sind, ist auch ein Weg</i>	111
<i>These 16: Man trifft sich</i>	113
<i>These 17: Man verblüfft sich</i>	114
<i>These 18: Das schweißt zusammen</i>	115
<i>These 19: Mut zum ersten Wort</i>	117
<i>These 20: Freunde sind Freunde fürs Leben</i>	119
Zusammenfassung	123

4 Handle selbst bewusst	125
<i>Folgerung 8: Du bist ein freundlicher Mensch</i>	127
<i>Folgerung 9: Du hast viel zu bieten</i>	135
<i>Folgerung 10: Keine Angst vor großen Tieren</i>	137
<i>Folgerung 11: Der Mensch kommt vor der Sache</i>	139
<i>Folgerung 12: Zeige Wertschätzung</i>	141
<i>Folgerung 13: Ihr habt euch viel zu sagen</i>	143
<i>Folgerung 14: Offenheit zeichnet dich aus</i>	144
<i>Folgerung 15: Spiegele dein Gegenüber</i>	145
<i>Folgerung 16: Schenke deine Zeit</i>	147
<i>Folgerung 17: Es kommt alles zurück</i>	150
<i>Folgerung 18: Achte auf Aufrichtigkeit</i>	151
<i>Folgerung 19: Umsatz ist Nebensache</i>	155
<i>Folgerung 20: Freundschaft breitet sich aus</i>	156
Zusammenfassung	158
5 Beginne jetzt	161
Prüfe dein Umfeld	163
Plane dein Vorgehen	166
Wen kennst du noch nicht?	170
Prüfe deine Interessen	173
Handle nach deinen Werten	176
Entwickle deine Persönlichkeit	181
Festige deinen Wertekern	184
Genieße deine Erfolge	185
Zusammenfassung	186
Nachwort	187
Anhang	189
Vereine, Verbände und Stiftungen mit dem Schwerpunkt Ethik	189
Beispiele für Vereine mit ethischem Anspruch	192
Akademische Einrichtungen mit dem Schwerpunkt Ethik	194
Internationale Organisationen mit dem Schwerpunkt Ethik	196
Nationale und internationale Organisationen mit Bezug zu Ethik in Verbindung mit Schwerpunktthemen	198
Internet-Zeitung zum Thema Wirtschafts- und Unternehmensethik	203
Internet-Plattform für Wirtschafts- und Unternehmensethik	204
Online-Forum Wirtschaftsethik	204
Konferenzen, Tagungen und Schulungen	204
Geschäftsveranstaltungen	205
Auf Reisen	205
Weiterführende Literatur	206
Der Autor	208
Danksagung	208