

Leadership in der digitalen Welt

Bearbeitet von
Peter Paschek

1. Auflage 2015. Taschenbuch. 92 S. Softcover
ISBN 978 3 8487 2060 6
Gewicht: 196 g

[Recht > Handelsrecht, Wirtschaftsrecht > Telekommunikationsrecht, Postrecht, IT-Recht > Telekommunikationsrecht, Telediensterecht](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Peter Paschek

Leadership in der digitalen Welt



Nomos



DIVSI

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet

DIVSI-Perspektiven

herausgegeben vom
Deutschen Institut für Vertrauen und Sicherheit
im Internet

Band 3

Peter Paschek

Leadership in der digitalen Welt



Nomos

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-2060-6 (Print)

ISBN 978-3-8452-6202-4 (ePDF)

1. Auflage 2015

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2015. Printed in Germany. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
I Zur Einführung	17
II Unternehmensführung und gesellschaftliche Verantwortung – Rahmenbedingungen, Herausforderungen, Wirklichkeit und die Rolle des Internets	21
1. Das Primat des Ökonomischen	21
2. Die Herausforderungen an das Management von Wirtschaftsunternehmen unter dem Primat des Ökonomischen	23
3. Gesellschaftlich verantwortliches Management und die Rolle des Internet	25
III Wo bleibt das Menschliche? – Ergebnisse der Entscheider-Studie	33
IV Management – Gesellschaftliche Verantwortung und die Herausforderung des Internets – Meinungen, Standpunkte, erste Empfehlungen	37
1. Das Internet ein Werk-Zeug – seine Entlastungen und Belastungen	38
2. Das Internet und die gesellschaftlichen Bedingungen der Arbeit des Managers	40
3. Das Internet und die Aufgaben des Managers als gesellschaftlich verantwortliche Führungskraft	42
V Erkenntnis und Verantwortung Thesen zu einer gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmens- führung im digitalen Weltalter	45
1. Gesellschaftliche Bedingungen von Führung im digitalen Weltalter	46
1.1 Das Internet und die Sichtbarkeit der menschlichen Natur	48
1.2 Das Internet und die Tugenden in der Gemeinschaft	49

Inhaltsverzeichnis

2. Herausforderungen und Aufgaben gesellschaftlich verantwortlicher Führung im digitalen Weltalter	51
2.1 Führung und „neue“ Sichtbarkeit	53
2.2 Führung und die Kommerzialisierung des Lebens	54
3. Management-Bildung und Internet	55
VI Leadership in der digitalen Welt	
Zum Erkenntnisstand führender Institutionen des Wissens	62
1. Was wissen die Business Schools	63
2. Die Wissensgesellschaft und der Manager als Wissensarbeiter	75
3. Der gebildete Manager – Fossil oder Erfordernis in der digitalen Welt?	83
Epilog	89