

I N H A L T

2 0 0 7 2 0 1 7 2 0 2 7 2 0 3 7 2 0 4 7
2 0 5 7 2 0 6 7 2 0 7 7 2 0 8 7 2 0 9 7
3 0 0 7 3 0 1 7 3 0 2 7 3 0 3 7 3 0 4 7
3 0 5 7 3 0 6 7 3 0 7 7 3 0 8 7 3 0 9 7



VORWORT	5		
Europa im Umbruch – Überlegungen zur Gestaltung des Kontinents <i>Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Weidenfeld</i>	9	„Marke“ – Erfolg auf Rezept? <i>Franz-Peter Falke</i>	107
Zukunft gestalten = Märkte und Unternehmen gestalten <i>Prof. Dr. Norbert Wieselhuber</i>	19	Einen klaren Kurs haltend – als Privatreederei zwischen Tradition und Zukunft <i>Gisa und Hedda Deilmann</i>	111
Chancen und Risiken von Familienunternehmen <i>Andreas Bettermann</i>	37	Wachstum durch Neukonfiguration des Geschäftsmodelles <i>Edwin Kohl</i>	121
Herausforderungen des Online-Zeitalters <i>Konstantin Neven DuMont</i>	47	Nichts dazu gelernt <i>Prof. Dr. Dr. h.c. Hans-Werner Sinn</i>	127
Erfolgreiche Differenzierung durch Gestaltung einer Markenwelt <i>Dr. Reinhard Christian Zinkann</i>	55	Was auf Deutschland zukommt – die zwingende Logik der Demographie <i>Prof. Dr. Herwig Birg</i>	131
Ein Unternehmen im Wandel <i>Sebastian Schwanhäußer</i>	69	Warum Politik und Wirtschaft nicht gegeneinander ausgespielt werden dürfen <i>Prof. Dr. Armin Nassehi</i>	147
Unternehmer in einer globalisierten Welt <i>Jürgen Fitschen</i>	83	Schöpfung bewahren – Leitlinien für eine Politik des schöpferischen Fortschritts <i>Dr. Ernst Ulrich von Weizsäcker</i>	163
Dienstleistungen – Spielfelder der Zukunft <i>Michael Käfer</i>	93		