

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	5
1.1	Einschätzung der Erfolgsfaktoren Nachhaltigkeit und Werte	9
1.2	Zielsetzung und Aufbau	11
<b>2</b>	<b>Grundlagen nachhaltiger Unternehmensentwicklung</b>	13
2.1	Der Begriff der nachhaltigen Entwicklung	13
2.2	Nachhaltigkeit im Kontext der Wirtschaft	16
2.3	Nachhaltige Unternehmensentwicklung	19
2.4	Dimensionen nachhaltiger Unternehmensentwicklung	21
2.4.1	Ökologische Dimension	21
2.4.2	Ökonomische Dimension	23
2.4.3	Soziale Dimension	23
<b>3</b>	<b>Werte</b>	27
3.1	Normen	30
3.2	Einstellungen	31
3.3	Wertewandel	34
3.4	Werte in Unternehmen	38
3.5	Unternehmenskultur	42
3.6	Werteorientierte Unternehmensentwicklung	43
3.6.1	Employer Branding	45
3.6.2	Diversity Management	47
3.6.3	Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship	48
3.6.4	Werte bei Merger & Acquisition-Prozessen und im Change Management	50
3.7	Erfolgreiche werteorientierte Unternehmensentwicklung und Wertemanagement	51
<b>4</b>	<b>Grundlagen des GRID-Ansatzes</b>	55
4.1	Die GRID-Führungsstile	57
4.1.1	Team Management/Leadership – 9.9	57
4.1.2	Befehlsmanagement/Kontrolle – 9.1	58
4.1.3	Vereinsmanagement/Entgegenkommen – 1.9	58
4.1.4	Paternalismus/PAT – 9+9	59
4.1.5	Überlebensmanagement/Gleichgültigkeit – 1.1	59
4.1.6	Humanes Organisationsmanagement/Status quo – 5.5	59

4.1.7	Opportunismus/OPP	60
4.2	Allgemeine Kritik	60
4.3	Die Weiterentwicklung des GRID-Modells	62
<b>5</b>	<b>Grundlagen des Synercube-Ansatzes</b>	<b>63</b>
5.1	Das Synercube-Führungsmodell	69
5.2	Die Synercube-Interaktionselemente	73
5.3	Die Synercube-Prinzipien	76
5.4	Die Synercube-Machtfaktoren	79
5.5	Die Synercube-Führungsstile	82
<b>6</b>	<b>Die wertorientierte Synercube-Organisationsentwicklung</b>	<b>128</b>
6.1	Die Phasen der Synercube-OE	129
6.2	Wirtschaftlicher Erfolg durch wertorientierte Unternehmensentwicklung mit der Synercube-OE	144
6.3	VALID-Konzept zur Werteanalyse und Implementierung in Verbindung mit der Synercube-OE	147
<b>7</b>	<b>Praxisbeispiel zur wertorientierten GRID-Unternehmensentwicklung bei der GLOBUS SB-Warenhaus Holding GmbH &amp; Co. KG</b>	<b>153</b>
7.1	Der direkte Bezug zu Werthaltungen	158
7.2	Resultate der Mitarbeiterbefragung im Rahmen der Kulturanalyse	159
<b>8</b>	<b>Zusammenfassung und Schlussfolgerung</b>	<b>164</b>
	Literaturverzeichnis	168
	Anhang	179
	Abbildungsverzeichnis	191
	Tabellenverzeichnis	192
	Abkürzungsverzeichnis	193