



INHALT



VORWORT	1
DER RUF DES FACKELTRÄGERS	7
1. KAPITEL Führungspersönlichkeiten bringen andere voran	9
2. KAPITEL Empathisches Zuhören als Wegweiser	23
<i>Fallstudie: IBM und Market Basket</i>	31
3. KAPITEL Der Werkzeugkasten des Fackelträgers	43
<i>Fallstudie: Starbucks</i>	61
4. KAPITEL: TRAUM <i>Zeit der Inspiration</i>	77
<i>Fallstudie: Interface</i>	95
5. KAPITEL: SPRUNG <i>Zeit der Entscheidung</i>	109
<i>Fallstudie: Rackspace</i>	129
6. KAPITEL: KAMPF <i>Zeit des Wagemuts</i>	141
<i>Fallstudie: Bürgerrechtsbewegung</i>	161
7. KAPITEL: AUFSTIEG <i>Zeit der Ausdauer</i>	175
<i>Fallstudie: Wohltätigkeitsorganisationen - Trinkwasser</i>	193
8. KAPITEL: ANKUNFT <i>Zeit der Rückbesinnung</i>	209
<i>Fallstudie: Chick-fil-A</i>	229
9. KAPITEL: (NEUER) TRAUM <i>Zeit der Herausforderung</i>	241
<i>Fallstudie: Apple</i>	251
FAZIT <i>Geständnisse eines Fackelträgers</i>	267
<i>Fallstudie: Duarte, Inc.</i>	275
DIE REISE BEGINNT VON VORNE	288
DANKSAGUNG	289
ANMERKUNGEN	291
BILDNACHWEIS	311
REGISTER	313

