

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Vorwort | 5 |
| Mit Fusionen zum Erfolg? | 11 |
| Fusionen – eine Sucht, die oft zu Katerstimmung führt ____ | 13 |
| Den Wandel in den Griff bekommen | 15 |
| Wachstum – großzügig und kleinlich zur gleichen Zeit | 18 |
| Was schief gehen kann, geht schief | 21 |
| Entscheidendes läuft vor dem Deal | 23 |
| Was erfolgreiche Fusionsintegration eigentlich ist | 24 |
| Die sieben Schlüsselfaktoren erfolgreicher Fusionen | 27 |
| <i>Spielregel 1: Vision</i> | |
| <i>Schaffen Sie Klarheit über die Zukunft und den Weg dorthin! ____</i> | 27 |
| Vision hilft, den Wandel zu schaffen und zu nutzen | 30 |
| Vision heißt, Realität und Traum verbinden | 33 |
| Dem „Fit“-Fetisch in uns ein Ende bereiten | 36 |
| Was bringt der Partner mit? | 42 |
| Was Sie tun müssen – eine Checkliste | 50 |
| <i>Spielregel 2: Führung</i> | |
| <i>Stellen Sie so schnell wie möglich eine Führungsmannschaft auf! ____</i> | 51 |
| Ausstrahlung und Entschlossenheit der Spitzenleute verhindern das gefährliche Vakuum | 53 |
| Ein guter Start ist kein Grund, sich auf den Lorbeeren auszuruhen | 57 |
| Manchmal muss jemand bereit sein zurückzustehen | 60 |
| Es muss schnell gehen – egal mit wem | 65 |
| Was Sie tun müssen – eine Checkliste | 68 |

Spielregel 3: Wachstum

| | |
|--|----|
| <i>Behalten Sie das Thema Wertsteigerung im Auge</i> | 69 |
| Selbstmord mit Synergien: Kostensenkung | |
| ist kein Garant für Erfolg | 72 |
| Wachstum muss im Mittelpunkt stehen | 74 |
| Wachstum ist auch in reifen Märkten möglich | 79 |
| Was Sie tun müssen – eine Checkliste | 81 |

Spielregel 4: Schnelle Gewinne

| | |
|--|-----|
| <i>Handeln Sie konstruktiv, erzielen Sie Erfolge</i> | |
| <i>und kommunizieren Sie, was Sie erreicht haben!</i> | 82 |
| Nicht nur Worte, die Beteiligten wollen Taten sehen | 85 |
| Intern und extern sind schnelle Gewinne möglich | 86 |
| Suchen Sie nach „early wins“ an der Kundenfront | |
| oder in der Forschung | 91 |
| Bemühen Sie sich um greifbare und nachhaltige Ergebnisse | 98 |
| Informationen sammeln durch Zuhören und Fragen | 98 |
| Gutes tun und darüber reden – aber nicht übertreiben | 99 |
| Was Sie tun müssen – eine Checkliste | 101 |

Spielregel 5: Kulturelle Unterschiede

| | |
|--|-----|
| <i>Kommen Sie „weichen“ Themen mit „harten“ Maßnahmen bei!</i> | 102 |
| Was also ist Kultur? | 104 |
| Wer die Kultur falsch beeinflusst, zerstört am Ende, | |
| was er anfangs aufgebaut hat | 106 |
| Die Sache richtig anpacken: drei Basisoptionen | 110 |
| Eine kulturelle Bestandsaufnahme ist nötig | 119 |
| Was Sie tun müssen – eine Checkliste | 123 |

Spielregel 6: Kommunikation

| | |
|---|-----|
| <i>Schaffen Sie Zustimmung und Orientierung</i> | |
| <i>und nehmen Sie Erwartungen auf!</i> | 124 |
| Verstehen Sie, was Ihre Zielgruppen brauchen | 129 |
| Sie müssen sich über Ihr Kommunikationsziel | |
| im Klaren sein | 132 |

| | |
|---|-----|
| Entwickeln Sie einen allumfassenden Plan | 133 |
| Überwachen Sie das Ergebnis der Kommunikation regelmäßig | 138 |
| Versuchen Sie, Ihre Kommunikation ehrlich einzuschätzen und zu verbessern | 140 |
| Was Sie tun müssen – eine Checkliste | 142 |
| <i>Spielregel 7: Risikomanagement</i> | |
| <i>Seien Sie proaktiv statt reaktiv!</i> | 143 |
| Risiko: Nicht vermeiden, sondern managen | 146 |
| Projekte müssen priorisiert werden | 150 |
| Zunächst kritische Fragestellungen herausfinden, dann Annahmen treffen, schließlich Risiken identifizieren | 152 |
| Risiken nach Dringlichkeit kategorisieren | 155 |
| Nehmen Sie die Risiken an und priorisieren Sie sie | 158 |
| Was Sie tun müssen – eine Checkliste | 161 |
| Ein Blick nach vorn: Erwarten Sie das Unerwartete | 163 |
| Drei weltweite Anbieter pro Branche – ist das die Zukunft? .. | 165 |
| Welche Fusion wird als Erste zu einem wirklich globalen Unternehmen führen? | 167 |
| Wie sieht die Zukunft für „alte“ Industrien aus und wie für die „neuen“? | 168 |
| Rücken Marken noch stärker in das Zentrum der Kundenaufmerksamkeit? | 169 |
| Firmen- und Personenregister | 171 |
| Danksagung | 174 |
| Die Autoren | 175 |