

Inhalt

<i>Geleit</i>	9
<i>Vorwort zur 1. Auflage</i>	11
<i>Vorwort zur Taschenbuchausgabe</i>	17
Prolog: Zwei Firmengeschichten	19
Electrolux 1967–1988: Vom Staubsaugerhersteller zur Nr. 1 im Weißwarengeschäft	19
Glaxo 1979–1988: Wie überholt man die ganze Pharmaprominenz?	23
Und die Moral von der Geschichte'	26
1. Teil: Das Dynamik-Prinzip.	29
<i>1. Dynamik – Basis prospektiver Unternehmensführung</i>	29
Dynamische Unternehmen meistern Turbulenzen	29
Maßstab der Dynamik: Nutzen für Bezugsgruppen	31
Ist Dynamik anzustreben?	32
Wie dynamisieren?	35
Die Essenz: das Dynamik-Prinzip	38
Wegweisungen für die Managementpraxis	47
<i>2. Nutzenpotential – Nährboden der Dynamik</i>	49
Was ist ein Nutzenpotential?	49

Wie entstehen Nutzenpotentiale?	57
Die Phasen der Nutzenpotentiale	59
Umweltentwicklung und Nutzenpotentiale: Das Beispiel der Mepa GmbH, Augsburg	63
Umweltentwicklung und Nutzenpotentiale: Zehn Megatrends und deren Auswirkungen auf die Nutzenpotentiale	66
Typologie der Nutzenpotentiale	90
Nutzenpotentiale innovativ erschließen!	98
Wegweisungen für die Managementpraxis	101
<i>3. Multiplikation – Weg zur effizienten Expansion</i>	103
Was bedeutet Multiplikation?	103
Weshalb wird zuwenig multipliziert?	105
Wirkungen der Multiplikation	109
Formen der Multiplikation	116
Die Praxis der Multiplikation	124
Grenzen der Multiplikation	127
Wegweisungen für die Managementpraxis	128
<i>4. Promotoren – Träger der Dynamik</i>	129
Warum Promotoren?	129
Weshalb waren die Schweden so erfolgreich?	130
Der Promotor im Spannungsfeld von Persönlichkeit und Situation	134
Dynamisierungsstile der Promotoren	140
Der machtpolitische Prozeß	151
Wegweisungen für die Managementpraxis	156
2. Teil: Umsetzung des Dynamik-Prinzips	159
<i>1. Richtschnur für die Umsetzung:</i> <i>Das Unternehmenskonzept</i>	160
Dynamik verlangt neue Fragestellungen	160
Wie dynamische Unternehmen ihre Nutzenpotentiale auswählen	185

Das dynamisierende Unternehmenskonzept	189
Flexibilität oder Kontinuität?	194
Wegweisungen für die Managementpraxis	199
<i>2. Gestaltungsräume für die Umsetzung:</i>	
<i>Die Strukturen des dynamischen Unternehmens</i>	201
Verankerung der Dynamik in der Unternehmens- verfassung	201
Selbstorganisation, Flexibilität und Multiplizierbarkeit:	
Schlüsselfaktoren der dynamischen Organisation	206
Wegweisungen für die Managementpraxis	223
<i>3. Prüfstein für die Dynamik: Die Mitarbeiterführung</i>	
Mitarbeiter – wertvollstes Kapital des Unternehmens?	225
Mitarbeiterführung im dynamischen Unternehmen	228
Motivation – Schlagwort oder Erfolgsfaktor?	239
Wegweisungen für die Managementpraxis	240
<i>4. Die kritische Ressource: Die Zeit</i>	
Managementzeit für expansive Aufgaben	242
Timing: Eile mit Weile!	244
Realisation mit Hochdruck	245
Wegweisungen für die Managementpraxis	250
<i>5. Der Preis der Dynamik: Das Risiko</i>	
Dynamik ist mit Risiken behaftet	252
Wo lauern Risiken?	253
Risikogrundsätze dynamischer Unternehmen	255
Risiko gehört zur freien Marktwirtschaft.	259
Wegweisungen für die Managementpraxis	260
Epilog: Dynamik und Managementlehre	261
Managementlehren: Spiegelbilder gesamtwirtschaftlicher Problemstellungen.	261
Unternehmensdynamik als Antwort auf die Herausforderungen der neunziger Jahre	262

Das Dynamik-Prinzip: ein »Corporate Concept«	266
12 Thesen zur Unternehmensdynamik	269
<i>Über die Tauglichkeit von Firmenbeispielen oder</i> <i>»Gibt es exzellente Firmen?«</i>	276
<i>Fünf Praxisbeispiele dynamischer Unternehmen</i>	279
Bertelsmann	279
Cartier	286
Crossair	293
Hanson	298
IKEA	305
<i>Anmerkungen</i>	313
<i>Literaturverzeichnis</i>	319
<i>Register</i>	325