

Inhalt

Einführung	7
----------------------	---

Teil 1

Vier Annahmen über globale kritische Faktoren der Wirtschaftsentwicklung von 1900 bis 1995

9

Das Einzige, worauf wir uns stützen können, ist die Unvorhersagbarkeit	11
Unsere wirtschaftliche Produktion verlangsamt sich – und unser Lebensstandard steigt nicht mehr so schnell wie früher	18
Wir werden noch eine Zeitlang einen hohen Sockel an Arbeitslosigkeit haben	21
Der Massenmarkt fällt auseinander, und mehr denn je gibt der Verbraucher den Ton an	24

Teil 2

Eine kundenorientierte Strategie ist die einzig vernünftige Alternative

37

Teil 3

Unternehmensziele für 1995 / Zielsetzungen, die es zu erreichen gilt

53

Steigern Sie die Produktivität mindestens um das Eineinhalbfache des <i>realen</i> Zinssatzes	55
Schlagen Sie die Konkurrenz um 10 Prozent	80

Treffen Sie Entscheidungen dreimal schneller, führen Sie sie schneller aus – und stellen Sie sicher, daß sie wirtschaftlich umkehrbar sind . . .
Halten Sie Ihre hochkarätigen Mitarbeiter

118
126

Teil 4

**Fünf Aktionsinstrumente für den nächsten Montagmorgen
135**

Pyramidendenken	137
Gelenktes Brainstorming	140
Taschenmesserlesen und Fingerzeig-Management	145
Marktlückenanalyse	149
Aktionspläne: Arbeitsgruppen	170

Teil 5

**Sieger- und Verlierer-Strategien: Elf Fallstudien
175**

Eastman Kodak: Ein mächtiger Gigant zahlt den Preis für seine Inflexibilität	177
Hasbro: Vom »Laternenträger« zum Spielzeughersteller Nr. 1	181
Toys »R« Us: Die Umsetzung von drei einfachen Prinzipien zahlt sich mächtig aus	183
IBM: Lernen, daß nichts ewig währt	186
Sakowitz und Commodore: Opfer einer sich schnell verändernden Welt	189
People Express: Bruchlandung für einen Höhenflieger	192
Harley-Davidson: Mit frischer Kraft zur schnellen Wende	195
Sony: Ein Höchstpreisinnovator wird von Niedrigpreisimitatoren geplagt	198
Procter & Gamble: Ein taumelnder Riese geht neue Wege	200
Federal Express: Mit Spitzentechnologie zum Erfolg	203
H-C Industries: Wie man auf seine Firma setzt – und gewinnt	206

Teil 6

**Fazit: 18 Aktionsfelder
211**

Literatur	220
---------------------	-----