

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort V

Vorwort VII

Prolog:

Nachhaltig profitables Wachstum als unternehmerische

Herausforderung 1

Kapitel 1

Wachstum planen: Strategien für nachhaltig

profitables Wachstum 7

1.1 Wachstumsziele definieren: Der Rhythmus der
Unternehmensentwicklung 10

1.1.1 Der Wachstumskorridor 11

1.1.2 Wege zum optimalen Wachstum 20

1.1.3 Fazit 25

1.2 Neue Märkte erschließen: Profitables Wachstum
aus dem Kern 25

1.2.1 Wachstum aus dem Kern als Erfolgsbasis 26

1.2.2 Erfolgsfaktoren für Wachstum aus dem Kern 30

1.2.3 Erfolgreiche Expansion in neue Bereiche 33

1.2.4 Fazit 38

1.3 Organisches Wachstum: Profitable Entwicklung
aus eigener Kraft 39

1.3.1 Organisches Wachstum vs. Akquisitionswachstum 40

1.3.2 Die Mechanik des organischen Wachstums 45

1.3.3 Fazit 53

Kapitel 2

Wachstum generieren: Management des nachhaltig

profitablen Wachstums 59

2.1 Das unternehmerische Management von Innovation 62

2.1.1 Innovation und Wachstum 63

2.1.2 Management von Wachstum durch Innovation 66

2.1.3 Unternehmerisches Management von Innovation 74

2.2	Disruptive strategische Innovation: Wie sich etablierte Unternehmen im Wettbewerb behaupten.....	78
2.2.1	Disruptive strategische Innovation als Bedrohung.....	79
2.2.2	Wenn andere plötzlich besser sind: Vier Reaktionsmöglichkeiten	80
2.2.3	Die richtige Strategie finden: Interne und externe Faktoren.....	85
2.2.4	Entwicklung und Umsetzung strategischer Massnahmen	88
2.2.5	Fazit	92
2.3	Wachstum durch Akquisitionen.....	93
2.3.1	Akquisition als strategische Entscheidung	94
2.3.2	Akquisition und Wachstum.....	96
2.3.3	Fallstudie Crystal	98
2.3.4	Fazit	108

Kapitel 3

Wachstum umsetzen: Organisation des nachhaltig

profitablen Wachstums	113	
3.1	Strukturen für nachhaltig profitables Wachstum	116
3.1.1	Organisationsformen für profitables Wachstum.....	117
3.1.2	Der Weg zur richtigen Organisationsform.....	123
3.1.3	Die organisationale Umsetzung.....	127
3.1.4	Fazit	129
3.2	Visionäre und Pragmatiker: Nachhaltig profitables Wachstum durch ein Gleichgewicht gegensätzlicher Führungsstile.....	130
3.2.1	Strategische Führung zwischen Vision und Pragmatismus	134
3.2.2	Top-Management: Pluralistische Führungsstrukturen schaffen.....	128
3.2.3	Mittleres Management: Beziehung zwischen Initiative und Gesamtunternehmen aktiv gestalten.....	139
3.2.4	Operatives Management: Spezialistenteams systematisch integrieren.....	142
3.2.5	Fazit	144
3.3	Gezieltes Energiemanagement für nachhaltig profitables Wachstum	146

3.3.1	Typische Wachstumsfallen in der betrieblichen Praxis	146
3.3.2	Die Rolle der organisationalen Energie	149
3.3.3	Wachstum durch Energiemanagement: Strategien für das Personalmanagement	152
3.3.4	Fazit	162
3.4	Organisationskultur und nachhaltig profitables Wachstum	164
3.4.1	Der Einfluss des Wachstums auf die Unternehmenskultur	165
3.4.2	Nachhaltiges Wachstum durch ein ausgewogenes Kulturmanagement	177
3.4.3	Fazit	179

Kapitel 4

Fallstudien: Nachhaltig profitables Wachstum in der Unternehmenspraxis	185
4.1 Nachhaltiges Wachstum: Wie BMW Mercedes überholte	188
4.1.1 Lage der Automobilindustrie 1998	190
4.1.2 Die Unternehmensentwicklung von DaimlerChrysler	191
4.1.3 Die Unternehmensentwicklung von BMW	194
4.1.4 Wie können Unternehmen nachhaltig wachsen?	196
4.1.5 Fazit	200
4.2 Nestlé: Nachhaltig profitables Wachstum in reifen Märkten	202
4.2.1 Stärkung der Ertragskraft	203
4.2.2 Die Nutrition und Wellness Initiative	205
4.2.3 Steigerung der Innovationsfähigkeit	207
4.2.4 Akquisitionen als Plattformen für internes Wachstum	209
4.2.5 Die unternehmerische Balance	210
4.2.6 Fazit	212
4.3 Siemens: Neues Wachstum in reifen Märkten	213
4.3.1 Siemens AG: Herausforderung synergetisches Wachstum	214
4.3.2 Die Siemens One Wachstumsinitiative	216

4.3.3	Erfolgreiche Realisierung von synergetischem Wachstum.....	225
4.3.4	Fazit.....	229
4.4	Deutsche Bank: Auf profitables Wachstum eingestellt.....	229
4.4.1	Trends im Finanzdienstleistungssektor.....	230
4.4.2	Entwicklung der Unternehmensstrategie.....	231
4.4.3	Organisation für profitables Wachstum: Ausrichtung auf Effizienz und Innovationsfähigkeit.....	235
4.4.4	Erfolgsfaktoren der Transformation.....	239
4.4.5	Ausdruck im finanziellen Ergebnis und Aktienkurs.....	242
4.5	Holcim: Wachstum und Risikomanagement.....	245
4.5.1	Schneller Wachstums- und Konsolidierungsprozess in der Zementindustrie	245
4.5.2	Risikofaktoren im Wachstumsprozess.....	246
4.5.3	Erfolgreiches Wachstum von Holcim.....	248
4.5.4	Erfolgsfaktoren für das Wachstum von Holcim.....	250
4.5.5	Fazit.....	254
	Epilog:	
	Regeln einer nachhaltig erfolgreichen Unternehmensführung	259
	Autorenprofile	267
	Sachwortverzeichnis	275