

Inhalt

Abbildungsverzeichnis		VII
1	Warum Schlaraffia nur bei Matratzen funktioniert	1
1.1	Einblick: Paradiesische Zustände sind eher selten.....	1
1.2	Weitblick: Vorname Willy, ambitionierter Unternehmer mit Bodenhaftung.....	2
1.3	Ausblick: Was Sie von diesem Buch erwarten können	4
2	Corporate Development: Geht es nicht auch ohne?	7
2.1	Legitimation: Wann eine solche Funktion sinnvoll ist	7
2.2	Mission: Welche Aufgaben Corporate Development wahrnimmt.....	8
2.3	Organisation: Wo Sie die Einheit am besten ansiedeln	10
3	Unternehmen ausrichten: Wo wollen wir künftig stehen?	13
3.1	Begriffschao: Licht ins Dunkel	13
3.2	Die Richtung bestimmen: Vision.....	16
3.3	Dem Kunden dienen: Business Mission	19
3.4	Den Weg vorzeichnen: Strategie	22
3.5	Ziele herunterbrechen: Die Mannschaft für den Kurs gewinnen	37
3.6	Megatrends nutzen: Was morgen unser Geschäft beeinflusst.....	49
4	Unternehmen steuern: Wie kommen wir zum Ziel?	67
4.1	Profitabel wachsen: Marktanteile sind nur der Anfang.....	67
4.2	Die Wettbewerber in Schach halten: Beobachten reicht nicht!.....	88
4.3	Märkte sind unterschiedlich: Zweitmarke für Emerging Markets? ..	93
4.4	Innovationen treiben: Zuhören statt „schneller, höher, weiter“	102
4.5	Key Performance Indicators: Auf welche Zahlen es ankommt.....	113

5	Unternehmen verändern: Wie können wir den Vorsprung ausbauen?	125
5.1	Werte: Basis der Kultur im Unternehmen.....	125
5.2	Change Management: Mehr Mut, mehr Konsequenz!	129
5.3	Geschäftsprozesse optimieren: Vorsprung durch Effizienz	147
5.4	Akquisitionen: Gemeinsam stärker werden	168
6	Das Wichtigste zum Schluss: Dranbleiben!	183
6.1	Das Wesentliche auf den Punkt gebracht.....	183
6.2	Checkliste für ein erfolgreiches Corporate Development	186