

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>11</b>
<b>I. Unternehmertum und Unternehmertypen</b>	<b>17</b>
1. Pionier-Unternehmer	18
2. Unternehmensarchitekten	20
3. Regelbrecher	29
4. Zukunftsgestalter	35
5. Spitzenleistungen	44
6. Der einsame Unternehmer	51
7. Unternehmertum muss sich lohnen	53
8. Vom Leben und Sterben von Unternehmen	56
9. Unternehmenskrisen	58
10. Entwicklungsschwellen von Unternehmen	60
<b>II. Unternehmerische Gestaltungsfelder</b>	<b>63</b>
1. Vision, Mission, Werte	64
2. Strategie	68
2.1 Management-Wertschöpfung der Unternehmensführung	68
2.2 Alles Strategie (!) oder nicht?	72
2.3 Die Schnellen überholen die Langsamen	75
2.4 Balance: Stabilität und Flexibilität von Unternehmen	76
2.5 Mit Investitionen die Zukunft gestalten	78
2.6 Auf die Umsetzung kommt es an	80
3. Organisation	84
3.1 Erfolgreiche Transformation der Organisation	84
3.2 Die »passende Organisation« entwickeln und etablieren	88
3.3 Organisationsdefizite bedeuten Wettbewerbsnachteile	90
3.4 Die »Lernende Organisation«	93

4. Kultur	96
4.1 Nährboden für Kreativität – Quelle für Innovationen	96
4.2 Triebkräfte des Wertewandels in Unternehmen	100
4.3 Werte-Magnetismus statt Nicht-Kultur	104
5. Führung	105
5.1 Führung 4.0	105
5.2 Das »fahrerlose« Unternehmen	107
5.3 Management im Wandel	108
5.4 Vormachen und Vorleben	115
5.5 Wie viel Führung wird gebraucht?	116
5.6 Mehr gestalten und weniger verwalten	116
5.7 Die Management-Falle	117
5.8 Erfolgreiches »Change Management«	118
6. Digitalisierung	122
7. Finanzierung	127
7.1 Finanzierung sichert strategische Freiheitsgrade	127
7.2 Private Equity für Familienunternehmen	131
<b>III. Reflexionen</b>	<b>137</b>
1. Was ist und wer hat Zukunft?	138
2. Geschäfte kreativ und systematisch generieren	142
3. Wachstum	145
4. Kunde	147
5. Nur das Produkt...	149
6. Macht	151
7. Aus Größe muss Stärke werden	153
8. Entscheiden	154
9. Management des geplanten Fortschritts	156
10. Daten, Daten, Daten	158
11. Methoden sind Mittel zum Zweck	160
12. Zehn Gebote der Menschenführung	162

<b>IV. Wachstumsquellen</b>	<b>165</b>
1. Kritische Wachstumsschwellen	166
2. Innovation	174
3. Richtiger Innovationsmix notwendig	179
4. Diversifikation – Neue Geschäfte	181
5. Internationalisierung	190
6. Verdrängungswettbewerb	194
<b>V. Familienunternehmen</b>	<b>197</b>
1. Familienunternehmen – was ist das?	198
2. Gestaltung und Führung	200
3. Führung von Familie und Unternehmen	206
4. Unternehmer prägen Marken	218
5. Der eigenen Größe nicht gewachsen	221
6. Nachfolge in Familienunternehmen	225
7. Familiäre Fahrwasser - Fremdmanager	228
8. Zukunft für das Lebenswerk	230
9. M&A als Teil der Unternehmensstrategie	232
10. Scheitern als Chance?	235
<b>VI. Nachwort</b>	<b>241</b>
Beratung ist mehr als Rat zu geben!	243
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>245</b>