

Inhalt

Geleitwort von Peter F. Drucker	9
Vorwort	11
Kapitel 1	
Strategisches Denken	13
Über den Tag hinaus	13
Strategisches Denken trotz Alltagshektik!	17
Strategie-Notstand	21
Visionen	25
Polarität	31
Kapitel 2	
Entscheidend: Gute Führung	37
Zeit der Führung	37
Näher ran!	41
Fall der Sterne	46
Kontinuität	50
Kapitel 3	
Change als Königsdisziplin	55

Vorwärtsmanagement	55
Ewiger Umbau	59
Ist kleiner feiner?	64
Die Jahre danach	69

Kapitel 4

Wertewandel in der Wirtschaft	75
--	-----------

Shareholder-Value	75
Arme Deutsche	80
Investor-Marketing	84
Revolution	88

Kapitel 5

Das Wesen der Wissensgesellschaft	95
--	-----------

Brainpower	95
Schimäre Wissensmanagement	98
Geistesleister: Ein Sack voll Flöhe	103
Menschenverschwendung	107

Kapitel 6

Bremser der Innovation	113
---	------------

Widerstand gegen Innovation	113
Steine der Weisen	117
Overkill	122
E-Frontation	126

Kapitel 7

Wettbewerbsstrategie statt Managementmoden	133
---	------------

Leerer Kern	133
Schlanke Zeiten	138
Innere Quelle	142
Gegen den Wind	148

Kapitel 8

Das Elend des Marketings 153

Gefesselte Kunden 153

Marke total 157

Quo vadis Vertrieb? 161

Dritte Front: Der Preis 167

Kapitel 9

Die strategische Bedeutung des Service 173

Servicewüste 173

Service: Mensch oder Automat? 177

Amerika: Wirklich Servicevorbild? 181

Kapitel 10

Deutsche Widersprüche 187

Wiederkehr zu fernen Küsten 187

Deutsch, lebe wohl 192

Stoßtrupp von gestern 197

Geostrategische Mitte 201

Kapitel 11

Die Weite des strategischen Denkens 207

Mentale Reise 207

Terrorismus 212

Transatlantica – das Unternehmensleitbild 217

Ex Asia lux – Die Dynamik der asiatischen Wirtschaftswelt 222

Literatur 227

Register 230