

# Inhalt

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

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

## **Kapitel 4**

<b>Wertewandel in der Wirtschaft</b> . . . . .	75
Shareholder-Value . . . . .	75
Arme Deutsche . . . . .	80
Investor-Marketing . . . . .	84
Revolution . . . . .	88

## **Kapitel 5**

<b>Das Wesen der Wissensgesellschaft</b> . . . . .	95
Brainpower . . . . .	95
Schimäre Wissensmanagement . . . . .	98
Geistesleister: Ein Sack voll Flöhe . . . . .	103
Menschenverschwendung . . . . .	107

## **Kapitel 6**

<b>Bremser der Innovation</b> . . . . .	113
Widerstand gegen Innovation . . . . .	113
Steine der Weisen . . . . .	117
Overkill . . . . .	122
E-Frontation . . . . .	126

## **Kapitel 7**

<b>Wettbewerbsstrategie statt Managementmoden</b> . . . . .	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