

Inhalt

Vorwort zur 3. Auflage	9
Vorwort zur 2. Auflage	11
Einleitung	15
Kapitel 1	
Erfolgsprinzipien einer Strategie	19
Die Natur als Lehrmeisterin	19
Das Prinzip Darwins	20
Das Prinzip der Kybernetik	21
Das Prinzip des Minimumfaktors	24
Keine Wirkung ohne Ursache	25
Loslassen lernen	26
Das EKKAN-Prinzip	27
Be different or die	30
Kapitel 2	
Unternehmensvision und Unternehmenswerte	33
Echte und unechte Visionen	34
Die Zukunft ist der Raum unserer Möglichkeiten, der Raum unserer Freiheit (Karl Jaspers)	36
Ihr Unternehmen als Lösung von Problemen	36

Kraftvolle Unternehmensvision	39
Unternehmenskultur und Werte Ihres Unternehmens	40
Das Unternehmensleitbild	43
Unternehmenskommunikation	46
Kapitel 3	
Umfeldanalyse	51
Analyse der Marktsegmente	52
Trendforschung und Trendanalyse	56
Kundenanalyse	67
Analyse der Mitbewerber	77
Kapitel 4	
Die Eigensituationsanalyse	87
Eigensituationsanalyse als Gesundheitscheck für Ihr Unternehmen	87
Die SWOT-Matrix	88
Wertorientierte Unternehmensführung	91
Die Werttreiber-Matrix	105
Mittelständische Unternehmen im Kapitalmarkt	108
Kapitel 5	
Das Geschäftsmodell	113
Regeln für den Unternehmenserfolg	114
Logikbrüche in der Praxis	121
Regelbrüche erster, zweiter und dritter Ordnung	124
Die Kunst des fortgesetzten Regelbruchs	127
Kapitel 6	
Strategie als Herzstück des Unternehmenserfolgs	129
Kernkompetenzen: Die Seele Ihres Unternehmens	130
6 ■ Die großen Strategien für den Mittelstand	

Auswahl und Bewertung der richtigen Geschäftsfelder	134
Wettbewerbsvorteile: Be different!	135
Positionierung: Nur Nullen haben keine Ecken	139
Gestaltung der Wertschöpfungskette	143
Strategisches Oberziel: Nachhaltig profitabel mit vertretbarem Risiko gesund wachsen!	144
Kapitel 7	
Das Unternehmenscockpit	149
Schlüsselemente	150
Kausalnetz	154
Kennzahlen	156
Operationalisierung des Cockpits	163
Stolpersteine in der Cockpit-Entwicklung	165
Implementierung durch Software	168
Aktives Arbeiten mit dem Cockpit	169
Kapitel 8	
Die richtige Umsetzung der Strategie	173
Nachhaltigkeit mit dem Prinzip 7-3-1	174
Veränderung braucht Führung	180
»Organisation folgt Strategie« reicht nicht	181
Teamkompetenzmodell	186
Kommunikation unterstützt Umsetzung	188
Fazit	193
Anhang	
Aus der Welt von Familienunternehmen	
Spitzenleistung und Hingabe	199

Gut zuhören können	203
Ideen gehen nie aus	204
Nicht limitiert sein	205
Zuerst kommt das Unternehmen	207
Strategieumsetzung ist Chefsache	213
Haken dran	214
Mittelständische Weitsicht	214
Die Menschen sind entscheidend	215
Werte brauchen Pflege	215
Nicht im stillen Kämmerlein	216
Antworten für den Kunden bieten	217
Konzentration trotz Diversifikation	219
Ganz nah beim Kunden	219
Mit Leidenschaft	220
Nachfolge Schritt für Schritt	221
Danksagung	225
Literatur	227
Register	231