

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

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