
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
1 Wachstum von Unternehmen	9
1.1 Kampf um Marktanteile?	9
1.2 Gesundes Wachstum	11
2 Wachstum durch Verdrängung	17
2.1 Wachstum durch Vertrieb	18
2.2 Wachstum mit Service	22
2.3 Wachstum durch Marketing	23
2.4 Akquise-Strategie	26
2.5 Kriegstechniken	29
3 Wachstum dank Kostenvorteilen	33
3.1 Kampf gegen die Kosten	34
3.2 Kampf gegen Verschwendungen	37
3.3 Entflechtung von Strukturen	45
4 Wachstum durch Kundennutzen	53
4.1 Wachstum durch Mehrwerte	56
4.2 Wachstum dank Emotionen	59
4.3 Wachstum dank Produktinnovationen	62
4.4 Wachstum in neue Märkte – Marktinnovationen	86
5 Wachstum dank neuer Geschäftsmodelle	103
5.1 Wachstum mittels Datenökonomie	114
5.2 Wachstum über Ertragsmodelle	118
5.3 Wachstum mit (digitalen) Plattformen	124
5.4 Wachstum nicht nur als Plattformunternehmen	147

6	Wachstum dank Disruptionen	151
6.1	Technologie-Push versus Markt-Pull	153
6.2	Toxische Geschäftsmodelle	157
6.3	Perspektiven- und Paradigmenwechsel	159
6.4	Zahnrad-Strategie	166
7	Wachstum durch Konzentration	173
8	Wachstum mit Visionen	179
	Nachwort	187
	Verzeichnis der Instrumente für ein erfolgreiches Umsetzen von Wachstumsstrategien	189
	Abbildungsverzeichnis	195
	Literaturliste	197
	Der Autor	201