

Arnold Weissman

Die großen Strategien für den Mittelstand

**Die erfolgreichsten Unternehmer
verraten ihre Rezepte**

**Campus Verlag
Frankfurt/New York**

Inhalt

Einleitung	9
-------------------------	----------

Kapitel 1

Erfolgsprinzipien einer Strategie	13
Die Natur als Lehrmeister.....	13
Das Prinzip Darwins.....	14
Das Prinzip der Kybernetik.....	15
Das Prinzip des Minimumfaktors.....	18
Keine Wirkung ohne Ursache.....	19
Loslassen lernen.....	20
Das EKKAN-Prinzip.....	21
Be different or die.....	24

Kapitel 2

Unternehmensvision und Unternehmenswerte	27
Echte und unechte Visionen.....	28
Die Zukunft ist der Raum unserer Möglichkeiten, der Raum unserer Freiheit (Karl Jaspers).....	29
Ihr Unternehmen als Lösung von Problemen.....	30
Kraftvolle Unternehmensvision.....	32
Unternehmenskultur und Werte Ihres Unternehmens.....	33
Das Unternehmensleitbild.....	35
Unternehmenskommunikation.....	38

Kapitel 3

Umfeldanalyse	43
Analyse der Marktsegmente	44
Trendforschung und Trendanalyse	48
Kundenanalyse	59
Analyse der Mitbewerber	69

Kapitel 4

Die Eigensituationsanalyse	79
Eigensituationsanalyse als Gesundheitscheck für Ihr Unternehmen	79
Die SWOT-Matrix	80
Wertorientierte Unternehmensführung	83
Die Werttreiber-Matrix	97
Mittelständische Unternehmen am Kapitalmarkt	99

Kapitel 5

Das Geschäftsmodell	105
Regeln für den Unternehmenserfolg	106
Logikbrüche in der Praxis	113
Regelbrüche erster, zweiter und dritter Ordnung	116
Die Kunst des fortgesetzten Regelbruchs	119

Kapitel 6

Strategie als Herzstück des Unternehmenserfolgs	121
Kernkompetenzen: Die Seele Ihres Unternehmens	122
Auswahl und Bewertung der richtigen Geschäftsfelder	126
Wettbewerbsvorteile: Be different!	127
Positionierung: Nur Nullen haben keine Ecken	131

Gestaltung der Wertschöpfungskette	134
Strategisches Oberziel: Nachhaltig profitabel mit vertretbarem Risiko gesund wachsen!	136

Kapitel 7

Das Unternehmenscockpit	141
Schlüsselemente	142
Kausalnetz	146
Kennzahlen	148
Operationalisierung des Cockpits	155
Stolper steine in der Cockpit-Entwicklung.....	157
Implementierung durch Software	160
Aktives Arbeiten mit dem Cockpit	161

Kapitel 8

Die richtige Umsetzung der Strategie	165
Warum scheitern Strategien?.....	166
Drei Bereiche der Strategieumsetzung	168
Teamkompetenzmodell	172

Fazit	175
Danksagung	179
Literatur	181
Register	185