
Inhaltsverzeichnis

1 Einführung	1
Teil I Sackgassen und Erfolgswege des Wachstums – Hemmnisse und Chancen erkennen	
2 Tatsachen über Wachstum	7
2.1 Definition: Was wir mit „Wachstum“ meinen	7
2.2 Unternehmen brauchen Wachstum	12
Literatur	13
3 Wie es heute in den gesättigten Märkten um Wachstum bestellt ist	15
3.1 Ist der kontinuierliche wirtschaftliche Niedergang vorgezeichnet?	15
3.2 Ein Blick auf Deutschland	17
3.3 Der Mittelstand als Wachstumsmotor?	19
Literatur	23
4 Heutige Strategien für Wachstum	25
4.1 Verfügbare Strategien	25
4.2 Lösungen nullter Ordnung	29
4.3 Lösungen erster Ordnung	29
4.4 Lösungen zweiter Ordnung	41
4.5 Die Umsetzung ist bei jeder Strategie schwierig	44
Literatur	45
5 Resümee der Bemühungen um Wachstum	47
5.1 Wachstumsfallen erkennen	48
5.2 Wachstumschancen sind vorhanden	49
Literatur	52

Teil II Wachstumswege entwickeln – Potenziale erschließen durch Ansatz bei den Ursachen

6 Wachstum aus einer neuen Perspektive betrachten	55
6.1 Wachstum kann so einfach sein, oder?	55
6.2 Wo die Ansatzpunkte liegen	57
6.3 Wachstumschancen sicht- und nutzbar machen	59
Literatur	60
7 Den Zugang zu den Ursachen finden	61
7.1 Das Eisberg-Modell	61
7.2 Der Umgang mit der Ursachenebene	63
8 Das passende Handwerkszeug	73
8.1 Problemlösungswege	74
8.2 Synthese-Tools	80
8.3 Standard-Tools	86
Literatur	89
9 Wie Sie zu Wachstum führen	91
9.1 Mitarbeiter, Führungskräfte und Kunden	92
9.2 Der größte Engpass: Lernen	95
Literatur	97

Teil III Wege zu Wachstum – Methoden, Vorgehen und Fallbeispiele

10 Einführung	101
11 Phase 1: Die Analyse der Ist-Situation	103
11.1 Wie hoch ist die strategische Leistungsfähigkeit?	103
11.2 Was sind Ursachen und was Symptome?	104
11.3 Welche einzigartigen Stärken hat das Unternehmen?	106
11.4 Welche Form der Steuerung ist passend für die Umsetzung?	108
11.5 Strategie-Check: Wie ambitioniert ist Ihre heutige Strategie?	109
Literatur	110
12 Phase 2: Die Entwicklung der Wachstumsstrategie	111
12.1 Definitionen	111
12.2 Erfolgsgrundlagen sichern	112
12.3 Drei Perspektiven	116
12.4 Strategien nach dem Grad der Erneuerung – Impact-Strategien	117

12.5 Strategien nach der Wachstumsart – anorganisch durch Zukauf	142
12.6 Strategien durch Ausrichtung auf die Produktivität	145
Literatur	150
13 Phase 3: Umsetzung und Ergebnissicherung	151
13.1 Wege, um Veränderung umzusetzen	151
13.2 Enabling Implementation	154
13.3 Erfolgsfaktoren für die Veränderung	159
Literatur	162
14 Phase 4: Die Verstetigung der Verbesserung	163
14.1 Warum Verstetigung unerlässlich ist	163
14.2 Methoden zur Verstetigung	164
15 Phase 5: Rahmenbedingungen für nachhaltiges Wachstum	167
15.1 Den Rahmen definieren – Sog statt Druck	167
15.2 Einen Raum für Lernen schaffen	169
15.3 Jeder Mensch zählt – die innere Haltung	171
Teil IV Wege in die Zukunft bauen – der Paradigmenwechsel in der Unternehmensführung	
16 Die Kondratieffzyklen	175
16.1 Die bisherigen Zyklen der Weltkonjunktur	175
16.2 Der sechste Kondratieff	178
Literatur	178
17 Wie Sie Zukunft gestalten	179
17.1 Was ist der aktuelle Engpass?	179
17.2 Was das für Ihr Unternehmen bedeutet	181
Literatur	184
Literatur	185

Wachstum in gesättigten Märkten

Wie Sie verborgene Potenziale erkennen und in Erträge
verwandeln

Henke, A.

2015, XIV, 186 S. 32 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-08561-2