

Inhalt

Vorwort – Michael Drosten (KMU-Magazin) VII

Ein Wort zum Start – Guido Quelle XI

Kapitel 1: Strategie & Führung

Wachstumskräfte im Unternehmen aktivieren 1

Immer in Bewegung bleiben 9

Wie eine wirkungsvolle Wachstumsstrategie entsteht 13

Sechs Aspekte einer wirksamen Wachstumsstrategie 21

Die Marke als Basis für profitables Wachstum 27

Wachstum durch Weglassen 35

Expansion: Chance oder strategischer Irrtum? 39

Kernkompetenzen: Wichtig, aber nicht für die Kunden 45

Innovationen – Voraussetzungen und Stolpersteine 49

Grundgedanken für eine wachstumsorientierte Unternehmensführung 59

Aspekte einer wachstumsorientierten Führung 67

„Das geht bei uns nicht“ 75

Der Abschied von Motivation und Incentives 79

Kapitel 2: Prozesse, Organisation & Zusammenarbeit

Leistungsprozesse definieren und betreiben 85

Effizienzpotenziale heben 93

Die Zusammenarbeit regeln – im Sinne des Wachstums 97

Der Punkt der Wahrheit ist die Tat 107

Die Bedeutung von Instrumente für den Wachstumsweg 113

Die besten Tricks der Wachstumsverhinderer 123

Kapitel 3: Der Beitrag der Fachbereiche

Vertrieb – die wichtigste Einheit 131

Vertrieb: Bremse oder Motor des Wachstums? 135

Marketing als Triebfeder des Unternehmenswachstums 143

Wachstumsorientierte Marktbearbeitung 151

Einkauf: Der Preis allein genügt nicht 159

F&E: Einsame Insel oder integrierter Innovationsmotor? 167

Die Rolle der Supportbereiche für profitables Wachstum 175

Index 185

Über den Autor 191