

Inhalt

1	Das Diktat des Wachstums	7
2	Kampf oder Flucht – die richtige Wettbewerbsstrategie	35
3	Geniale Produktideen	85
4	Neue Kunden in neuen Märkten	112
5	Unternehmensarchitektur als Erfolgsfaktor	134
6	Die Falle der Massenmärkte	158
7	Die Organisation neuer Geschäftsfelder	184
8	Der Prozess der Strategieentwicklung	213
9	Der behutsame Umgang mit Wachstumskapital	234
10	Die Rolle des Managements	265
	Der Stab wird weitergereicht	283
	Danksagung	291
	Fazit für den deutschsprachigen Markt	295
	Register	297