

Robert Heller

# **Auf der Suche nach Spitzenleistungen in Europa**

10 Schlüsselstrategien  
europäischer Top-Unternehmen

Aus dem Englischen von Ulrike Bischoff

Econ Taschenbuch Verlag

# Inhalt

Besonderer Dank . . . . .	9
Einleitung . . . . .	15
<b>1 Führungsaufgaben dezentralisieren . . . . .</b>	<b>25</b>
Die Schaffung von ABB. . . . .	25
Die gesamte Organisation erfassen. . . . .	31
Die gemeinsamen Strategien von ICL . . . . .	39
Die Regeln brechen. . . . .	45
Die Rettung von SGS-Thomson. . . . .	55
Die Motivatoren motivieren. . . . .	61
<b>2 Radikalen Wandel vorantreiben . . . . .</b>	<b>71</b>
Das Schrumpfen der Giganten. . . . .	71
Die Führungskraft des Managements . . . . .	76
Das entkernte Unternehmen	
Marks & Spencer. . . . .	88
Die Vorzüge virtueller Unternehmen. . . . .	94
Die neuen Erfordernisse bei Volkswagen . . . . .	107
Verantwortung teilen. . . . .	111
<b>3 Die Unternehmenskultur umgestalten. . . . .</b>	<b>123</b>
Die Wurzeln von LucasVarity. . . . .	123
Der Lohn der Reinvention. . . . .	128
Die Herausforderung für Digital Europe . . . . .	139
Die Führer der Führer. . . . .	145
Die Gliederung bei Daimler. . . . .	156
Von Schlankheit zur Leistungsfähigkeit . . . . .	160

<b>4 Teile und herrsche</b> . . . . .	.175
Der Ausreißerboom. . . . .	.175
Die Formel der Freiheit. . . . .	.180
DieAdidas-Einstellung . . . . .	.190
Der Spitze die Spitze nehmen. . . . .	.195
Der Aufschwung bei Zeneca . . . . .	.205
Mütter und Töchter. . . . .	.212
<b>5 Die Organisation nutzen</b> . . . . .	.223
Die neue Power bei Unilever. . . . .	.223
Wie das Management zur Wertschöpfung beiträgt . . . . .	.229
Das Gefummel bei Philips. . . . .	.242
Den Rahmen festlegen. . . . .	.247
Die Kulturveränderer Europas. . . . .	.258
Fortschritt durch Prozesse. . . . .	.265
<b>6 Den Wettbewerbsvorteil erhalten</b> . . . . .	.275
Die Europäer aus Japan . . . . .	.275
Management im Ost-West-Stil. . . . .	.281
Die Schlüssel zum Club Mediterranee . . . . .	.291
Dem Kunden nach der Pfeife tanzen. . . . .	.296
Die Allianzen von PixTech. . . . .	.307
Partnerschaft für Profit . . . . .	.312
<b>7 Konstante Erneuerung erreichen</b> . . . . .	.325
Der Luxus von Hoffmann-La Röche. . . . .	.325
Der Lohn des Risikos. . . . .	.330
Die Kluft bei Siemens. . . . .	.341
Entwicklung erstklassiger Produkte. . . . .	.347
Der korrigierte Fehler von BP. . . . .	.357
Das System dynamisieren. . . . .	.362

<b>8 Die Motivatoren mobilisieren</b> . . . . .	373
Das Sprudeln bei Opel . . . . .	373
Die Corpokratie zerschlagen. . . . .	378
Der Ausbruch von British Steel. . . . .	388
Die Managementlücke schließen. . . . .	394
Die Megafusionen Europas. . . . .	404
Vorteilhafte Erwerbungen. . . . .	409
<b>9 Funktionierende Teamarbeit schaffen</b> . . .	421
Die Supertricks von Quinn. . . . .	421
Der Eigenverantwortung mehr Macht einräumen. . . . .	425
Die Schlagkraft bei Nokia. . . . .	436
Die kreativen Kräfte managen. . . . .	442
Die glücklichen Teams bei Heineken . . . . .	450
Die Aufwärtsspirale. . . . .	455
<b>10 Gesamtqualität des Managements erzielen</b> . . . . .	465
Der Weg zum richtigen Handeln. . . . .	465
Was bedeutet Managementqualität? . . . . .	469
Das Vermächtnis von Robert Bosch. . . . .	480
Entwicklung und Umsetzung der Unternehmenspolitik. . . . .	485
Aufrüttelndes bei Shell. . . . .	498
Der Manager neuen Stils. . . . .	503
Anmerkungen . . . . .	515
Personen- und Sachregister. . . . .	523