

York von Heimburg

Kernkompetenzen und Fokussierung

**Unternehmenserfolg
durch Konzentration**

METROPOLITAN VERLAG

METROPOLITAN *Professional*

Inhalt

Vorwort zur Neuauflage	7
1. Unternehmen in Deutschland: Ein Trauerspiel.	9
Das ABC der Pleiten - »You can't beat them all« - Warum Fokussierung so einfach ist	
2. Warum Unternehmen wirklich scheitern.	19
Der gefährliche Charme der Synergie: Der Fall Daimler Benz - Visionen werden zerpfückt - Der Herr der Silberlinge - Oberfaule Manager-Ausreden - Manager auf Einkaufstour	
3. Sieger und Verlierer: Der große Unterschied.	51
3.1 Die Querbeet-Alliierten.	54
Bull: Mit jedem ein bißchen.	54
SAP: Aus eigener Kraft an die Spitze.	57
Microsoft: Allianzen als Ultimo ratio.	59
3.2 Die Synergiebeschwörer.	61
Daimler Benz: Der Plus-Minus-Konzern.	62
BMW: Marke mit klarem Profil.	65
Nestle: Fokussiert auf den Verbraucher.	67
Ikea: Energie statt Synergie.	69
Spiegel-Verlag: 50 Jahre an der Spitze.	72
3.3 Die Mittelmäßigen.	75
Air France: Mit dem Rücken zur Wand.	76
Lufthansa: Fasten Seat Belts.	78
Deutsche Telekom: Ehrgeizige Pläne.	81
AT&T: Spaltung zum Guten.	84
3.4 Die Alleskönner.	87
DG-Bank: Krisen, Krache und kein Ziel.	88
Berliner Bank: Nur die Kunden im Visier.	91
BHF-Bank: Kraftvoll konzentriert.	94
Bayerische Hypotheken- und Wechselbank: Immer einen Schritt voraus.	97
3.5 Die Möchtegern-Globalisierer.	101
Fresenius: Ausflug ins Ungewisse.	102
Wienerwald: Grenzenlos verschuldet	106
Käfer: Erfolgreich zu Hause.	110

3.6 Die Burgherren114
Herder: Verlag mit Überhang.115
Sebalduß-/»Gong«-Verlag: Mutter mit kranker Tochter117
Palmer: Eng am Körper.119
Fielmann: (Noch) auf Fokussierungskurs.122
3.7 Die Lemminge125
Grundig: Keine Zukunft mehr.126
Bang&Olufsen: Technik nach Maß.131
3.8 Die Gutsherren134
Pierre Cardin: Vom Schneiderlein, das auszog, die Welt zu erobern.135
Joop: Kreativer mit Hintergrund.138
Otto: Familie mit Weitblick.141
Quelle: Eigner mit Eigensinn.143
3.9 Die Raffkes145
Aachener und Münchener Beteiligungs-AG (AMB): Mehrfach überhoben.146
Münchener Rückversicherungs AG: Kluge Vorsorge.149
Steigenberger: Mit Segmentierung ins Desaster.152
McDonald's: Keine Lust auf fremde Bürger.155
4. Die DOs & DONTs der persönlichen Fokussierung161
Über »Everybody's darling« - Zivilcourage ist Pflicht - Mut zur Lücke - Sieger kennen ihre Stärken - Der Manager als Regisseur - Delegieren Sie Ihre Schwächen - Die KISS-Regel	
5. In 6 Schritten zum fokussierten Manager209
Seien Sie ehrlich! - Erkennen Sie sich und Ihr Unternehmen! - Wo liegen Ihre Schlüsselstärken? - Definieren Sie Ihre Ziele! - Legen Sie fest, was Sie tun wollen! - Bleiben Sie am Ball!	
6. Mit Fokussierung werden Sie zum Sieger245
Kennen Sie Ihre Kunden? - Mitarbeiterorientierung und Innovationskraft müssen sein, sonst fällt Ihr Unternehmen ins Koma!	
7. Vom fokussierten Unternehmen zur fokussierten Gesellschaft261
Mehr als eine Utopie: Die Gesellschaft, die sich auf ihre Kernkompetenzen konzentriert!	
Register: Firmen, Namen.265