

Inhalt

Vorwort: Erfolgsfaktor Strategie	7
1 Neuedefinition von Branchen: das Prinzip	11
Eine neue Strategie braucht eine neue Organisation: Interview mit Barbara Kux	39
2 Nach der ersten Welle: Auto und Telekommunikation ..	47
2.1 Wissen ist Macht: In der Automobilindustrie verschieben sich die Gewichte	49
2.2 Festnetz, Mobilfunk, Kabel, Internet: Die Telekommunikationsbranche im Verteilungskampf .	75
3 Mitten in der Neuordnung: Touristik, Transport, Energie	95
3.1 Individualreisen zu Tagespreisen: In der Touristik ist Flexibilität Trumpf	97
3.2 Raus aus eingefahrenen Schienen: Die Transportbranche übt den Wettbewerb	122
3.3 Hochspannung: Die Energiewirtschaft investiert eine halbe Billion ins Ungewisse.	147
4 Kurs auf Wandel: Asset-Management, Medien, Pharma .	171
4.1 Aus Allroundern werden Spezialisten: Das Asset-Management legt Tempo vor	173
4.2 Geld oder Werbung: Die neue Medienbranche lässt dem Kunden die Wahl . . .	193
4.3 Intern, extern oder im Verbund: Die Pharmaindustrie sucht neue Rezepte	214

5	Volkswirtschaftliche Implikationen: Risiken durch Unternehmensstrategie?	235
	Strukturwandel – ja. Aber Unternehmen müssen im eigenen Interesse ihren Heimatstandort stark halten: Interview mit Günter Verheugen	249
6	Zum Schluss: Was tun?	259
	Register	279
	Autoreninformation	283