

David Rhodes
Daniel Stelter

Nach der **Krise** ist vor dem **Aufschwung**

**Wie Unternehmen die stagnierende
Wirtschaft für Überholmanöver nutzen**

FinanzBuch Verlag

© des Titels »Nach der Krise ist vor dem Aufschwung«
(ISBN 978-3-89879-609-5), 2010 by FinanzBuch Verlag GmbH,
München, Nähere Informationen unter: <http://www.finanzbuchverlag.de>

Inhalt

Einleitung: Im Aufschwung nach der Krise	9
Kapitel 1: Die Nachwehen der Großen Rezession	13
Kapitel 2: Eine kurze Geschichte der Krise	21
2.1 Der tiefe Fall	21
2.2 Ein Immobilienboom	22
2.3 Innovative Finanzinstrumente	23
2.4 Hungrige Investoren	24
2.5 Das Ende der Party	26
2.6 Was führte zur Krise?	29
2.7 Der Bankensektor braucht noch Jahre zur Erholung	31
2.8 Rettung auf Raten: Ein Experiment	37
Kapitel 3: Auf der Suche nach dem nächsten Schuldner	39
3.1 Eine Welt mit zu viel Schulden	39
3.2 Von der Finanz- zur Staatskrise	46
3.3 Die Gläubiger müssen helfen	52
3.4 Die Suche nach „Plan B“	58
3.5 Inflation, Deflation – oder beides?	60
3.6 Jahre geringen Wachstums liegen vor uns	65
Kapitel 4: Die neuen Realitäten	73
4.1 Die Welt wird eine andere sein	73
4.2 Die Rückkehr des starken Staates	74

4.3 Weniger ist mehr: Konsumenten ändern ihre Werte	84
4.4 Unternehmen: Der Kampf um Wachstum	90
4.5 Investoren: Realistische Erwartungen	94
4.6 Was bleibt nach der Krise?	96
Kapitel 5: Deutschland in der Welt	99
5.1 Krise? Welche Krise?	99
5.2 Zu früh zur Entwarnung	103
5.3 Aus der Schusslinie kommen	109
5.4 Die fundamentalen Themen (endlich!) angehen	111
Kapitel 6: Selbst in den schwersten Zeiten	117
6.1 Die Krise als Chance	117
6.2 General Motors – schnelles, entschlossenes, umfassendes Handeln	121
6.3 Chrysler – Aufstieg in die erste Liga	122
6.4 Ford – hohe Kosten und mangelnde Flexibilität als Wettbewerbsnachteile	124
6.5 Die kleineren Konkurrenten	125
Kapitel 7: Die Verteidigung zuerst	127
7.1 Finanzielle Grundlagen sichern	129
7.2 Geschäftliche Grundlagen sichern	134
7.3 Einnahmen sichern	141
7.4 Aus der Defensive in die Offensive	146
Kapitel 8: In die Offensive gehen	147
8.1 Den Fokus auf Innovation legen	147
8.2 Von Veränderungen im Umfeld profitieren	154
8.3 Werbung und Marketing intensivieren	161
8.4 Den Wettbewerb gezielt unter Druck setzen	164
8.5 In die Zukunft investieren	169
8.6 Neue Spielregeln durchsetzen	173
8.7 Das schöpferische Potenzial der Zerstörung	183

Kapitel 9: Management in einer neuen Zeit	189
9.1 Organisation wird zum Wettbewerbsvorteil	191
9.2 Leadership nach der Krise	192
9.3 Verantwortung für viele Interessen	195
9.4 Corporate Governance: Risiken kontrollieren	199
9.5 Wachstum und Globalisierung neu denken	201
ANHANG A	
Über unsere Methoden und Quellen	207
ANHANG B	
Zu unseren Umfragen	211
Quellen- und Literaturverzeichnis	217
Danksagung	231
Register	233