

Inhalt

Warum Sie dieses Buch lesen sollten **7**

Teil I: Die Herausforderung

- Was verbindet Alexander den Großen mit Ryanair? **13**
- Der Ausgangspunkt: Revolution der Marktbedingungen **15**
- Das Problem: Die Fähigkeiten großer Konkurrenten **17**
- Die Vorlagen: Caesar, Napoleon & Co. **20**
- Die Anwendung: Wachstum mit der ANA-Methode **22**

Teil II: Die Grundlagen

- Das Lagefenster **27**
- Der Bauplan erfolgreicher Strategien **30**

Teil III: Die Strategien

Strategie Nr. 1: Das Kerngeschäft umfassen

- Die Vorlage: Hannibal und die Schlacht von Cannae **35**
- Die Anwendung: Techtronic Industries und die Auftragsfertigung **46**

Strategie Nr. 2: Die Überdehnung der Konkurrenten nutzen

- Die Vorlage: Alexander der Große und die Schlacht von Gaugamela **62**
- Die Anwendung: Ryanair und der Preis-Leistungs-Vorteil **74**

Strategie Nr. 3: Etablierte Strukturen brechen

- Die Vorlage: Caesar und die Schlacht von Pharsalos **90**
- Die Anwendung: Apple und die Basisinnovationen **99**

Strategie Nr. 4: Die Erwartungswelle antizipieren

Die Vorlage: Napoleon und die Schlacht von Austerlitz **114**

Die Anwendung: ING-DiBa und das Privatkundengeschäft **125**

Strategie Nr. 5: Ein Randsegment als Sprungbrett nutzen

Die Vorlage: Friedrich der Große und die Schlacht von Leuthen **143**

Die Anwendung: Oracle und die Sonderanforderungen **155**

Zusammenfassung: Die fünf ANA-Strategien 171

Teil IV: Die Anwendung

Analyse: Die Ausgangssituation richtig erfassen **182**

Auswahl: Die wirksamste Strategie bestimmen **188**

Umsetzung: Die Strategie erfolgreich implementieren **200**

Ausblick: Den Erfolg langfristig sichern **206**

Anhang

Erläuterungen zur ANA-Methode **211**

Dank **213**

Anmerkungen **214**

Literatur **224**

Register **229**

Über den Autor **232**