

# Stichwortverzeichnis

## A

Achtzig-Prozent-Lösungen 118  
Ängste 51, 107  
Alleinstellung 62  
Analyse des Wettbewerbs 30  
Aquarium 45  
atomistische Konkurrenz-  
situation 31

## B

Benchmarking 66  
bereichsübergreifende  
Teams 70  
Branchen-Kultur 26

## C

CD-Manual 100  
Chancen-Risiken-Matrix 40  
Charisma 84  
Commitment 48, 96, 105  
Corporate Behaviour 60  
Corporate Design 60, 86  
Corporate Identity 60  
Corporate Marketing  
Team 121

## D

Defensiv-Strategien 9  
Differenzierungsmöglichkeiten  
26  
Distributionsgebiet 53

## E

Einzigartigkeit 62  
Exzellenz 13

## F

Firmenkultur 74  
Firmenlogo 88  
Firmenslogan 90  
Fokussierung 15  
„Frühwarn-Meßstellen“ 122  
Frühwarn-Signale 92  
Führung 69, 97  
Führungsfähigkeit 105  
Führungs-Instrument 99

## G

Gebäude 91  
Glaubwürdigkeit 95  
Gruppendynamik 70

## I

Image-Werbemittel 90  
Innovationschancen 25  
Inszenierung 67

## K

Kernkompetenz 23  
Killerphrasen 123  
Kommunikation 128 f.  
Kommunikationsmedien 80  
Kommunikationsstil 80, 85

Kontext 126  
Kulturentwicklung 70, 79  
Kultur-Management 79  
Kundenbindung 59

## L

Lebenszyklen 25  
Leidensdruck 121

## M

Management des Wandels 133  
Marktanalysen 27  
Marktanspruch 55, 127  
Marktentwicklung 25  
Marktindikatoren 25  
Marktkommunikation 52  
Markt-Monitoring 27  
Marktsegment 53  
Mitarbeiter-Bewertung 99  
Mitarbeiter-Orientierung 117  
Monitoring 112  
monopolistischer Markt 31

## O

Offensiv-Strategien 10  
oligopolistischer Markt 31

## P

Panels 27  
Perfektionismus 118  
Polarisierung 116  
Positionierung  
– durch Angebotsbreite,  
– tiefe 22  
– durch Design 21  
– durch Distribution 23  
– durch Innovation 20

– durch Internationalität oder  
Regionalität 22  
– durch Preis 21  
– durch Qualität 19  
– durch Schnelligkeit 20  
– durch Service 20  
– durch Zielgruppen-  
Orientierung 22  
„Positionierungs-Baukasten“  
13, 19  
„Positionierungs-Landkarte“ 15  
Positionierungs-Prozeß 112  
Positiv-Spirale 73  
Potential 36  
Potential-Einschätzung 40  
Preisführerschaft 38  
Psychologie 69

## R

Ressourcen 35  
Round-table-Gespräche 27

## S

Schlüsselpersonen 106  
Schlüsseltechnologien 25  
Selbstorganisation 94  
Service-Leistungen 37  
Simultaneous Engineering 120  
simultane Prozesse 116  
Strategie 69  
strategische Planung 57  
Symbole und Rituale 74

## T

Task-force-Team 124  
Timing 12  
Trial and Error 45

**U**

Unternehmensleitsätze 96  
Unternehmenspersönlichkeit 64  
Unternehmensphilosophie 98

**V**

Veränderungsdruck 110  
Veränderungsprozeß 107, 117  
Verhaltensleitlinien 97 f.  
Vision 36

**W**

Wahrnehmung der Kunden 14  
Werte 75  
Wettbewerbsstruktur  
25, 30  
Widerstände 107

**Z**

Zielvereinbarung 99  
Zukunftsszenario 27

## Der Autor

**Gerhard Nagel**, Jahrgang 1954, Betriebswirt, war Führungskraft im Marketing in der Industrie und Kundenberater einer führenden europäischen Werbeagentur. Seit 1981 ist er selbständiger Unternehmensberater. Gerhard Nagel ist Geschäftsführer von NCM NAGEL CORPORATE MARKETING, einer Unternehmensberatung, die spezialisiert ist auf die Entwicklung umfassender strategischer Konzepte für die offensive Marktpositionierung von Unternehmen. Das Unternehmen ist Teil einer Unternehmensberatungsgruppe mit circa 20 Mitarbeitern und vier Unternehmen mit Sitz in München.



Sie erreichen Gerhard Nagel unter:

NAGEL CORPORATE MARKETING  
Ulrich-von-Hassell-Str. 16b  
82067 Schäftlarn-Ebenhausen  
Telefon: (08178) 74 95  
Fax: (08178) 74 98  
Compuserve 100742,2452

# Weitere Management-Top-Titel

Don Tapscott

## **Die digitale Revolution**

Verheißungen einer vernetzten Welt – Die Folgen für  
Wirtschaft, Management und Gesellschaft

1996, 368 Seiten, 68,- DM

„Cyber-Guru“ Don Tapscott nimmt in diesem pragmatischen Führer  
durch die digitale Welt der Zukunft die Chancen, aber auch die  
Risiken unter die Lupe. Im Zentrum steht die entscheidende Frage:

Was bedeutet die neue Technologie für uns  
und unsere Unternehmen?

Robert Salmon

## **Alle Wege führen zum Menschen**

Mit humanem Management zu dauerhaftem Erfolg

1996, 324 Seiten, 78,- DM

Die Reflexionen des Topmanagers und Zukunftsberaters Robert  
Salmon über die Entwicklung der modernen Gesellschaft machen  
deutlich: Nur wenn es Unternehmen gelingt, den Menschen ins  
Zentrum ihres Tuns zu stellen, werden sie langfristig Erfolg haben.

Charles Handy

## **Ohne Gewähr**

Abschied von der Sicherheit – Mit dem Risiko leben lernen

1996, 224 Seiten, 68,- DM

Laut Management-Guru Charles Handy ist Ungewißheit die einzige  
Gewißheit in Zeiten unaufhaltsamen Wandels. Unsere einzige  
Chance besteht darin, neu zu denken, ständig zu lernen und mutig  
zu experimentieren. Eine faszinierende Reise durch die Welt  
des Wandels.

# **GABLER**

BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHER VERLAG DR. TH. GABLER GMBH, ABRAHAM-LINCOLN-STR. 46, 65189 WIESBADEN