

**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

<b>Einleitung: Im Aufschwung nach der Krise .....</b>	<b>9</b>
<b>Kapitel 1: Die Nachwehen der Großen Rezession .....</b>	<b>13</b>
<b>Kapitel 2: Eine kurze Geschichte der Krise .....</b>	<b>21</b>
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
<b>Kapitel 3: Auf der Suche nach dem nächsten Schuldner .....</b>	<b>39</b>
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
<b>Kapitel 4: Die neuen Realitäten .....</b>	<b>73</b>
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
<b>Kapitel 5: Deutschland in der Welt .....</b>	<b>99</b>
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
<b>Kapitel 6: Selbst in den schwersten Zeiten .....</b>	<b>117</b>
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
<b>Kapitel 7: Die Verteidigung zuerst .....</b>	<b>127</b>
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
<b>Kapitel 8: In die Offensive gehen .....</b>	<b>147</b>
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

<b>Kapitel 9: Management in einer neuen Zeit .....</b>	<b>189</b>
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
<b>ANHANG A</b>	
<b>Über unsere Methoden und Quellen .....</b>	<b>207</b>
<b>ANHANG B</b>	
<b>Zu unseren Umfragen .....</b>	<b>211</b>
<b>Quellen- und Literaturverzeichnis .....</b>	<b>217</b>
<b>Danksagung .....</b>	<b>231</b>
<b>Register .....</b>	<b>233</b>