

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                                 |      |
|---------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Leitfragenkatalog</b> .....                                                  | XIII |
| <b>1 Analyse der internen Unternehmensressourcen</b> .....                      | 1    |
| 1.1 ABC-Analyse .....                                                           | 3    |
| 1.2 XYZ-Analyse .....                                                           | 9    |
| 1.3 Lebenszyklusanalyse .....                                                   | 17   |
| 1.4 Erfahrungskurvenanalyse .....                                               | 26   |
| 1.5 Kostenstrukturanalyse .....                                                 | 35   |
| 1.6 Zufriedenheitsanalyse .....                                                 | 41   |
| 1.7 Unternehmenskulturanalyse .....                                             | 48   |
| 1.8 Kernkompetenzanalyse .....                                                  | 58   |
| 1.9 7-S-Modell .....                                                            | 67   |
| 1.10 Wertkettenanalyse .....                                                    | 74   |
| 1.11 Marktwachstum-Marktanteils-Portfolioanalyse (BCG) .....                    | 84   |
| 1.12 Marktattraktivität-Wettbewerbsstärken-Portfolioanalyse<br>(McKinsey) ..... | 95   |
| 1.13 Weitere Portfolioanalysen .....                                            | 107  |
| 1.14 Stärken-Schwächen-Analyse .....                                            | 115  |
| <b>2 Analyse der externen Marktkräfte</b> .....                                 | 123  |
| 2.1 Umweltanalyse .....                                                         | 125  |
| 2.2 Zielgruppenanalyse .....                                                    | 133  |
| 2.3 Konkurrenzanalyse .....                                                     | 141  |
| 2.4 Substitutionsanalyse .....                                                  | 153  |
| 2.5 Stakeholderanalyse .....                                                    | 162  |
| 2.6 Benchmarking .....                                                          | 168  |
| 2.7 Branchenstrukturanalyse .....                                               | 176  |
| <b>3 Aggregation zu einem Portfolio</b> .....                                   | 185  |
| 3.1 SWOT-Analyse .....                                                          | 187  |
| <b>4 Strategische Positionierung</b> .....                                      | 193  |
| 4.1 Marktfeldstrategien nach Ansoff .....                                       | 195  |
| 4.2 Wettbewerbsstrategien nach Porter .....                                     | 207  |
| 4.3 Marktpositionierung nach Treacy und Wiersema .....                          | 215  |
| 4.4 Leitbild (Vision, Mission, Kernwerte) .....                                 | 225  |
| <b>5 Strategische Planung</b> .....                                             | 231  |
| 5.1 SWOT-Normstrategien .....                                                   | 233  |
| 5.2 Portfolio-Normstrategien .....                                              | 238  |
| 5.3 Scoring-Modelle .....                                                       | 247  |
| 5.4 Szenariotechnik .....                                                       | 254  |
| 5.5 Gap-Analyse .....                                                           | 262  |
| 5.6 Balanced Scorecard .....                                                    | 267  |
| 5.7 Break-even-Analyse .....                                                    | 278  |
| 5.8 Quality Function Deployment (QFD) .....                                     | 282  |

|          |                                                                                       |     |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>6</b> | <b>Geschäftspolitische Bedeutung der Strategietools</b>                               | 293 |
| 6.1      | Kontext des Einsatzes der Strategietools:<br>Geschäftsmodell und Marktregeln          | 296 |
| 6.2      | Klassifizierung der Strategietools:<br>Aussagequalitäten und Beiträge                 | 300 |
| 6.3      | Das Instrument zur geschäftspolitischen Beurteilung<br>und Auswahl der Strategietools | 306 |
| <b>7</b> | <b>Case Study und Umsetzungsmethoden</b>                                              | 323 |
| 7.1      | Case Study Logistikoptimierung                                                        | 325 |
| 7.2      | Change Management                                                                     | 345 |
| 7.3      | Projektmanagement                                                                     | 346 |
| 7.4      | Prozessmanagement                                                                     | 347 |
|          | Abbildungsverzeichnis                                                                 | 349 |
|          | Tabellenverzeichnis                                                                   | 353 |
|          | Stichwortverzeichnis                                                                  | 355 |
|          | Autoren                                                                               | 357 |