

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I    Ansatz und Anspruch

<b>Strategie: Begriffe, Aspekte, Kontext</b> .....	3
Matthias Hirzel	
<b>Belastbare Strategien mit Systematik</b> .....	9
Stephan Zub	
<b>Zukunftsweisende Strategien mit Intuition</b> .....	15
Herbert Zub	
<b>Systematik und Intuition beim Innovationsmanagement</b> .....	27
Hans-Gerd Servatius	
<b>Der Intrapreneur – provokativ, mittendrin, anders</b> .....	43
Horst Scheurenbrand	

## Teil II    Methoden und Organisation

<b>Das Leitbild – Grundlage für die Strategie</b> .....	59
Matthias Hirzel	
<b>Die Externe Analyse als notwendige Bedingung der Strategieentwicklung</b> ....	69
Nick Dimler	
<b>Methodik der strategischen Positionierung</b> .....	83
Matthias Hirzel	
<b>Management von organisationsübergreifenden Geschäftsfeldern</b> .....	107
Matthias Hirzel	

<b>Unternehmer und Strategie</b> .....	115
Cornelius Hemel	
<b>Strategiemodelle der Post-Merger-Integrationsphase</b> .....	135
David Pfefferle und Peter Hamm	
<b>Prozess der strategischen Steuerung</b> .....	153
Matthias Hirzel	
 <b>Teil III Anwendung und Beispiele</b>	
<b>Strategische Positionierung im Ausland – ein Projekt</b> .....	165
Thomas Höllbacher	
<b>Mit Nutzenmanagement zur zielgerichteten Strategieumsetzung</b> .....	185
Thomas Binder	
<b>Schaffung von Akzeptanz bei der Strategieentwicklung</b> .....	195
Karl-Josef Krechel-Mohr	
<b>Strategie in einem mittelständischen Unternehmen</b> .....	209
Jürgen Nehler	
<b>Implementierung der strategischen Planung und Steuerung</b> .....	217
Matthias Hirzel	
<b>Die Grenzen der Strategie im Ehrenamt</b> .....	227
Ronald Maier	
<b>Businessplan als Voraussetzung für Produktstarts</b> .....	239
Gerold Rüdrieh und Boris Karcher	
<b>Literatur</b> .....	251