

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	5
1 Einleitung	9
2 Ebenen der Unternehmensführung	15
2.1 Muss man alles tun, was man tun kann?	15
2.2 Reicht es aus, sich an Gesetze zu halten?	24
2.3 Mission und Vision	27
3 Von der Vision zur Strategie	34
3.1 Die Umfeldanalyse	38
3.2 Wettbewerberanalyse	43
3.3 Benchmarking	44
3.4 Branchenstrukturanalyse	44
3.5 Szenariotechnik	49
3.6 Kundenengagement	50
3.7 Zielgruppenanalyse	53
3.8 Die SWOT-Analyse	56
4 Innensicht	60
4.1 Bewertung des Humankapitals	60
4.1.1 Mitarbeiterengagement	61
4.1.2 Mitarbeiterportfolio	65
4.2 Output	67
4.2.1 Produktportfolio	67
4.2.2 Substitutionsanalyse	72
4.3 Dienstleistungen: Klassifizierung und Qualitätsmessung	73
4.4 Kernkompetenzanalyse	78
4.5 Kulturanalyse	83
4.6 Kostenstrukturanalyse	94
5 Strategische Planung	102
5.1 SWOT-Normstrategien	104
5.2 Marktfeldanalyse nach Ansoff	110
5.3 Wettbewerbsstrategien nach Porter	122

5.4	Marktpositionierung	129
5.5	Balanced Scorecard	139
6	Innovative Organisationsformen	142
6.1	Organisationsformen	146
6.2	Agile Organisationsformen	159
7	Businessplan	170
	Literatur	178