

# Inhaltsverzeichnis

## A. Leitbild

1	Leitbild .....	3
---	----------------	---

## B. Externe Analyse

2	Umweltanalyse .....	9
3	Branchenstrukturanalyse – „Five Forces“ .....	12
4	Nachfragekurve und Preiselastizität .....	15
5	Technologiesubstitutionsmodelle (S-Kurve) .....	18
6	Stakeholderanalyse .....	22
7	Merger Endgame .....	25
8	Clusteranalyse .....	28
9	Kundenanalyse .....	30
10	Zielgruppenanalyse & Segmentierung .....	33
11	Analyse des Kaufverhaltens .....	35
12	Zufriedenheitsanalyse .....	38
13	Faktorenanalyse .....	41
14	Conjoint Analysis .....	43
15	Multidimensionale Skalierung .....	46
16	Produktwahrnehmungsmatrix .....	48
17	Wettbewerbsanalyse .....	51

## C. Interne Analyse

18	Brand-Equity-Analyse .....	57
19	Lebenszyklusanalyse .....	59
20	SWOT-Analyse .....	62
21	Stärken-Schwächen-Analyse .....	65
22	Kernkompetenzen .....	68
23	Kompetenz-Mapping .....	71
24	Unternehmenskulturanalyse .....	74
25	Wertschöpfungskettenanalyse .....	77
26	ABC-Analyse .....	80
27	Benchmarking .....	84
28	7-S-Modell .....	87
29	5 C .....	89
30	Market-Activated Corporate Strategy .....	92
31	Parenting Advantage/Fit .....	95
32	Risiko-Ertrags-Matrix .....	99
33	Kostenanalyse auf Basis von Wertschöpfungsketten .....	102
34	Kostenstrukturanalyse .....	106
35	Erfahrungskurvenanalyse .....	109
36	Scale Curves .....	112

37	Komplexitätskurven .....	115
38	PIMS (Profit Impact of Market Strategies) .....	118
39	Investitionsrechnung .....	122
40	Corporate Valuation Analysis .....	127
41	Financial Statement Analysis .....	130
42	Rate des selbst finanzierten Wachstums (SFG – Self-Financeable Growth Rate) .....	133

#### **D. Strategische Optionen**

43	Entwicklung strategischer Optionen – Optionenauswahl .....	139
44	Geschäftsfelddefinition .....	142
45	Geschäftsfeldanalyse .....	144
46	Comstrat-Analyse (Competitive Strategy Analysis) .....	146
47	Wettbewerbsstrategie nach Michael Porter .....	149
48	Marktfeldstrategien nach Ansoff .....	153
49	Marktpositionierung .....	156
50	High-Road-Low-Road-Portfolioanalyse .....	159
51	Marktwachstums-Marktanteils-Portfolio .....	162
52	Marktattraktivitäts-Wettbewerbsstärken-Portfolioanalyse .....	165
53	Marktlebenszyklus-Wettbewerbspositions-Portfolio .....	168
54	Portfolio-Normstrategien .....	171
55	SWOT-Normstrategien .....	175
56	Strategy Maps nach Kaplan & Norton .....	178

#### **E. Strategieentscheidung**

57	Entscheidungsprozess .....	183
58	Entscheidungsbaumtechnik .....	186
59	QHAR-Konzept .....	189
60	Kepner-Tregoe-Methode .....	191

#### **F. Strategische Planung**

61	Phasen des Strategieprozesses .....	197
62	Strategiekonferenzen .....	198
63	Setzen strategischer Ziele .....	201
64	4 P .....	204
65	4 C .....	206
66	Decisions under Uncertainty .....	208
67	Break-even-Analyse .....	212
68	Forecasting .....	214
69	Trendanalyse .....	217
70	Organisatorische Fit-Analyse .....	220
71	Szenario-Analyse .....	223
72	Portfolio-Simulation .....	226
73	Gap-Analyse .....	229
74	Pareto-Analyse .....	232
75	Netzplantechnik .....	235
76	Scoring-Modelle .....	238

77	Auswahl von Beratern .....	241
78	Zusammenarbeit mit Beratern .....	245

**G. Strategieumsetzung**

79	Balanced Scorecard (BSC) .....	251
80	Change-Management (nach Kotter) .....	255
81	Supply-Chain-Management .....	259
82	Outsourcing .....	262
83	Qualitätsmanagement .....	265
84	EFQM .....	268
85	Six Sigma .....	272
86	Fehlerbaumanalyse .....	275
87	Fehlermöglichkeits- und -einflussanalyse (FMEA) .....	278
88	Ishikawa-Diagramm .....	281
89	Öko-Audit .....	283
90	Wissensmanagement .....	286
91	Decision-Support-Systeme .....	289
92	Investor-Marketing .....	292
93	Marktkommunikation .....	296
94	Kundenbindungsmaßnahmen .....	299
95	Controlling .....	302
96	Product Bundling .....	305
97	Pricing .....	308
98	Distribution .....	311
99	Plan-Do-Check-Act-Rad .....	314
100	Managing Time .....	316
101	Realisationsunterstützende Managementtechniken .....	319
102	Polaritätsmanagement .....	322

**Anhang**

Literaturverzeichnis .....	327
Stichwortverzeichnis .....	335
HIRT&FRIENDS – Wer wir sind .....	339
Über den Herausgeber .....	340