
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung – Herangehen und Aufbau	1
	Literatur	5
2	Strategisches Management- Fundamente	7
2.1	Strategie – die Ausgangspunkte	7
2.2	Strategie – kein wissenschaftlicher Vorgang	12
2.3	Strategie – Zusammenspiel von Ratio, Intuition, Kreativität und Empathie	19
2.3.1	Intuition – die Macht im Hintergrund	25
2.3.2	Kreativität – das Sahnehäubchen des strategischen Managements	32
2.3.3	Empathie – die Stärke eines guten Strategen	38
2.3.4	Ratio – das Selbstverständliche	44
2.4	Das Ganze – unerreichbares Muss	51
2.5	Die Struktur – wichtiger als der Fakt	57
2.6	Vereinfachen – schwierig aber unabdingbar	61
2.7	Strategisches Management – ein ständiger Lernprozess	66
	Literatur	72
3	Strategisches Management – der Prozess	75
3.1	Der Strategieprozess – die Schrittfolge	75
3.2	Die Ziele – Voraussetzung für jede Strategie	82
3.3	Das Ordnen und Strukturieren	92
3.3.1	Beschreibende Strukturen	96
3.3.2	Erklärende Strukturen	109
3.4	Ausfüllen der Strukturen mit Informationen – Analyse	116
3.4.1	Beschaffung und Interpretation von Informationen	119
3.4.2	Aufbereitung der Fakten – Analyse	126
3.5	Schaffen von Optionen	127

3.6	Beurteilung von Optionen	132
3.7	Die Entscheidung – von der besten Option zur Strategie	141
3.8	Kommunikation – ohne zu überzeugen macht die Strategie keinen Sinn	145
3.9	Schlussbemerkungen zum Strategieprozess	155
	Literatur	156
4	Strategie – eine Geschichte für Jedermann	159
	Literatur	203