

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V	
<b>Innovation</b>		
<b>1 Marktplatz der Macher</b>		
Unternehmerisch neue Wege erschließen		
<i>Michael Faschingbauer/René Mauer</i> .....	3	
<b>2 Querdenken</b>		
Marktgesetze infrage stellen und eigene Regeln		
setzen		
<i>Gerd-Inno Spindler</i> .....	7	
<b>3 Blue Ocean Strategy</b>		
Neue Märkte ohne Konkurrenz gestalten		
<i>Heike Rawitzer/Jacques Hefti</i> .....	12	
<b>4 Geschäftsmodelle</b>		
Die Erfolgslogik des Geschäfts verstehen		
und gestalten		
<i>Thomas Wunder</i> .....	19	
<b>5 Innovationsradar</b>		
Das unternehmenseigene Innovationspotenzial		
erweitern und nutzen		
<i>Claudio Cometta/Jacques Hefti/Heike Rawitzer</i> ... 29		
<b>Umfeldanalyse</b>		
<b>6 Szenariotechnik</b>		
Zukunftsbilder entwickeln und für strategische		
Vorhaben nutzen		
<i>Benjamin Künzli</i> .....	37	
<b>7 Trend- und Umweltanalyse</b>		
Strategische Potenziale erkennen		
und analysieren		
<i>Heike Rawitzer/Jacques Hefti</i> .....	41	
<b>8 Porter's Five Forces</b>		
Die Attraktivität der Branche beurteilen		
<i>Benjamin Künzli</i> .....	47	
<b>9 Konkurrenzanalyse</b>		
Potenzielle und tatsächliche Wettbewerber		
identifizieren		
<i>Jacques Hefti/Heike Rawitzer/Claudio Cometta</i> ... 52		
<b>10 SWOT-Analyse</b>		
Die Ausgangslage des Unternehmens		
wirklich kennen		
<i>Benjamin Künzli</i> .....	57	
<b>Strategie</b>		
<b>11 VRIO-Modell</b>		
Kernkompetenzen identifizieren		
und gezielt einsetzen		
<i>Jacques Hefti/Heike Rawitzer</i> .....	65	
<b>12 Duale Betrachtung strategischer</b>		
<b>Stoßrichtungen</b>		
Intuition und Kognition für strategische		
Entscheidungen nutzen		
<i>Kerstin Pichel/Erika Lüthi</i> .....	70	
<b>13 Strategy Maps als Kommunikations-</b>		
<b>Instrument</b>		
Strategien für Mitarbeiter und Stakeholder		
klären, beschreiben und abgleichen		
<i>Thomas Wunder</i> .....	75	

<b>14 Bereichsübergreifendes Strategie-Alignment</b>	<b>Prozessmanagement</b>
Eine gemeinsame strategische Orientierung im Gesamtunternehmen schaffen	<b>23 Ganzheitliches MITO-Modell</b>
<i>Thomas Wunder</i> ..... 81	Megatrends in die strategische Organisationsentwicklung einbeziehen
<i>Hartmut F. Binner</i> ..... 125	
<b>15 Strategisches Roadmapping</b>	<b>24 Prozess-Alignment</b>
Der effektive Weg zur Strategieumsetzung	Geschäftsprozesse aus der Unternehmensstrategie ableiten
<i>Benjamin Künzli</i> ..... 87	<i>Gerd Nanz</i> ..... 135
<b>Projektmanagement</b>	<b>25 Prozessstandardisierung</b>
<b>16 Projektauftrag</b>	Ein Portfolio-Instrument zur strukturierten Analyse von Geschäftsprozessen
Das A und O für professionelles Projektmanagement	<i>Philipp Zellner</i> ..... 139
<i>Achim Weiland</i> ..... 95	
<b>17 Projektorganisation</b>	<b>26 Prozess-Qualitäts-Cockpit</b>
Aufgaben verteilen und Beteiligte richtig einbinden	Prozesse konsequent am Kundennutzen ausrichten
<i>Achim Weiland</i> ..... 99	<i>Roman Stöger</i> ..... 143
<b>18 Risikoanalyse</b>	<b>27 Prozesskostenrechnung</b>
Projektrisiken erkennen und rechtzeitig bekämpfen	Produktivität und Prozesse aktiv steuern
<i>Achim Weiland</i> ..... 103	<i>Roman Stöger</i> ..... 147
<b>19 Stakeholder-Analyse</b>	<b>28 Kontinuierliches Verbesserungsprogramm</b>
Interessengruppen identifizieren und einbeziehen	Qualitäts- und Produktivitätspotenziale heben
<i>Achim Weiland</i> ..... 107	<i>Roman Stöger</i> ..... 150
<b>20 Leistungsmessung und Qualitätsbeurteilung</b>	<b>Führung</b>
Qualität, Zeit und Kosten im Blick haben	<b>29 Risikomanagement</b>
<i>Roman Stöger</i> ..... 111	Die Lebensfähigkeit des Unternehmens sicherstellen
<b>21 Projektlandkarte</b>	<i>Roman Stöger</i> ..... 157
Größere Leistungsfähigkeit dank Multiprojektmanagement	
<i>Roman Stöger</i> ..... 114	
<b>22 Debriefing</b>	<b>30 Kulturentwicklung</b>
Aus Projekterfahrungen lernen	Wie Führungskräfte die Unternehmenskultur prägen können
<i>Achim Weiland</i> ..... 118	<i>Caspar Fröhlich</i> ..... 160

---

<b>31 Beratungsprozess</b>	<b>37 Interventionsarchitektur und -design</b>
Beratung verstehen und gezielt einsetzen	Den Rahmen für Veränderungsprojekte
<i>Achim Weiand</i> ..... 164	effektiv gestalten
	<i>Achim Weiand.</i> ..... 196
<b>32 Flexibilitätsmatrix</b>	<b>38 Auswahl von Interventionen</b>
Teams entwickeln und ihre Effizienz steigern	Die geeigneten Maßnahmen identifizieren
<i>Mario Situm</i> ..... 171	<i>Achim Weiand</i> ..... 200
<b>33 Sitzungsmanagement</b>	<b>39 Gemeinsames Problembewusstsein</b>
Mit wirksamen Sitzungen zu Ergebnissen	Veränderungsgründe für alle nachvollziehbar
<i>Roman Stöger</i> ..... 177	machen
	<i>Achim Weiand</i> ..... 206
<b>34 Systematische Müllabfuhr</b>	<b>40 Umgang mit Widerstand</b>
Sich von Überflüssigem und Überkommenem	Die Ursachen für Widerstand erkennen
verabschieden	und bearbeiten
<i>Roman Stöger</i> ..... 181	<i>Achim Weiand</i> ..... 210
<b>Change Management</b>	
<b>35 Organisationsanalyse</b>	Autorenverzeichnis ..... 215
Strukturen regelmäßig überprüfen	
und anpassen	Kontakt: Herausgeberverbände,
<i>Benjamin Künzli</i> ..... 187	Schriftleitung und Redaktion ..... 219
<b>36 Funktionendiagramm</b>	
Aufgaben, Kompetenzen und Verantwort-	
lichkeiten klären	
<i>Roman Stöger</i> ..... 192	