

Gesamtinhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Checklisten, Grafiken und Tabellen	7
Vorwort zur 2. Auflage	11
1. Einführung in das Strategische Management	13
1.1 Veränderungen als Ausgangssituation	14
1.2 Definition des Strategischen Managements	16
1.3 Nicht realisierte und emergente Strategien: Alles nur Zufall?	22
2. Planung des Strategischen Managements	25
2.1 Der Strategische Planungsprozess	25
2.2 Leitbildung und Zielsetzung	28
2.3 Ableitung strategischer Ziele	30
2.4 Klärung der Marktsituation	32
2.5 Abgrenzung strategischer Geschäftsfelder	35
3. Strategische Planungs- und Analysekonzepte	39
3.1 Die äußere Umwelt: Chancen und Risiken	40
3.1.1 Die Chancen- und Risiken-Analyse	41
3.1.2 Früherkennung und Szenarienentwicklung	46
3.1.3 Die Kunden- bzw. Stakeholderanalyse	55
3.1.3.1 Analyse der einzelnen Stakeholder	56
3.1.3.2 Segmentierung der Klienten durch Milieugruppierungen	63
3.1.4 Die Marktanalyse	75
3.2 Der innere Zustand: Die Organisationsanalyse	86
3.2.1 Die Stärken-Schwächen-Analyse	86
3.2.2 Kernkompetenzen und Einzigartigkeit als Ausgangspunkt	89
3.2.3 Die Wertkettenanalyse	92
3.2.4 Benchmarking	98
3.3 Die SWOT-Analyse auf Geschäftstellenebene	103
3.4 Die Portfolioanalyse auf Unternehmensebene	106
3.4.1 Die externe Komponente des Portfolios: Der Produktlebenszyklus	107
3.4.2 Die interne Komponente des Portfolios: Die Fixkostendegression durch die Erfahrungskurve	113
3.4.3 Die Portfolio-Matrix	114

Gesamtinhaltsverzeichnis

4.	Strategien in der Sozialen Arbeit	119
4.1	Unternehmensstrategien	121
4.1.1	Die Positionierung der Einrichtung	121
4.1.2	Marktsegmentierung: Wo wollen wir tätig werden?	126
4.1.3	Das Portfolio: Wie wollen wir unsere Leistungen zusammensetzen?	128
4.2	Geschäftsfeldstrategien	132
4.2.1	Wachstumsstrategien	133
4.2.2	Marktabdeckungsstrategien	135
4.2.3	Wettbewerbsvorteilsstrategien	135
4.2.4	Marktbearbeitungsstrategien	138
4.2.5	Verhaltensstrategien	140
4.2.6	Skalierungsstrategien	142
5.	Realisierung der Strategien	149
5.1	Voraussetzungen für erfolgreiche Strategien	149
5.2	Corporate Governance und Transparenz	152
5.3	Strategisches Personalmanagement	159
5.4	Steuerung der Strategieumsetzung mit Hilfe von Kennzahlen	170
5.5	Berichte im Sozialen Bereich: Der Social Reporting Standard	174
5.6	Die Strategieumsetzung mittels der Balanced Scorecard	176
5.7	Umsetzung des strategischen Managements	185
	Schlussbetrachtung	189
	Literaturverzeichnis	191
	Stichwortverzeichnis	197