

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 Geschäftsebene ..... 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

<b>4.</b>	<b>Strategien in der Sozialen Arbeit .....</b>	<b>119</b>
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
<b>5.</b>	<b>Realisierung der Strategien .....</b>	<b>149</b>
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
	<b>Schlussbetrachtung .....</b>	<b>189</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>191</b>
	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>197</b>