

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1	Einleitung	11
Kapitel 2	7 Elemente & 7 Perspektiven	19
2.1	Ein erster Einblick	20
2.2	7 Elemente (Handlungsfelder)	27
2.2.1	Strategie	27
2.2.2	Positionierung	29
2.2.3	Marketing & Vertrieb	29
2.2.4	Unternehmenskultur	30
2.2.5	Struktur	32
2.2.6	Markt und Umwelt (Stakeholder)	33
2.2.7	Unternehmen (Kernkompetenzen)	34
2.3	7 Perspektiven (wissenschaftliche Grundlagen)	34
2.3.1	Planungsorientierte Perspektive	37
2.3.2	Positionierungsorientierte Perspektive	38
2.3.3	Ressourcenorientierte Perspektive	39
2.3.4	Konfigurationsorientierte Perspektive	40
2.3.5	Stakeholderorientierte Perspektive	41
2.3.6	Systemorientierte Perspektive	42
2.3.7	Aktivitätenorientierte Perspektive	43
2.4	Strategieprozesse	43
2.4.1	Idealtypische Strategieprozesse	44
2.4.2	Situationsadäquate Strategieprozesse	45
2.5	Kritische Betrachtung	47
2.5.1	Nutzen und Einsatzmöglichkeiten	47
2.5.2	Beitrag und Grenzen	49
Kapitel 3	Strategische Analyse	55
3.1	Markt- und Umweltanalyse	56
3.1.1	Generelle Analyse der Umwelt	57
3.1.2	Analyse der globalen Umwelt	58
3.1.3	Branchenanalyse	60
3.1.3.1	Branchenstrukturanalyse von Porter	60
3.1.3.2	Analyse der Branchendynamik	65
3.1.4	Stakeholderanalyse	66
3.1.5	Konkurrenzanalyse	67
3.1.6	Kundenanalyse	68
3.1.7	Vertriebspartneranalyse	70
3.2	Unternehmensanalyse	72
3.2.1	Ressourcen, Fähigkeiten und Kernkompetenzen	72
3.2.2	Funktionsanalyse	75

Kapitel 5	Strategieimplementierung	159
5.1	Grundlagen.....	160
5.1.1	Ausmaß der Veränderung bestimmen.....	161
5.1.2	Aufgaben im Rahmen der Strategieimplementierung.....	163
5.2	Rahmenbedingungen.....	166
5.2.1	Strukturen.....	166
5.2.2	Unternehmenskultur.....	168
5.2.3	Systeme.....	170
5.2.4	Führungskräfte.....	172
5.3	Strategieoperationalisierung.....	173
5.3.1	Konkretisierung und Präzisierung.....	174
5.3.2	Aktivitäten- und Maßnahmenplanung.....	176
5.3.3	Ressourcenzuweisung & Budgetierung.....	177
5.3.4	Information und Kommunikation.....	179
5.3.5	Koordination und Monitoring.....	182
5.4	Strategischer Wandel.....	183
5.4.1	Analyse des Wandelkontextes.....	186
5.4.2	Identifikation der Gestaltungsmöglichkeiten.....	189
5.4.3	Gestaltung des Wandelprozesses.....	194
5.4.4	Führung und Management des Wandels.....	199
5.5	Diskussion.....	202
Kapitel 6	Strategische Evaluierung	209
6.1	Grundsätze und Ziele.....	210
6.2	Funktionen.....	215
6.2.1	Planung und Kontrolle.....	215
6.2.2	Information und Steuerung.....	217
6.2.3	Motivation.....	218
6.2.4	Organisationales und individuelles Lernen.....	218
6.3	Kennzahlen.....	219
6.3.1	Finanzielle Kennzahlen.....	220
6.3.2	Nichtfinanzielle Kennzahlen.....	224
6.4	Instrumente.....	227
6.4.1	Balanced Scorecard.....	227
6.4.2	EFQM-Excellence-Modell.....	231
6.4.3	Wissensbilanz.....	234
6.5	Diskussion.....	236
	Literaturverzeichnis	243
	Stichwortverzeichnis	269