



Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber	5
Vorwort des Autors	9
Inhaltsverzeichnis	11
1. Nutzenargumente für das Erarbeiten und Umsetzen einer Unternehmensstrategie	13
2. Grundlagen des strategischen Denkens und Handelns	19
3. Wege zur Strategiefindung	23
3.1 Intuitives Vorgehen	23
3.2 Geplantes Vorgehen	23
4. Instrumente und Methoden zur Strategieentwicklung	27
4.1 Einstimmung	27
4.2 Basisanalysen als Grundlagen einer Strategieentwicklung	28
4.2.1 Analyse der Marktlage	29
4.2.1.1 Kundenanalyse	29
4.2.1.2 Wettbewerbsanalyse	34
4.3 Analyse des Produkt-/Dienstleistungsangebots	37
4.4 Ausrichtung des Unternehmens im Markt	45
4.5 Analyse der Innovationsfähigkeit	63
4.6 Analyse der Mitarbeiterstärke	74
4.7 Analyse der Finanzstärke	80
5. Weitere Ansatzpunkte in Theorie und Praxis zur Strategieentwicklung	87
5.1 Die SWOT-Analyse	87
5.2 Wettbewerbskräfte nach Porter	89
5.3 Wettbewerbsstrategien nach Porter	93
5.4 Die Wertschöpfungskette nach Porter	95
5.5 Der Portfolio-Ansatz nach McKinsey u. a.	97

5.6	Der kybernetische Ansatz	102
5.7	Das 7-S-Modell von Pascal und Athos	105
5.8	Die Stakeholder-Analyse	106
5.9	Der Shareholder-Value-Ansatz	107
5.10	Der Ansatz über Wissensmanagement	108
6.	Erarbeitung einer ganzheitlich ausgerichteten Unternehmensstrategie	109
6.1	Strategiebestimmung mit dem System der Erfolgsfaktoren	109
6.2	Ganzheitlich orientierte Strategieentwicklung	124
7.	Sicherstellung der Strategieumsetzung	127
	Der Autor	133
	Stichwortverzeichnis	135