



## Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort der Herausgeber</b>	5
<b>Vorwort des Autors</b>	9
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	11
<b>1. Nutzenargumente für das Erarbeiten und Umsetzen einer Unternehmensstrategie</b>	13
<b>2. Grundlagen des strategischen Denkens und Handelns</b>	19
<b>3. Wege zur Strategiefindung</b>	23
3.1 Intuitives Vorgehen	23
3.2 Geplantes Vorgehen	23
<b>4. Instrumente und Methoden zur Strategieentwicklung</b>	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
<b>5. Weitere Ansatzpunkte in Theorie und Praxis zur Strategieentwicklung</b>	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

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