

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XV
Begriffsverzeichnis	XVII

Einleitung.....	1
-----------------	---

Teil 1: Die Grundlagen des Business Wargaming

1 Die Geschichte des Wargaming.....	9
1.1 Wei-Hai und Go im alten China.....	10
1.2 Vom indischen Chaturanga zum Schach	10
1.3 Schach und seine Weiterentwicklungen	11
1.4 Spiele für den militärischen Gebrauch	13
1.5 Nichtmilitärisches Wargaming und die jüngste Entwicklung.....	19
1.6 Die Entwicklung des Business Wargaming	22
2 Die Methodik des Business Wargaming.....	25
2.1 Was ist Business Wargaming?.....	25
2.2 Die Grundlagen des Business Wargaming: Teams.....	28
2.2.1 Das Firmen-Team.....	28
2.2.2 Die Wettbewerber-Teams	28
2.2.3 Das Markt-Team.....	29
2.2.4 Das Kontroll-Team.....	30
2.3 Die Grundlagen des Business Wargaming: Interaktion.....	31
2.4 Die Grundlagen des Business Wargaming: Spielrunden.....	33

3 Die Bedeutung von Business Wargaming für die strategische Planung	35
3.1 Strategie und Taktik aus militärischer Sicht	36
3.2 Die Bedeutung strategischer Planung und <i>Scenario Planning</i>	39
3.3 Die Vorteile von Business Wargaming.....	41

Teil 2: Die Anwendung von Business Wargaming

Einleitung.....	45
4 Strategieüberprüfung	47
4.1 Wozu Strategieüberprüfung?	47
4.2 Fallstudie: Allianzstrategie für Airlines	49
4.2.1 Ausgangssituation	50
4.2.2 Ziele und Schlüsselfragen	51
4.2.3 Spielverlauf	51
4.2.4 Erkenntnisse.....	53
4.3 Fallstudie: Wargaming für eine erfolgreiche Key-Account-Strategie.....	55
4.3.1 Ausgangssituation, Ziele und Schlüsselfragen	56
4.3.2 Spielverlauf	57
4.3.3 Erkenntnisse.....	62
4.4 Business Wargaming an der Generalstabschule der Schweizer Armee.....	64
5 Crisis Response Preparation: Vorbereitung auf Krisen	69
5.1 Die Bedeutung von Business Wargames für das Krisenmanagement	70
5.2 Fallstudie: Finanzinformationsdienstleister	72
5.2.1 Ausgangssituation	72
5.2.2 Zielsetzung und Fragestellung.....	72
5.2.3 Spielverlauf	72
5.2.4 Erkenntnisse.....	73
5.3 Fallstudie: HIV / AIDS.....	74
5.3.1 Ausgangssituation	74
5.3.2 Zielsetzung und Fragestellung.....	75
5.3.3 Spielverlauf	76
5.3.4 Erkenntnisse.....	79

5.4	Fallstudie: Bioterrorismus	81
5.4.1	Ausgangssituation	81
5.4.2	Zielsetzung und Fragestellung.....	82
5.4.3	Spielverlauf	82
5.4.4	Erkenntnisse.....	86
5.5	Port Security Wargame.....	88
5.5.1	Die Ausgangssituation	88
5.5.2	Zielsetzung & Aufbau des Wargames	88
5.5.3	Das Wargame	90
5.5.3.1	Spielvorbereitung	90
5.5.3.2	Spielplan	91
5.5.4	Empfehlungen	95
5.5.5	Resultate	98
5.6	Business Wargaming als strategischer Erfolgsfaktor für Konzerne in der Krise.....	99
5.6.1	Das Beispiel Sulzer Medica / Centerpulse -Ausgangslage	99
5.6.2	Strategische Fragestellungen	100
5.6.3	Methodologisches Vorgehen	100
5.6.4	Resultate	102
5.6.5	Erkenntnisse und Schlussfolgerungen.....	103
6	Die Entwicklung von Foresight.....	105
6.1	Die Entwicklung von Foresight mit Business Wargaming.....	105
6.2	Fallstudie: Die Zukunft der Asset Management Distribution.....	107
6.2.1	Ausgangssituation	107
6.2.2	Zielsetzung und Fragestellung.....	107
6.2.3	Spielverlauf	108
6.2.4	Erkenntnisse.....	110
6.2.5	Das Beispiel der Allianz Global Investors	110
6.3	Wargames im öffentlichen Sektor	111
7	Change Management.....	115
7.1	Change Management und Business Wargaming.....	115
7.2	Fallstudie: Neue Marktspielregeln.....	116
8	Ausbildung und Mitarbeitergewinnung.....	119
8.1	Business Wargaming in der Ausbildung und Mitarbeitergewinnung.....	119

8.2	Praktische Anwendungen.....	120
8.2.1	Mitarbeiterschulung und Personalentwicklung.....	120
8.2.2	„Der Kampf um die Klicks“.....	121
8.3	Der Einsatz von Business Wargaming an Universitäten	123
8.3.1	Ausgangssituation	123
8.3.2	Zielsetzung und Fragestellung.....	123
8.3.3	Spielverlauf	123
8.3.4	Erkenntnisse.....	126
8.4	Fallstudie: Die CEO Challenge	127
8.4.1	Ausgangssituation	127
8.4.2	Zielsetzung.....	128
8.4.3	Spielverlauf	129
8.4.4	Erkenntnisse.....	132
9	Weitere Anwendungsmöglichkeiten des Business Wargaming. 135	
9.1	Strategische Frühaufklärungssysteme.....	135
9.2	Reputationsmanagement für Unternehmen: Stakeholder Wargame	138
9.3	Operatives Business Wargaming: Supplier Risk Management	141
9.3.1	Verwundbarkeit der Supply Chain systematisch erfassen	141
9.3.2	Von statischer zu dynamischer Risikobeurteilung.....	144
9.3.3	Business Wargaming als schlagkräftige Methodik	145
9.3.4	Fazit	146
10	Ein alternativer Ansatz für Business Wargames: Wargaming in der Automobilindustrie	149
10.1	Die Ausgangssituation.....	149
10.2	Die Ziele des Wargames	149
10.2.1	Mögliche Wettbewerbssituationen erkennen und zukünftige Wettbewerber-Aktivitäten aufzeigen	150
10.2.2	Die Zahl der blinden Flecken in der Wahrnehmung der Topmanager reduzieren.....	150
10.2.3	Die Unternehmensstrategie gegen das Unerwartete wappnen.....	150
10.2.4	Zukunftschancen erkennen, weiterentwickeln und evaluieren.....	151
10.2.5	Eine Veränderung der Unternehmenskultur auslösen.....	151
10.2.6	Planung und Vorbereitung.....	151

10.3	Das Wargame.....	153
10.3.1	Eröffnung und Einführung.....	153
10.3.2	Durchspielen der aktuellen Strategie und Identifizierung der Wettbewerber	154
10.3.3	Die erste Runde: Angriffe der Wettbewerber („Spiel den Feind“)	154
10.3.4	Die zweite Runde: Verteidigung und Gegenangriffe	155
10.3.5	Die dritte Runde: Reaktionen auf die Gegenangriffe.....	156
10.3.6	Wirkungsanalyse.....	156
10.3.7	Erfolgsfaktoren für das Wargame.....	157
10.4	Erkenntnisse.....	158
10.5	Resultate	158

Teil 3: Business Wargaming in der Praxis

11	Planung und Durchführung.....	163
11.1	Planung.....	165
11.2	Vorbereitung.....	167
11.3	Durchführung	169
11.4	Auswertung und Dokumentation.....	170
11.5	Zusammenfassung	171

Literaturverzeichnis	175
-----------------------------------	------------

Die Autoren	181
--------------------------	------------