

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	11
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	12
1 Grundlagen	
<i>Problemstellung</i>	15
1.1 Begriffliche Abgrenzungen	15
1.1.1 Planung	15
1.1.2 Strategien	17
1.1.3 Strategische Unternehmensplanung	20
1.1.4 Strategisches Management	22
1.2 Entwicklungsgeschichte und Zweck der strategischen Unternehmensplanung	25
1.2.1 Bisherige Entwicklung	25
1.2.2 Zweck der strategischen Unternehmensplanung	28
1.3 Kritische Überlegungen zur bisherigen Planungspraxis	29
1.3.1 Kritik am Vorrang des Handelns und der operativen Planung vor strategischem Planen	30
1.3.2 Kritische Überprüfung der Instrumente und Entscheidungshilfen	30
1.3.3 Kritik an den konzeptionellen Ansätzen zur strategischen Unternehmensplanung	33
2 Eine Konzeption der strategischen Unternehmensplanung	
<i>Problemstellung</i>	37
2.1 Zum Prozeßcharakter der strategischen Unternehmensplanung	37
2.2 Unternehmenspolitik und Leitbilder als Einflußgrößen des strategischen Planungsprozesses	39
2.3 Analyse und Prognose des Unternehmens und seiner Umwelt	40
2.3.1 Analyse der Umwelt	40
2.3.2 Analyse der Unternehmenssituation	46
2.3.3 Strategische Prognose und Frühaufklärung	52

2.4	Elemente einer Planungskonzeption	53
2.4.1	Absichten	53
2.4.2	Strategien	57
2.4.3	Maßnahmen	61
2.4.4	Ziele	62
2.4.5	Der konzeptionelle Zusammenhang von Absichten, Strategien, Maßnahmen und Zielen	63
2.5	Die strategische Zielplanung	67
2.5.1	Generelle und spezielle Absichten als Ausdruck zunehmender Unvollständigkeit strategischer Planungsprozesse	67
2.5.2	Die Präzisierung der unternehmerischen Absichten	68
2.6	Die Strategieentwicklung	70
2.6.1	Grundprinzipien der Strategieformulierung	70
2.6.2	Strukturelle und inhaltliche Strategieebenen	71
2.6.2.1	Strukturelle Strategieebenen	71
2.6.2.2	Inhaltliche Strategieebenen	73
2.6.3	Die Formulierung von Strategiealternativen	74
2.6.3.1	Die Portfolio-Analyse	74
2.6.3.2	Fuzzy-Logik basierte Strategieentwicklung	83
2.6.4	Die Bewertung und Auswahl von Strategiealternativen	87
2.7	Strategieimplementierung	89
2.7.1	Die Umsetzung strategischer Maßnahmenprogramme	89
2.7.2	Die Durchsetzung strategischer Maßnahmenprogramme	90
2.8	Strategische Kontrolle	91
2.8.1	Typen strategischer Kontrolle	91
2.8.2	Organisation der strategischen Kontrolle	93
3	Instrumente der strategischen Analyse und Prognose	
	<i>Problemstellung</i>	97
3.1	Instrumente der empirischen Planungsforschung	98
3.1.1	Erfahrungskurvenanalyse	98
3.1.2	Lebenszyklusanalyse	109
3.1.3	Das PIMS-Programm	113
3.2	Instrumente der strategischen Wettbewerbsanalyse	117
3.2.1	Branchenstrukturanalyse	118
3.2.2	Konkurrentenanalyse	121
3.2.3	Marktanalyse	123
3.2.4	Szenarioanalyse	128
3.2.5	Instrumente zur expliziten Berücksichtigung der Unsicherheit	130
3.3	Instrumente der Unternehmensanalyse	132
3.3.1	Potential- und Lückenanalyse (Gap-Analyse)	133
3.3.2	Wertschöpfungskettenanalyse	136

3.3.3	Stärken-/Schwächenanalyse	139
3.3.4	Konsistenzmatrix der Wettbewerbsvorteile	140
3.4	Zur Praxisrelevanz von Instrumenten der strategischen Unternehmensplanung	142
4	Anforderungen an die Gestaltung der strategischen Unternehmensplanung	
	<i>Problemstellung</i>	145
4.1	Unterschiedliche Interessen und Wertvorstellungen	145
4.1.1	Das Unternehmen als Träger unterschiedlicher Interessen	146
4.1.2	Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung	149
4.1.3	Ökologische Anforderungen	156
4.1.4	Kriterien für die Gestaltung der strategischen Unternehmensplanung	162
4.2	Die Berücksichtigung von Interessen und Wertvorstellungen in den Elementen der strategischen Unternehmensplanung	169
4.2.1	Neuorientierung der unternehmerischen Absichten	169
4.2.2	Konzeptionelle Zusammenhänge zwischen strategischer Planung und ethischer Reflexion	172
4.2.3	Strategieentwicklung und Planung von Maßnahmen unter Beachtung ihrer ökologischen Auswirkungen	176
4.2.4	Auswirkungen auf die Unternehmensziele	185
5	Organisatorische Gestaltung der strategischen Unternehmensplanung	
	<i>Problemstellung</i>	189
5.1	Aspekte der Aufbauorganisation	190
5.1.1	Planungsaktivitäten und Planungsträger	190
5.1.2	Strategische Geschäftseinheiten und Aufbauorganisation	196
5.2	Aspekte der Ablauforganisation	199
5.2.1	Hilfsmittel der organisatorischen Strukturierung eines Systems der strategischen Unternehmensplanung	199
5.2.2	Strukturierung des strategischen Planungsprozesses	202
5.2.3	Einsatz von Informations- und Kommunikationssystemen	208
5.3	Verknüpfung von strategischer und operativer Planung	211
5.3.1	Begriff und Inhalt der operativen Planung	211
5.3.2	Ein praxisorientierter Verknüpfungsansatz	211
5.3.3	»Structure follows Strategy«	212
5.3.4	Lernende Organisation	214
5.3.5	Projektmanagement	215
5.3.6	Reengineering	215
5.4	Kritische Würdigung der Organisationsaspekte	217

6	Implementierung eines strategischen Planungssystems	
	<i>Problemstellung</i>	223
6.1	Begriff, Elemente und Merkmale des strategischen Planungssystems	223
6.2	Diffusion und Prozeß strategischer Planungssysteme im Lichte empirischer Untersuchungen	225
6.3	Initiierung und Konzipierung eines strategischen Planungssystems	231
6.3.1	Gründe für die Initiierung eines strategischen Planungssystems	231
6.3.2	Initiatoren strategischer Planungssysteme	232
6.3.3	Inhalt der Konzeptionsphase	232
6.3.4	Anforderungen an die Konzeption strategischer Planungssysteme	233
6.3.5	Beginn und Dauer der Konzeptionsphase	235
6.3.6	Akteure der Konzipierung eines strategischen Planungssystems	237
6.3.7	Kooperationsformen der Konzipierung strategischer Planungssysteme	239
6.3.8	Die Konzipierung eines praktikablen strategischen Planungssystems für Klein- und Mittelbetriebe	239
6.4	Einführung und Weiterentwicklung eines strategischen Planungssystems	242
6.4.1	Beschreibung des Einführungsprozesses strategischer Planungssysteme	242
6.4.2	Auslöser der Weiterentwicklung strategischer Planungssysteme	244
6.4.3	Formen der Weiterentwicklung	245
6.4.4	Einführung und Weiterentwicklung des strategischen Planungssystems als Akzeptanzproblem	249
7	Neue Perspektiven und Herausforderungen	
	<i>Problemstellung</i>	255
7.1	Internationalisierungsstrategien als Antwort auf die Globalisierung der Märkte	255
7.1.1	Ursachen des globalen Wettbewerbs	255
7.1.2	Formen von Internationalisierungsstrategien	256
7.1.3	Strategische Allianzen	258
7.2	»Informationsgesellschaft 2000«	260
7.2.1	Multimedia und digitale Revolution	260
7.2.2	Auswirkungen auf die strategische Unternehmensplanung	262
	Literaturverzeichnis	265
	Stichwortverzeichnis	287