

Inhalt

Ein Plädoyer für kompetente Unternehmensführung	9
1. Willkommen in der Welt des General Managers!	13
2. Strategische Leistungsmessung	26
Welche Aufgaben muss die strategische Leistungsmessung erfüllen?	28
In welchen Bereichen sollte die Leistung gemessen werden? . . .	29
Welche Grundsätze müssen bei der Leistungsmessung berücksichtigt werden?	38
3. Initiierung des Strategieprozesses	42
Was muss bei der Initiierung besonders beachtet werden? . . .	44
Welche Bausteine des strategischen Managements sollten Sie zu Beginn diskutieren?	50
Wie organisieren Sie einen Strategie-Workshop?	56
Wie setzen Sie Prioritäten?	60
Wie kann die Wirkung des Strategieprozesses verstärkt werden? .	64
4. Marktanalyse	68
Welchen Nutzen stiftet eine gründliche Marktanalyse?	69
Wie werden relevante Märkte abgegrenzt?	71
Welchen Einfluss üben segmentübergreifende Faktoren aus? . .	78
Wie kann die Industriestruktur beschrieben werden?	83
Wie kann die zukünftige Entwicklung des Marktes beschrieben werden?	93
Wie können Schlussfolgerungen aus der Marktanalyse gewonnen werden?	102

5. Analyse der Firma	106
Warum findet der ressourcen-basierte Ansatz verstärkt Beachtung?	107
Welche Arten von Ressourcen und Fähigkeiten können unterschieden werden?	110
Wie kann der strategische Wert von Ressourcen und Fähigkeiten festgestellt werden?	112
Wie kann Wissen systematisch analysiert werden?	117
6. Entwicklung von Vision und Langfristzielen	124
Welche Charakteristika sollte eine Vision haben?	125
Führen im Strategieprozess	127
Wie werden strategische Alternativen beurteilt und ausgewählt?	131
7. Entwicklung einer Gesamtunternehmensstrategie	138
Wie werden Synergien entwickelt?	142
Wie werden Diversifikationsprozesse gesteuert?	145
Wie werden Internationalisierungsprozesse gesteuert?	154
8. Entwicklung einer Geschäftsbereichsstrategie	162
Welche Charakteristika haben erfolgreiche Geschäftsbereichsstrategien?	163
Wie wird eine Kostenführerschaftsstrategie entwickelt?	168
Wie wird eine Differenzierungsstrategie entwickelt?	183
Wie wird eine Fokusstrategie entwickelt?	199
9. Funktionale Strategien	211
Wie wird eine Marketingstrategie entwickelt?	212
Wie wird eine Personalstrategie entwickelt?	215
10. Strategieumsetzung	220
Auf welchen Ebenen können Sie Wandlungsinitiativen beeinflussen?	223
Wie können Wandlungsprozesse gesteuert werden?	227

Fazit: Der Prozess ist weitaus wichtiger als der Inhalt 235

Literatur 238

Register 241