

Inhalt

Abschnitt I. Neue Herausforderung meistern

Kapitel 1: Herausforderungen	23
Wachstum als Voraussetzung für langfristigen Erfolg?	23
Neue Herausforderungen und deren Auswirkungen.	24
Kapitel 2: Grundlagen eines Geschäftsmodells.	37
Inhalt Geschäftsmodell	37
Bekannte Geschäftsmodelle.	39
Kapitel 3: „Neues Denken und Handeln“	43
Warum „Neues Denken und Handeln“	43
Geschäftsmodellansatz im Überblick	51
Charakteristisch für das GDUM® Systemkonzeptes ist:	54
Das neue Schachspiel (Geschäftsschach) lernen.	56

Abschnitt II. Strategie- und Geschäftsmodell – Fitness

Kapitel 4: Ein neuer Geschäftsmodellansatz	65
Beschreibung der „Geschäftsmodell-Konzept“- Komponenten:	70
Generische Entwicklungsansätze der Geschäftsmodellarchitektur	96
Geschäftsmodell- Muster	98
Kapitel 5: Strategien – strategische Ausrichtung	115
Grundsatzstrategien	115
Marktorientierte Strategien	119
Wettbewerbsorientierte Strategien	121
Nachhaltigkeitsorientierte Wettbewerbsstrategien	125
Timingstrategie	135
Integrationsgerichtete Strategien	135
Kapitel 6: Innovations- und Expansions- Strategien	137
Innovation: Managen drei Horizonte- Überlebensfähigkeit	137
Expansions-/ Wachstumsmethoden	144
Vertikale Expansionsmethoden:	145
Horizontale Expansionsmethoden:	155
Kapitel 7: Schlüsselfähigkeiten	167
Kernkompetenzen – spezielle nutzbare Fähigkeiten/Potentiale.	167
Endogene/ Innerbetriebliche Kernkompetenzen /	
Erfolgsfaktoren- Unternehmen	169

Exogene / Marktbezogene Kernkompetenzen/ Erfolgsfaktoren	171
Kernkompetenzen je nach Auswahl der angestrebten Strategie	175
Anforderungen der einzelnen Strategietypen nach Porter:	176
Externe Fähigkeiten- Partnerschaften – Strategische Ausrichtung	185
Lieferantenpartnerschaft	186
Wertversprechen für „Ressourcen – Lieferanten/ Partner“:	188
Kapitel 8: Organisationsgestaltung – Wertschöpfungskette	189
Anforderungen	189
Grundprinzipien der Organisationsgestaltung	190
Definition Wertschöpfung / Wertschöpfungskonzept	192
Analyse der Wertschöpfung	193
Einfluss- Umweltmanagement: Wertschöpfungskette/ Wertschöpfungskreis	194
Kapitel 9: Vermögenswerte / Assets / Ressourcen	199
Inhalt/Ziele:	199
Definition der Vermögenswerte/ Ressourcen:	200
Vermögenswerte/ Assets: Messen / Strategien	202
Kapitel 10: Taktiken zur Markterschütterung – strategische Wege	207
Beschreibung der konventionellen Taktiken	208
Steuerungsebene 4: Innovation: Führung und Neue Wertschöpfungsketten	208
Steuerungsebene 3: Beziehungen: Mitarbeiter / Markt / Kunde, Kommunikation	211
Steuerungsebene 2: Leistungserbringung	215
Steuerungsebene 1: Materie	221
Beschreibung Ökologische Taktiken	226
Steuerungsebene 4: Führung / Kultur, Innovation/Produktentwicklung,	226
Steuerungsebene 3: Unternehmensumfeld: Kooperationen, Kommunikation, Effizienzbericht, Image/Reputation	230
Steuerungsebene 2/3: Produkte / Problemlösungen	238
Steuerungsebene 2: Spitzenleistungen – exzellente Leistungen erbringen	247
<u>Abschnitt III. Geschäftsmodell - Szenarien</u>	
Kapitel 11: Geschäftsmodell- Szenarien.	275
Geschäftsmodell Bestandteil des strategischen Managements.	275
Phasen des Innovationsprozesses	275
Phase 1: Initiierung / Projektbildung	279
Phase 2: Visionäres Denken- Grundannahmen	279
Definition Geschäftsidee.	287
Zusammenfassung: Grundannahmen	289

Kapitel 12: Zukünftiges „Geschäftsmodell“291
Vision	292
Mission	292
Strategische Dimensionen.	292
Organisatorische Dimension:	309
Betriebliche Dimensionen:	310
Ertragsdimension: = Revenue Modell.	335
Schematische Darstellung des geplanten Geschäftsmodells	342
Integrierte Kommunikation / Marketingaktivitäten	343
Kapitel 13: Beurteilung der Geschäftsmodell - Szenarien:345
Basis Beurteilung der Geschäftsmodell- Szenarien.	345
Ihr neues/verändertes Geschäftsmodell Ihrem heutigen Geschäftsmodell.	345
<u>Abschnitt IV. Umsetzung / Realisation neues Geschäftsmodell</u>	
Kapitel 14: Geschäftsmodell – Strategie Konzept349
Schritt 1: Strategische Ausrichtung	350
Schritt 2 Strategien formulieren / verabschieden	355
Schritt 3: Strategie umsetzen-Voraussetzungen / Fähigkeiten	364
Schritt 4: Strategieumsetzung- Taktiken	368
Kapitel 15: Strategische Planung / Strategie-Check377
Schritt 5: Strategische Planung	377
Schritt 6: Strategischer Check	378
Kapitel 16: Die permanente Erneuerung387
Schritt 1: Permanenter Strategie-Check/ Ständige Verbesserungen	387
Schritt 2: Lernende Organisation- Individuelles Lernen fördern	389
Nachwort/ Zusammenfassung:391
Quellenangabe/ Bücher/ Abbildungen:393