

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	IX
A. Problemstellung .....	1
B. Charakterisierung der strategischen Unternehmensentscheidung .....	9
I. Grundlegende Begriffe .....	9
II. Die Elemente der strategischen Unternehmensentscheidung .....	12
1. Das Auswählen und Setzen von strategischen Zielen .....	12
2. Die Auswahl strategischer Maßnahmen .....	20
a) Die Charakterisierung von Interdependenzen .....	20
b) Der Informationsbedarf der strategischen Entscheidung .....	22
c) Die Verfügbarkeit von Informationen zur strategischen Entscheidung .....	26
d) Zusammenfassung .....	27
3. Das strategische Risiko .....	28
a) Der Risikobegriff .....	28
b) Die Faktoren des Risikos der strategischen Zielerreichungs- alternativen .....	32
c) Der Einfluß der Risikobereitschaft auf die strategische Unternehmensentscheidung .....	34
III. Das Risiko-Management .....	36
1. Entwicklung des Risiko-Managements .....	36
2. Ziele des Risiko-Managements .....	37
IV. Das strategische Management .....	39
V. Zusammenfassung .....	40
VI. Weiterführende Literatur .....	41

<b>C.</b>	<b>Methoden zur Unterstützung von strategischen Unternehmungsentscheidungen</b>	<b>47</b>
I.	Modelle zur Unterstützung von Unternehmungsentscheidungen	47
II.	Die Unterstützung der strategischen Zielsetzung und Zielerreichungskontrolle durch mathematische Hilfsmittel	48
III.	Das Ermitteln strategischer Risiken durch mathematische Hilfsmittel	50
IV.	Zusammenfassung	56
V.	Weiterführende Literatur	57
<b>D.</b>	<b>Die Methode des Risiko-Chancen-Kalküls</b>	<b>63</b>
I.	Informatorischer Nutzen aus der hohen Unsicherheit und Unbestimmtheit von Informationen für strategische Unternehmungsentscheidungen	63
II.	Das Risiko-Chancen-Kalkül in einfachen Praxis-Beispielen	65
1.	Das Ermitteln von Risiko- und Chancen-Beträgen am Beispiel der Ergebnis- und Kostenstruktur	65
2.	Die Risiko- und Chancen-Beträge am Beispiel einer Marketing-Entscheidung	66
3.	Die Charakterisierung von Marketing-Strategien als risiko- oder chancenreich	68
III.	Die theoretische Verallgemeinerung des Risiko-Chancen-Kalküls	70
1.	Die Kriterien zur Risiko- und Chancenbeurteilung	70
2.	Die Kriterien zur Stabilität	72
3.	Das Bestimmen der Risiko- und Chancen-Wahrscheinlichkeiten	74
IV.	Beispiele aus der unternehmerischen Praxis	75
1.	Kauf von Unternehmungen	75
a)	Die Beteiligung an einer Unternehmung im Inland	75
b)	Die Beteiligung an einer Unternehmung im Ausland	86
2.	Werbestrategie-Beurteilung	88
3.	Erweiterung der Leistungstiefe	92
4.	Preispolitik und Kostenstruktur	93

V. Organisatorische Empfehlungen für den Einsatz des Risiko-Chancen-Kalküls .....	94
VI. Zusammenfassung .....	95
VII. Weiterführende Literatur .....	95
E. Ergebnisse und weitere Anregungen .....	97
F. Anhang .....	101
Abkürzungsverzeichnis .....	113
Literaturverzeichnis .....	115
Abbildungsverzeichnis .....	135
Stichwortverzeichnis .....	137