

Peter A. Abplanalp · Roman Lombriser

Strategien verstehen

**Begriffe, Konzepte und Instrumente
des Strategischen Managements**

Versus · Zürich

Inhaltsverzeichnis

Strategien verstehen: Überblick

1	Was ist Strategisches Management?	12
1.1	Welche Ziele verfolgt das Strategische Management?	12
1.2	Aus welchen Bausteinen besteht Strategisches Management?	13
1.3	Wie unterscheiden sich Strategisches und operatives Management?	14
1.4	Wie flexibel ist Strategisches Management?	15
2	Der Prozess des Strategischen Managements	16
2.1	Wie ist unsere Ausgangslage?	17
2.2	Was sind strategische Geschäftsfelder (SGF) und strategische Geschäftseinheiten (SGE)?	17
2.3	Wie sieht unser Umfeld und unsere Branche aus?	18
2.4	Welche Wettbewerbsvorteile und Kompetenzen haben wir?	22
2.5	Welche Schlüsse ziehen wir aus der Unternehmens- und Umweltanalyse?	23
2.6	Wie geben wir die strategische Richtung vor?	24
2.7	Mit welcher Strategie erreichen wir die Ziele?	25
2.8	Wie setzen wir unsere Strategie um?	31
2.9	Wie kontrollieren wir unsere Strategie?	32
3	Strategisches Management als Lernprozess	33
3.1	Wer ist für das Strategische Management verantwortlich? Wer ist beteiligt?	33
3.2	Welche Rolle spielen Strategieworkshops?	35
3.3	Wie lenken wir den Strategieprozess?	36
4	Möglichkeiten und Grenzen des Strategischen Managements .	37

Strategisches Management von A bis Z

Aktionsprogramm	42
Balanced Scorecard	44
Branchenanalyse	46
Change Management	48
Competitive Intelligence (strategische Frühaufklärung)	50
Co-opetition	52
Differenzierungsstrategie	54
Disruptive Innovationen	56
Diversifikation	58
Dualstrategie	60
Economies of Scale (Skalenerträge)	62
Einzigartige strategische Positionierung	64
Einzigartige strategische Positionierung: Beispiele	66
Erfahrungskurve	68
Erfolgsfaktoren	70
Erfolgspotenziale	72
Fokusstrategie	74
Fusionen und Akquisitionen	76
Generische Strategien	78
Innovations- vs. Imitationsstrategie	80
Internationale Strategien	82
Kerngeschäft	84
Kernkompetenzen	86
Konkurrentenanalyse	88
Kostenführerschaft	90
Portfolio-Analyse: BCG-Matrix	92
Portfolio-Analyse: McKinsey-Matrix	94
Ressourcen- und Fähigkeitsanalyse	96
Strategie	98
Strategiekontrolle	100
Strategische Allianzen	102
Strategische Ausrichtung der Organisation (7S+P-Schema)	104
Strategische Erfolgspositionen (SEP)	106
Strategische Geschäftseinheit (SGE)	108
Strategische Initiativen (gelenkte Evolution)	110
Strategische Planung	112
Strategisches Geschäftsfeld (SGF)	114
SWOT-Analyse/SWOT-Matrix	116
Synergien	118
Szenariotechnik	120
Technologielebenszyklus (S-Kurve)	122

Unternehmensleitbild	124
Unternehmensstrategie	126
Vertikale Integration	128
Vision	130
Wertkette/Wertkettenanalyse	132
Wertkurve	134
Wettbewerbsstrategie/SGE-Strategie	136
Wettbewerbsvorteil/Differenzierungsvorteil	138

Strategisches Management: Anhang

Literatur	142
Stichwortverzeichnis	146
Die Autoren	150