

Ben Gilad | Markus Götz Junginger

Mit Business Wargaming den Markt erobern

Strategische Kriegsführung für Manager

Übersetzung aus dem Englischen
von Susanne Schindler

REDLINE | VERLAG

© des Titels »Mit Business Wargaming den Markt erobern«
(ISBN 978-3-86881-197-1)
2010 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

Inhalt

Vorwort	Wachse oder weiche	7
TEIL I	Anfänge und wissenschaftliche Grundlagen ...	11
Kapitel 1	Das historische Kriegsspiel	13
Kapitel 2	Kriegsspiel und Spieltheorie	15
TEIL II	Von der Sandkastenübung in die Chefetage	21
Kapitel 3	Wargames leicht gemacht	23
Kapitel 4	Große Wargames, kleine Wargames und die Frage: Wie kam man früher nur ohne Computer zurecht? ¹	49
TEIL III	Konkurrenten als Rollenspielcharaktere	63
Kapitel 5	Ist es möglich, die Schachzüge der Konkurrenz treffsicher vorherzusagen?	65
Kapitel 6	Konkurrenten als Charaktere	101
TEIL IV	Schritt für Schritt	115
Kapitel 7	Schritt 1: Ist es Zeit für ein Wargame?	117
Kapitel 8	Potenzielle Fallen des Wargaming, in die Sie nicht tappen sollten: schlechtes Timing, unaufgeschlossenes Management und Engstirnigkeit	131
Kapitel 9	Schritt 2: Die Teams – Wen sollte man <i>nicht</i> einladen?	141

Kapitel 10	Welche Konkurrenten eignen sich für das Rollenspiel?	157
Kapitel 11	Schritt 3: Informationen und mehr	169
Teil V	So läuft ein Business Wargame ab	179
Kapitel 12	Schritt 4: Los geht's! Ein echtes Spiel – stunde um Stunde	181
Kapitel 13	Umsetzung der Ergebnisse des Spiels	225
Kapitel 14	Strategische Gabelungen ¹	231
Kapitel 15	Denken Sie in realen Optionen	253
	Anstelle eines Schlusswortes	257
	Über die Autoren	259
	Anmerkungen	261
	Literatur	265
	Stichwortverzeichnis	269