

# Inhalt

Einleitende Vorbemerkungen.....	7
Über die Autoren.....	9
Abkürzungsverzeichnis.....	10
<b>Teil 1 Das Gesamtmodell</b>	
Strategie ganzheitlich verstehen .....	11
Wie wird Strategie gelebt? .....	11
<b>Teil 2 Wertorientierung</b>	
Ein erfolgreiches Unternehmen schaffen .....	19
Hat das Team eine begeisternde Vision vor Augen? .....	19
Wie wird für die Anspruchsgruppen des Unternehmens Wert geschaffen? .....	23
<b>Teil 3 Umwelt und Positionierung</b>	
Alle Chancen und Risiken im Umfeld nutzen.....	31
Welche Trends im Umfeld beeinflussen den zukünftigen Erfolg? .....	31
Wodurch ist der Wettbewerb in der Branche gekennzeichnet? .....	35
Welche Szenarien sind denkbar? .....	39
Wo liegen die Stärken und Schwächen der Konkurrenten? .....	45
Wie groß ist der Markt? .....	48
Wie positioniert sich das Unternehmen? .....	52
Wie kann ein nachhaltiges erfolgreiches Portfolio entwickelt werden? .....	60
<b>Teil 4 Angebot und Marketing</b>	
Den Kunden in den Mittelpunkt stellen .....	68
Welche Produkt-/Markt-Strategie wird verfolgt? .....	68
Wie werden Zielsegmente erschlossen? .....	73

<b>Teil 5 Wissen und Kompetenzen</b>	
Know-how entwickeln und Kompetenzvorteile sichern.....	79
Welche Kernkompetenzen sichern den Erfolg? .....	79
Wie wird Wissen verfügbar gemacht?.....	85
<b>Teil 6 Wertschöpfung und Organisation</b>	
<b>Wettbewerbsvorteile schaffen .....</b>	<b>89</b>
Wie wird die Wertschöpfung erbracht?.....	89
Mit welcher Organisation wird die Marktstrategie umgesetzt? .....	95
Welche Kultur wird gelebt?.....	101
<b>Teil 7 Maßnahmen und Controlling</b>	
<b>Umsetzung steuern .....</b>	<b>105</b>
Wie wird die Strategieumsetzung gesteuert?.....	105
Wie wird der Fortschritt der Maßnahmen gesteuert? .....	112
<b>Teil 8 Führung und Mobilisierung</b>	
<b>Mitarbeiter gewinnen.....</b>	<b>116</b>
Sind Mitarbeiterziele und Anreizsystem aus der Strategie abgeleitet? ..	116
Wie kann die Strategie im Denken und Handeln verankert werden? .....	121
<b>Teil 9 Finanzen und Bewertung</b>	
<b>Strategie evaluieren.....</b>	<b>126</b>
Wird durch die Strategie Wert geschaffen?.....	126
<b>Teil 10 Chancen und Risiken</b>	
<b>Unsicherheit bewältigen.....</b>	<b>133</b>
Wie können Risiken in Chancen umgewandelt werden? .....	133
<b>Teil 11 Fazit</b>	
<b>Das Wesentliche im Auge behalten .....</b>	<b>139</b>
Und was sagt Sun Tsu? .....	139