

Einleitende Vorbemerkungen

Unternehmer haben sich bei der Entwicklung von Strategien einer vielschichtigen Herausforderung zu stellen. Sie müssen durch ein wettbewerbsfähiges Lösungskonzept Kunden für ihr Angebot gewinnen, das unternehmerische Team für die gemeinsame Aufgabe begeistern, gewinnbringende Partnerschaften eingehen und Investoren bzw. das Management vom Potenzial ihres Geschäftskonzepts überzeugen. Nur wer es schafft, alle sich bietenden Chancen des Unternehmensumfelds zu erkennen, die herausragenden Ideen in ein Erfolgskonzept zu gießen und dieses auch konsequent und gleichwohl flexibel umzusetzen, wird sein Unternehmen nachhaltig auf Erfolgskurs bringen können.

Die Idee zu dem vorliegenden Buch entstand angesichts dieser Herausforderung im Zusammenhang mit einer Vielzahl von Beratungsprojekten des Autorenteams. In diesem Zusammenhang ist auch Herrn Gerhard Sammer und Herrn Alexander Littwin zu danken, die bei der Erstellung der ersten Auflage wertvollen Input geliefert haben. Die vorliegende Auflage wurde vollständig überarbeitet und um wichtige neuere Konzepte und Instrumente ergänzt.

In der Praxis zeigt sich immer wieder, dass Unternehmer und ihre Teams eine ganzheitliche und gleichermaßen einprägsame Vorgehensweise für die Definition wertschaffender Strategien und die Vereinbarung der erforderlichen Umsetzungsschritte nachfragen. Das vorliegende Buch richtet sich an

- **Unternehmer**, die ein bestehendes Geschäft im Wettbewerbskontext neu ausrichten,
- **Nachfolger von Unternehmern**, die ein Konzept für eine erfolgreiche Weiterführung eines bestehenden Geschäfts erarbeiten und umsetzen,
- **Führungskräfte mit Geschäftsverantwortung („Intrapreneure“)**, die ihre Geschäftseinheit strategisch und operativ weiterentwickeln,
- **Innovatoren und deren Teams**, die Produkt-, Prozess- oder Marktinnovationen in einem jungen Wachstumsunternehmen vorantreiben,
- **Kooperationspartner**, die Synergien durch Zusammenarbeit in den Wertschöpfungsketten gezielt identifizieren und erschließen,
- **Berater**, die Unternehmer und deren Teams bei einer wertorientierten Geschäftsentwicklung unterstützen,
- **Investoren**, die Geschäftskonzepte anhand strategieorientierter Fragen „auf Herz und Nieren“ prüfen.

Jeder Abschnitt ist durch Leitfragen, Instrumente, Workshops, Praxistipps und Literaturhinweise strukturiert. Diese Gliederung soll es den Lesern ermöglichen,

- entlang der gestellten Leitfragen alle relevanten Ansatzpunkte der Strategie im Blick zu behalten,
- mit den dargestellten Instrumenten des strategischen Managements eine in sich schlüssige Strategie mit klar erkennbaren Wettbewerbsvorteilen zu erarbeiten,
- in Workshops die Ausgangsbasis für die Erarbeitung eines Businessplans zu schaffen,
- die Praxistipps für eine erfolgreiche Umsetzung zu nutzen und
- anhand der Literaturhinweise die aufgezeigten Aspekte der Strategie vertiefen zu können.

Um den Leserinnen und Lesern den Transfer der strategischen Leitfragen und Instrumente in die Praxis des eigenen Geschäfts zu erleichtern, wurden jedem Abschnitt strukturierte Workshop-Anleitungen beigelegt. Diese verstehen sich als Einladung, bereits bei der Durchsicht dieses Buchs eigene Ideen für die Erarbeitung eines Businessplans zu skizzieren. Die vorgeschlagene Struktur kann darüber hinaus auch von einem Strategieteam genutzt werden, das Workshop-gestützt ein gemeinsames Verständnis zur Strategie schaffen und dieses in einem Businessplan festhalten möchte.

Aus Gründen der Lesbarkeit ist meist allgemein von „Unternehmern“, „Partnern“ und „Mitarbeitern“ die Rede, was selbstverständlich Frauen und Männer einschließt. Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern viel Begeisterung, Erfolg und Glück auf ihrer Reise durch die Welt der Strategie, für die wir mit diesem Buch Orientierung und praktische Anregung bieten möchten.

München, im Juli 2007

Robert G. Wittmann
Matthias P. Reuter
Renate Magerl