

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	7
2	Ebenen der Unternehmensführung	13
2.1	Muss man alles tun, was man tun kann?	13
2.2	Reicht es aus, sich an Gesetze zu halten?	22
2.3	Mission und Vision	24
3	Von der Vision zur Strategie	32
3.1	Die Umfeldanalyse	36
3.2	Wettbewerberanalyse	41
3.3	Benchmarking	42
3.4	Branchenstrukturanalyse	42
3.5	Szenariotechnik	47
3.6	Kundenengagement	48
3.7	Zielgruppenanalyse	51
3.8	Die SWOT-Analyse	54
4	Innensicht	58
4.1	Bewertung des Humankapitals	58
4.1.1	Mitarbeiterengagement	59
4.1.2	Mitarbeiterportfolio	63
4.2	Output	64
4.2.1	Produktportfolio	64
4.2.2	Substitutionsanalyse	70
4.3	Dienstleistungen: Klassifizierung und Qualitätsmessung	71
4.4	Kernkompetenzanalyse	76
4.5	Kulturanalyse	80
4.6	Kostenstrukturanalyse	91
5	Strategische Planung	100
5.1	SWOT-Normstrategien	102
5.2	Marktfeldanalyse nach Ansoff	108
5.3	Wettbewerbsstrategien nach Porter	119
5.4	Marktpositionierung	127
5.5	Balanced Scorecard	136

6	Innovative Organisationsformen	140
6.1	Organisationsformen	144
6.2	Agile Organisationsformen.....	156
7	Businessplan.....	167
	Literatur	176