

**Markus Venzin, Carsten Rasner,
Volker Mahnke**

Der Strategieprozess

**Praxishandbuch zur Umsetzung
im Unternehmen**

**Campus Verlag
Frankfurt/New York**

Inhalt

Ein Plädoyer für kompetente Unternehmensführung.7
1. Willkommen in der Welt des General Managers!11
2. Strategische Leistungsmessung.	23
Welche Aufgaben muss die strategische Leistungsmessung erfüllen?	25
In welchen Bereichen sollte die Leistung gemessen werden?	26
Welche Grundsätze müssen bei der Leistungsmessung berücksichtig werden?	35
3. Initiierung des Strategieprozesses.39
Was muss bei der Initiierung besonders beachtet werden?	41
Welche Bausteine des strategischen Managements sollten Sie zu Beginn diskutieren?	46
Wie organisieren Sie einen Strategie-Workshop?	52
Wie setzen Sie Prioritäten?	56
Wie kann die Wirkung des Strategieprozesses verstärkt werden?	60
4. Marktanalyse.63
Welchen Nutzen stiftet eine gründliche Marktanalyse?	64
Wie werden relevante Märkte abgegrenzt?	66
Welchen Einfluss üben segmentübergreifende Faktoren aus?	73
Wie kann die Industriestruktur beschrieben werden?	77
Wie kann die zukünftige Entwicklung des Marktes beschrieben werden?	87
Wie können Schlussfolgerungen aus der Marktanalyse gewonnen werden?	94
5. Analyse der Firma.99
Warum findet der ressourcen-basierte Ansatz verstärkt Beachtung?	100

Welche Arten von Ressourcen und Fähigkeiten können unterschieden werden?	102
Wie kann der strategische Wert von Ressourcen und Fähigkeiten festgestellt werden?	104
Wie kann Wissen systematisch analysiert werden?	109
6. Entwicklung einer Vision und Langfristzielen.	115
Welche Charakteristika sollte eine Vision haben?	116
Führen im Strategieprozess.	118
Wie werden strategische Alternativen beurteilt und ausgewählt?	122
7. Entwicklung einer Gesamtunternehmensstrategie.	129
Wie werden Synergien entwickelt?	133
Wie werden Diversifikationsprozesse gesteuert?	136
Wie werden Internationalisierungsprozesse gesteuert?	145
8. Entwicklung einer Geschäftsbereichsstrategie.	153
Welche Charakteristika haben erfolgreiche Geschäftsbereichsstrategien?	154
Wie wird eine Kostenführerschaftsstrategie entwickelt?	159
Wie wird eine Differenzierungsstrategie entwickelt?	173
Wie wird eine Fokusstrategie entwickelt?	188
9. Funktionale Strategien.	201
Wie wird eine Marketingstrategie entwickelt?	202
Welche Aufgaben nimmt das Personalwesen wahr?	205
10. Strategieumsetzung.	211
Auf welchen Ebenen können Sie Wandlungsinitiativen beeinflussen?	214
Wie können Wandlungsprozesse gesteuert werden?	218
Fazit: Der Prozess ist weitaus wichtiger als der Inhalt.	225
Literatur.	229
Register.	233