

<b>Vorwort</b> .....	<b>9</b>
<b>1 Terminologische Grundlagen des Strategischen Managements</b> .....	<b>11</b>
1.1 Unternehmerisches Handeln als Objekt des Strategischen Managements .....	11
1.2 Aktuelle Herausforderungen für die Unternehmensführung ...	12
1.3 Instrumentelle Zwecke des Handelns von Unternehmen ... ..	15
1.4 Sicherung der Existenz als übergeordnete Zielsetzung von Unternehmen .....	20
1.5 Wertschöpfungshandeln und bedeutsame Führungsgrößen ...	22
1.5.1 Unternehmen als Institutionen ökonomischen Handelns .....	22
1.5.2 Führungsgrößen des unternehmerischen Handelns ...	24
1.5.3 Begriff und Wesen der betrieblichen Wertschöpfung ...	29
1.5.4 Begriffs- und Wesensmerkmale des Strategischen Handelns .....	30
<b>2 Value und Performance Management</b> .....	<b>33</b>
2.1 Bedeutung der Unternehmenswertsteigerung in der Praxis ...	34
2.1.1 Unterschiedliche Perspektiven auf den Unternehmenswert .....	36
2.1.2 Mergers & Acquisitions .....	39
2.1.3 Gesamtzusammenhang von Value und Performance Management .....	45
2.2 Empirische Erkenntnisse zum Performance Management ... ..	46
2.2.1 Auswirkungen von Performance Measurement auf den Erfolg .....	47
2.2.2 Performanceverluste und deren Ursachen .....	48
2.3 Performance und Performance Management .....	50
2.3.1 Begriff und Begriffsbestandteile .....	51
2.3.2 Performance Management und Performance Measurement .....	53
2.3.3 Methoden und Instrumente .....	56
2.4 Balanced Scorecard als Instrument .....	70
2.5 Instrumente des Performance Measurements im Vergleich ...	79

<b>3</b>	<b>Entwicklungslinien, Modelle und Konzepte des Strategic Value Managements</b> .....	<b>83</b>
3.1	Entwicklungslinien der Strategischen Unternehmensführung...	83
3.2	Strategiekonzepte .....	85
3.2.1	Market based view .....	85
3.2.2	Resource based view .....	86
3.2.3	Value based view.....	90
3.3	Grundzüge der Corporate Governance und der Unternehmenspolitik .....	98
3.4	Konzeption des Strategic Value Managements .....	103
<b>4</b>	<b>Strategische Diagnose als Voraussetzung des Handelns von Unternehmen</b> .....	<b>108</b>
4.1	Überblick über das Aktivitätsfeld der Strategischen Diagnose .....	110
4.1.1	Strategische Analysen und Prognosen .....	111
4.1.2	Szenariotechnik .....	114
4.1.3	Lückenanalyse (Gap-Analyse) .....	121
4.1.3	SWOT-Analyse .....	124
4.2	Strategische Entwicklungen in der globalen Unternehmensumwelt .....	125
4.2.1	Segmente der globalen Umwelt .....	126
4.2.2	Aufgaben der globalen Umweltbeobachtung .....	129
4.2.3	Strategische Entwicklung in der wettbewerblichen Unternehmensumwelt .....	131
4.2.4	Kategorien von Branchen.....	132
4.2.5	Ansatzpunkte der Branchenanalyse .....	133
4.2.6	Ansätze zur Erklärung des unternehmerischen Erfolges .....	134
4.3	Strategische Entwicklungen in Unternehmen .....	138
4.4	Unternehmerisches Handeln als Zusammenspiel unterschiedlicher Handlungssphären .....	138
4.5	Benchmarking als umfassendes Instrument des strategischen Vergleichs von Unternehmen.....	141
<b>5</b>	<b>Strategische Option des Handelns von Unternehmen</b> .....	<b>145</b>
5.1	Betriebswirtschaftliche Bedeutung und terminologische Abgrenzung strategischer Handlungsoptionen von Unternehmen .....	146
5.2	Typologische Systematisierung ausgewählter Strategien .....	148
5.3	Differenzierung institutioneller Strategien.....	150
5.3.1	Übersicht .....	150
5.3.2	Strategisches Management in Mehr-Geschäfts-Unternehmen (MGU).....	151

5.4	Differenzierung alternativer Wachstumsstrategien .....	155
5.4.1	Portfolio-Konzepte zur Ableitung strategischer Normempfehlungen für das Handeln von Unternehmen .....	155
5.5	Differenzierung alternativer Wettbewerbsstrategien .....	168
5.5.1	Kostenmanagement .....	171
5.5.2	Strategische Wettbewerbsposition von Unternehmen ...	175
<b>6</b>	<b>Strategieimplementierung und Strategische Kontrolle des Handelns von Unternehmen .....</b>	<b>180</b>
6.1	Aktivitäten der Strategieimplementierung .....	180
6.2	Phasenschema zur Strategieimplementierung .....	181
6.3	Problemfelder der Strategieimplementierung .....	182
6.3.1	Empirische Erkenntnisse .....	184
6.3.2	Organisationaler Wandel .....	186
6.4	Konzept der Strategischen Kontrolle .....	190
6.5	Prämissenkontrolle .....	192
6.6	Durchführungskontrolle .....	193
6.7	Strategische Überwachung .....	194
6.7.1	Strategische Frühaufklärung .....	194
6.8	Balanced Scorecard als Instrument zur Verknüpfung von Strategischer Planung und Strategischer Kontrolle .....	196
6.8.1	Aspekte der Implementierung einer Balanced Scorecard .....	196
6.8.2	Projektprozess zur Einführung einer Balanced Scorecard .....	197
6.8.3	Zielbildungsprozess, Indikatorenbildung und Maßnahmensuche .....	198
6.8.4	Integration des Risikomanagements in eine Balanced Scorecard .....	200
6.8.5	Rollout der Balanced Scorecard .....	200
6.8.6	Review der Balanced Scorecard .....	201
<b>7</b>	<b>Strategie im digitalen Zeitalter .....</b>	<b>204</b>
7.1	Einführung .....	204
7.2	Agilität und Digitalisierung .....	204
7.3	Aktuelle Herausforderungen .....	205
7.4	Digitale Ökosysteme .....	206
7.5	Virtuelle Netzwerke .....	209
7.6	Auswirkungen der Digitalisierung auf die Strategie .....	210
7.7	IT-Strategie und Digitalstrategie .....	212
7.8	Chief Digital Officer (CDO) .....	213
7.9	Trends .....	214

<b>Informationen zu den Autoren und Mitarbeiterinnen .....</b>	<b>219</b>
<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>221</b>