

Interdisziplinäres Fernstudium Umweltwissenschaften - **infernum**

**Strategisches Management
& nachhaltige Unternehmensentwicklung**

Interdisziplinäres Fernstudium Umweltwissenschaften - **infernum**

Strategisches Management & nachhaltige Unternehmensentwicklung

von

Holger Petersen



Impressum

Titel: Strategisches Management & nachhaltige Unternehmensentwicklung

Autor: Holger Petersen

© 2009 CSM, Leuphana Universität Lüneburg & FernUniversität in Hagen, 58084 Hagen
Alle Rechte vorbehalten.

Kursnummer: 71349

Studienangebot: Interdisziplinäres Fernstudium Umweltwissenschaften (infernum)

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung und des Nachdrucks, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der FernUniversität reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abbildungsverzeichnis.....	III
Autor.....	V
Was Sie in dieser Kurseinheit erwartet.....	VI
1 Grundfragen zum strategischen Management	1
1.1 Was bedeutet Strategie und strategisches Management?	1
1.2 Welchem Zweck dient das strategische Management?	5
1.2.1 Strategisches Management aus Unternehmenssicht	5
1.2.2 Strategisches Management aus Sicht von Unternehmern	10
1.2.3 Strategisches Management aus Sicht von Managern	12
1.2.4 Strategisches Management aus Sicht von Expertenstäben.....	14
1.2.5 Strategisches Management aus Sicht von Beratern.....	15
1.3 Wovon geht die strategische Managementlehre aus?.....	19
1.3.1 Strategie als Berechnung	20
1.3.2 Strategie als Anpassung	22
1.3.3 Strategie als Entwicklung.....	24
1.3.4 Strategie als Schöpfung	27
1.4 Was regelt das strategische Management?	28
1.4.1 Inhaltliche Darstellung strategischer Problemstellungen.....	30
1.4.2 Prozess des strategischen Managements	31
1.4.3 Organisation zur Umsetzung strategischer Entscheidungen	35
1.4.4 Managementsysteme	39
2 Unternehmensstrategien	42
2.1 Finanzwirtschaftliche Grundlagen	44
2.2 Klärung handlungsleitender Werte und Absichten.....	50
2.3 Analyse externer und interner Einflussfaktoren	53
2.3.1 Umfeldanalyse	54
2.3.2 Unternehmensanalyse	60
2.3.3 Verknüpfung von Umfeld- und Unternehmensanalyse	64
2.4 Beurteilung und Auswahl strategischer Optionen.....	70
3 Wettbewerbsstrategien.....	77
3.1 Güterwirtschaftliche Grundlagen	78
3.2 Wettbewerbsvorteile	81
3.2.1 Innovationsvorsprung.....	83
3.2.2 Kundennähe.....	84
3.2.3 Reputation	86
3.2.4 Preisvorteile	88

3.3	Übersetzung von Stärken in Wettbewerbsvorteile	90
3.4	Wettbewerbsstrategien im Nachhaltigkeitskontext.....	95
3.4.1	Marktabsicherungsstrategien (clean)	97
3.4.2	Kostenstrategien (effizient)	99
3.4.3	Differenzierungsstrategien (innovativ)	103
3.4.4	Marktentwicklungsstrategien (progressiv)	105
3.4.5	Wettbewerbsstrategien in der Entwicklung	108
4	Einbindung des Nachhaltigkeitsmanagements	110
4.1	Organisatorische Grundlagen	111
4.2	Bestellung von Beauftragten	113
4.3	Von der Verwaltung zum Management	118
4.3.1	Einrichtung einer Organisation.....	119
4.3.2	Nachhaltigkeitsmanagement im Team	121
4.3.3	Organigramme des Nachhaltigkeitsmanagements.....	125
4.4	Anstöße zur nachhaltigen Unternehmensentwicklung	128
4.4.1	Managementsysteme	129
4.4.2	Marktmechanismen.....	136
4.4.3	Mikropolitik	143
4.4.4	Soziale Vernetzung.....	146
	Literaturverzeichnis.....	XI