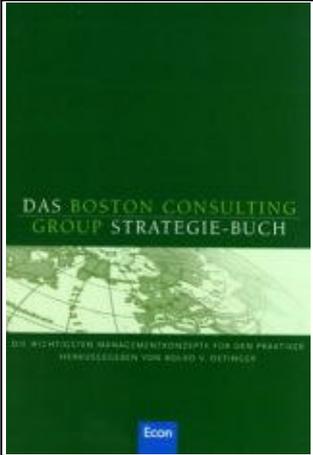
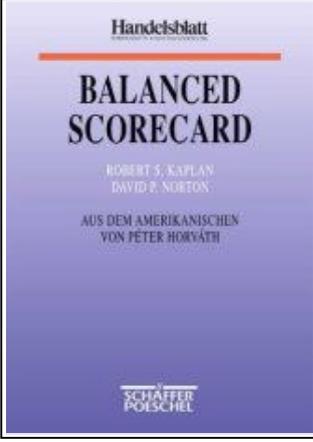


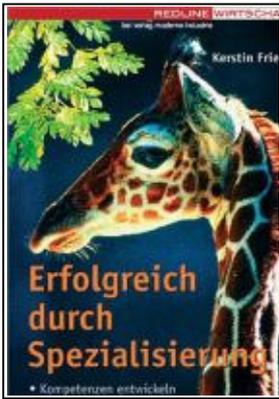
Buchempfehlungen zu Strategischen Themen:

Folgende Bücher empfehlen wir Ihnen, da sie eine hohe Relevanz für die Entwicklung von Strategien in Ihrem Unternehmen haben können.

Sollten Sie sich in diese strategischen Themen nicht einarbeiten wollen, so nehmen Sie einfach mit uns Kontakt auf. Wir sind die Spezialisten für Strategieentwicklung. Wir sind jedoch keine Theoretiker, sondern vielmehr Spezialisten für die praktische Ermittlung und Entwicklung von effektiven und umsetzbaren Strategien.

Buchübersicht:

	<p>Bolko v. Oetinger: "Das Boston Consulting Group Strategie-Buch"</p> <p>In diesem Buch ist in geballter Form das gesamte strategische Basis-Know-How der Boston Consulting Group (BCG) dargestellt. Die BCG ist Erfinder der Portfolioanalyse und Vorreiter in der instrumentellen Ableitung von Strategien.</p> <p>Durch Managementessays erhält man aus den verschiedensten Managementbereichen Denkanregungen. Das Werk beinhaltet geballte Information in umfangreicher Form.</p> <p>Ein betriebswirtschaftliches Basiswerk geschrieben von einem der führenden Köpfe der BCG im deutschsprachigem Raum. (ca. 750 Seiten).</p>
	<p>Prof. Robert S. Kaplan, David P. Norton „Balanced Scorecard“ (ins Deutsche übersetzt von Peter Horvath)</p> <p>Die Balanced Scorecard als kennzahlenorientierter Strategieentwicklungsprozess muss den meisten nicht mehr vorgestellt werden.</p> <p>Dies ist das Basiswerk der Erfinder der BSC dazu.</p> <p>Wenn Sie dieses Basiswerk durchgearbeitet haben, dann haben Sie ein strategisches Steuerungsinstrument in der Hand. Passen Sie die Ausführungen einfach an Ihre betriebliche Situation an. (ca. 300 Seiten)</p>
	<p>Kerstin Friedrich, Lothar J. Seiwert, Edgar K. Geffroy „Das neue 1x1 der Erfolgsstrategie“ (EKS)</p> <p>Die gesamte Theorie der EKS (= engpasskonzentrierten Strategien nach Prof. W. Mewes) wird hier übersichtlich auf 110 Seiten dargestellt.</p> <p>Die 4 Prinzipien der Erfolgsstrategie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzentration und Spezialisierung • Minimumprinzip • Immaterielle vor materiellen Vorgängen • Nutzen- vor Gewinnmaximierung <p>Sowie die 7 Phasen zur Marktführung (1-Stärkenanalyse, 2-erfolgsversprechendste Spezialgebiet, 3-erfolgsversprechendste Zielgruppe, 4-brennendstes Problem, 5-Innovationsstrategie, 6-Kooperationsstrategie, 7-das konstante Grundbedürfnis) werden sehr verständlich dargestellt.</p>



Kerstin Friedrich, „Erfolgreich durch Spezialisierung“

Die „engpasskonzentrierte Strategie“ (siehe oben) verlegt sich bereits auf die Spezialisierungsstrategien. In diesem Buch wird insbesondere das Thema Spezialisierung als Thema herausgegriffen und in den betrieblichen Alltag (insbesondere KMUs) durch verschiedenste nachvollziehbare Beispiele übertragen. Somit wird es für den Leser nachvollziehbar, was wirklich als Spezialisierung gemeint ist und wie man trotz Spezialisierung den Blick auf das Gesamte bewahren kann.

(ca. 170 Seiten)



Harro von Senger: „Strategeme“

Den Strategemen liegt das Prinzip zugrunde sich durch List, Taktik und Gegenlist einem Dritten gegenüber Vorteile zu verschaffen.

Aus diesem Grund ist es hervorragend geeignet, das strategische Denken zu fördern. Es ist ein Buch, das zum Nachdenken anregt und viele Seiten des Menschseins –d.h. unsere psychischen strategischen Abläufe - offen legt.

(2 Bände je ca. 450 Seiten)



Michael E. Porter, „Wettbewerbsvorteile“

Porter, einer der führenden Autoren zum Thema Strategie und Harvard-Professor beschreibt in diesem Klassiker wie man durch konsequente Steuerung und Zusammensetzung der Wertkette und der Prozesse nachhaltige Wettbewerbsvorteile gewinnt, vor allem durch Kostenvorteile und Differenzierung.

Porter hat mit diesem Buch ein Werk zur Strategieentwicklung quer durch alle Industrien geschaffen. Er beschreibt vor allem auch Einflussfaktoren auf die Wettbewerbspositionierung, wie z.B. Verlust der Mitte, Technologie, etc. Dieses Buch hat durchaus kämpferische Züge. Kein Buch für Manager, welche mit Ihren Marktanteilen schon zufrieden sind.

(ca. 550 Seiten)



Günter Müller-Stewens / Christoph Lechner, „Strategisches Management“

Es handelt sich um ein Standardwerk, das sowohl für die Lehre sehr gut geeignet ist als auch für die Fortbildung von Führungskräften.

Es besticht durch seinen didaktischen und logischen Aufbau (z.B. fast 200 Abbildungen). Dem theoretisch Interessierten wird eine umfassende Darstellung des strategischen Managements geboten, dem pragmatischen Praktiker werden Zusammenhänge geboten, sodass es der Führungskraft leichter wird, an den wesentlichen Hebeln und Rädern im Unternehmen zu drehen.

(ca. 580 Seiten)

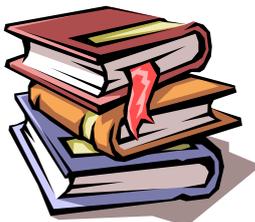


Peter F. Drucker: „Was ist Management – das Beste aus 50 Jahren“

Eigentlich kein Strategiebuch im klassischen Sinne. Aber der Altmeister des Managements hat schon immer ganzheitliche Vorstellungen von Unternehmenserfolg bevorzugt.

In den zahlreichen Kapiteln bringt Drucker ganz andere Blickwinkel zu Management, Mensch und Gesellschaft (und auch deren Wechselwirkungen) ein, als die meisten seiner Berufskollegen. Ein Buch, welches nicht bestehende Managementsysteme zusammenfasst, sondern neue und ganzheitliche Ansätze zum (strategischen) Denken liefert.

(ca. 400 Seiten)



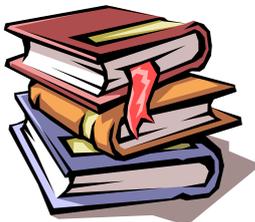
Leider kein Bild verfügbar.

Paul Joyce / Adrian Woods: „Essential Strategic Management“

Dieses leider nur in englischer Originalsprache verfügbare Buch beinhaltet eine komprimierte und dennoch umfassende Darstellung des strategischen Managements. Vom strategischen Planungsprozess über klassische analytische Werkzeuge (sowohl für die Umwelt- als auch Unternehmensanalyse) bis zur Internationalisierung spannt sich der Bogen.

Ein äußerst pragmatisches Buch dass zum Schluss einige Checklisten und Worksheets enthält mit denen man Schritt für Schritt zu einem fertigen Strategiekonzept kommt.

(ca. 285 Seiten)



Leider kein Bild verfügbar.

Bob de Wit / Ron Meyer: „Strategy – Process, Content, Context“

Dieses leider ebenfalls nur in englischer Originalsprache verfügbare Buch ist eines der umfassendsten. Dies auch aufgrund seiner zahlreichen Case Studies aus international bekannten Unternehmen.

Durch die vielen Gastbeiträge renommierter Wirtschaftsauf Autoren erhält der Leser zahlreiche unterschiedliche Blickwinkel zum Thema Strategieentwicklung.

Zusammenfassend ein Werk, dass kritisches und kreatives strategisches Denken ermöglicht mit reichlich theoretischem Hintergrund und zahlreiche Praxisbeispiele zur Strategieumsetzung.

(ca. 1.200 Seiten)



Aloys Gälweiler: „Strategische Unternehmensführung“

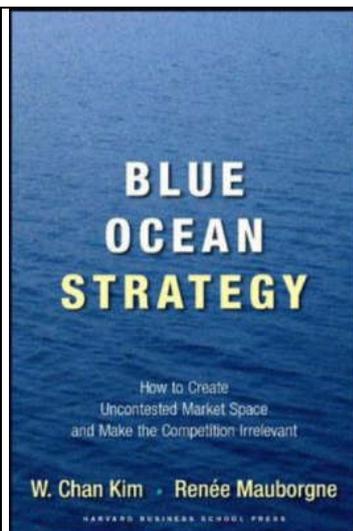
Gälweiler zeigt Möglichkeiten und Grenzen des strategischen Denkens auf, zeigt das Gemeinsame jeglicher Strategie auf und geht auf die Methodik der Strategieentwicklung ein.

Hierbei legt er großen Wert auf einen integrierten Planungskreislauf von der Strategie bis zum

Finanzmanagement. Dieses Standardwerk befasst sich ebenso mit der Steuerbarkeit von Innovationen bis zur geeigneten strategieorientierten Organisation.

Fazit: Eines der wichtigsten Bücher zum Thema Strategie, da es hier um fundiertes Faktenwissen für die tägliche Praxis in der Unternehmensführung geht. (ca. 335 Seiten)

Zentrale Ableitungen finden Sie auch in unseren Orange Times Nr. 07/2006 und 01/2007 zum Thema „SEP-Messung“.

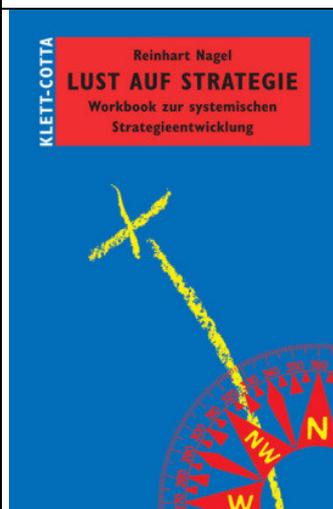


W. Chan Kim / Renée Mauborgne: „Der blaue Ozean als Strategie“

Dieses Buch zeigt auf, dass man in vielen Märkten zu den Verlierern gehört, wenn man sich auf den ruinösen Wettbewerb einlässt (= „Rote Ozeane“ aufgrund der „blutigen Kämpfe“). Indem neue funktionierende Spielregeln gefunden werden, begibt man sich in einen teilweise mitbewerbsfreien Bereich (= „Blaue Ozeane“). In den „blauen Ozeanen“ können Sie Ihre Mitbewerber vergessen und Sie können daher höhere Gewinne eingefahren. Im Buch wird das Finden dieser neuen Spielregeln anhand zahlreicher Beispiele beschrieben, was die Sache einfach zu lesen macht. Wie in den meisten Büchern dieser Art werden die angeführten Beispiele als Beweise für die Richtigkeit der Thesen herangezogen. Dies bedeutet aber noch lange nicht, dass Sie mit dem Prozess (der ja meist unmittelbar in den Beispielen nicht zur Anwendung kam) auch selbst einen „blauen Ozean“ finden werden. Aber der Versuch ist es allemal wert.

(ca. 200 Seiten)

Siehe auch unsere OrangeTimes Ausgabe 02 2007 zum Thema „Marktregeln sprengen“ samt Excelwerkzeug.



Reinhart Nagel: „Lust auf Strategie – Workbook zur systemischen Strategieentwicklung“

Das Arbeitsbuch zeichnet Schritt für Schritt den idealtypischen Verlauf der Entwicklung einer Strategie von der ersten Idee bis zu einer fertigen Kommunikationsunterlage nach. Obwohl sich ein Strategieprozess im „wirklichen Leben“ selten an ein Drehbuch hält, verschafft eine solche Prozessarchitektur die notwendige Orientierung für das Management bei der Entwicklung der eigenen Strategie. Es sind zahlreiche Musterabläufe bzw. Architekturen von Strategieprozessschritten dargestellt.

Wir empfehlen dieses Buch, da unser Ablauf bei OrangeCosmos ähnlich durchgeführt wird.

(ca. 150 Seiten)



Klaus Kerth / Ralf Pütmann: „Die besten Strategietools in der Praxis“

Welche Werkzeuge brauche ich wann?

Wie wende ich sie an?

Wo liegen die Grenzen?

Sie erhalten eine kompakte Übersicht der wichtigsten Strategieinstrumente. Daher erhalten Sie einen Leitfaden zur Auswahl der richtigen Tools für Ihre Anforderungen. Die Instrumente sind sehr kompakt beschrieben. Auf Redundanzen wird hingewiesen.

Wir empfehlen das Buch, da es klar aufzeigt, welche Instrumente wirklich eingesetzt werden können, wobei dadurch gleichzeitig das Finden der richtigen Strategien entmystifiziert wird, denn es gilt: Das richtige Instrument schafft zwingend noch nicht die richtige Strategie und die richtige Strategie wird aber ohne Instrument zwingend nur Zufall bleiben.

(ca. 270 Seiten + CD)

?????

**Haben Sie ein Buch gelesen, das hier stehen sollte?
Schreiben Sie uns office@orange-cosmos.com**