

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
1. Kapitel: Strategisches Management	2
11 Inhalte des strategischen Management	2
111 Bedeutung und Entwicklung der Thematik	2
112 Begriffliche Abgrenzungen	3
113 Ziele, Möglichkeiten und Grenzen des strategischen Management	7
114 Unternehmungsstrategische Dokumente und ihre Adressaten	9
115 Unternehmungsleitbilder	11
12 Crossair (a)	14
121 Die Situation	14
122 Die Gründung	16
123 Anhang	19
13 Crossair (b)	20
131 Die Situation	20
132 Anhang	29
14 Lasarray	38
141 Die Entwicklung	38
142 Der Markt	42
143 Das Konzept	43
144 Die Organisation	45
145 Anhang	46
2. Kapitel: Produkt-Markt Strategien	54
21 Strategie-Findung und Implementierung	54
211 Bedeutung der prozessualen Betrachtung	54
212 Inhaltliche Aspekte: Überblick	58
22 Rotag	68
221 Die Unternehmung	68
222 Gruppe «Antrieb»	68
223 Gruppe «Messen»	72
224 Anhang	74
23 Tissot (a)	83
231 Die Geschichte	83
232 Die Unternehmung	86
233 Die Zukunft	93
234 Anhang	95

24	Tissot (b)	104
241	Die Situation	104
242	Die Uhr	104
25	Tissot (c)	107
26	Balzers	110
261	Dünnschichtmetallurgie	110
262	Produkte	111
263	Markt	113
264	Forschung und Entwicklung	115
265	Anhang	117
3. Kapitel: Diversifikation		123
31	Ausprägungen der Diversifikation	123
311	Begriffsklärung	123
312	Arten der Diversifikation	124
313	Ziele und Ursachen der Diversifikation	125
314	Erfolgchancen der Diversifikation	129
315	Wege zur Diversifikation	131
316	Vertikale Integration	134
32	Ciba-Geigy	136
321	Entwicklung	136
322	Der Markt	142
323	Der Gesprächspartner	145
324	Anhang	151
33	Sulzer Rütli	162
331	Rütli	162
332	Sulzer	165
333	Die Übernahme	167
334	Die Produkte	171
335	Die Produktion	173
336	Die Märkte	174
337	Anhang	177
4. Kapitel: Turn-around		189
41	Phasen des Turn-around	189
411	Übersicht	189
412	Krise	191
413	Crash-Programm	195
414	Stabilisierung	197
415	Strategische Neuorientierung	198
416	Abschluß des Turn-around	200
42	Alusuisse	201
421	Das Wachstum	201
422	Die Ertragsprobleme	202

423	Die Wechselbäder	203
424	Die Wende	205
425	Anhang	208
5. Kapitel: Internationales Management		212
51	Gegenstand und Strategien des internationalen Management	212
511	Begriff, Besonderheiten und Ursachen	212
512	Bedeutung politischer Einflüsse und globaler wirtschaftlicher Ungleichgewichte	213
513	Grundlagen des internationalen Management	215
52	UHAG (a)	222
521	Die Entwicklung	222
522	Der Welthandel	227
523	Die Unternehmung	229
524	Anhang	234
53	UHAG (b)	236
531	Das neue Projekt	236
532	Anhang	240
54	Mikron	245
541	Die Situation	245
542	Die Unternehmung	245
543	Der Kunststoffbereich	249
544	Der Markt	251
545	Die Partner	253
546	Anhang	256
55	Schindler China	261
551	Die Unternehmung	261
552	Das Joint-venture	261
553	Die Entwicklung	268
554	Anhang	272
Literaturverzeichnis		280
Stichwortverzeichnis		284

