
Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können

- Der Top-down-Ansatz ist durch die Geschwindigkeit des Wandels und die Komplexität der Zusammenhänge überholt.
- Der Wert des Unternehmens in einer turbulenten Umwelt lässt sich nachhaltig erhöhen, wenn die Unternehmensleitung den Führungskräften einen Ausschnitt aus ihren strategischen Absichten gibt und sie zur Weiterentwicklung der Strategie einlädt.
- Die Qualität der Strategie eines Unternehmens oder eine Geschäftseinheit kann getestet werden. Rund 75% aller Unternehmen verfolgen eine Strategie, die diesen Namen nicht verdient.
- Eine gute Strategie besteht aus vier Elementen. Der Strategiediamant zeigt anschaulich diese vier Elemente.
- Mit Hilfe dieser vier Elemente lassen sich gute Strategien von schlechten unterscheiden.

Literatur/„Zum Weiterlesen“

- Besanko, D., Dranove, D., & Shanley, M. (2012). *Economics of strategy*. New York: Wiley.
- Carpenter, M. A., & Sanders, Wm. G. (2009). *Strategic management. A dynamic perspective, concepts and cases* (2. Aufl.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- De Wit, B., & Meyer, R. (2014). *Strategy. An international perspective* (5. Aufl.). Andover: Cengage Learning EMEA.
- Freedman, L. (2013). *Strategy. A history*. Oxford: Oxford University Press.
- Gigerenzer, G. (2013). *Risiko: Wie man die richtigen Entscheidungen trifft*. Gütersloh: C. Bertelsmann.
- Grant, R. M. (2012). *Contemporary strategy analysis* (8. Aufl.). Oxford: Wiley.
- Grant, R.M., & Jordan, J. (2012). *Foundations of strategy*. Chichester: Wiley.
- Greenwald, B., & Kahn, J. (2007). *Competition demystified: A radically simplified approach to business strategy*. New York.: Penguin.
- Gunther McGrath, R. (2013). *End of competitive advantage: How to keep your strategy moving as fast as your business*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Hinterhuber, H. H. (2007). *Leadership. Strategisches Denken systematisch schulen von Sokrates bis heute* (4. Aufl.). Frankfurt a. M: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Hinterhuber, H. H. (2011a). *Strategische Unternehmensführung* (Bd. I, 8. Aufl.). Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.
- Hinterhuber, H. H. (2011b). *Die 5 Gebote für exzellente Führung*. Frankfurt a. M: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Hinterhuber, H. H. (2013). *Führen mit strategischer Teilhabe. Wie sich die Lücken zwischen Strategie und Ergebnissen schließen lassen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.
- Hinterhuber, H. H. (2015). *Strategische Unternehmensführung* (9. Aufl.), Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.
- Hinterhuber, A., & Liozu, S. (Hrsg.). (2013). *Innovation in pricing*. London: Routledge.
- Jullien, F. (2006). *Vortrag vor Managern über Wirksamkeit und Effizienz in China und im Westen*. Berlin: Merve.
- Kahneman, D. (2014). *Schnelles Denken, langsames Denken* (3. Aufl.). München: Pantheon.
- Koch, R. (2011). *Financial Times Guide to Strategy: How to create, pursue and deliver a winning strategy* (4. Aufl.). London: FT Press.
- Kormann, H. (2005). *Nachhaltige Kundenbindung – Gegen den Mythos nur wettbewerbsorientierter Strategien*. Frankfurt a. Main.: VDMA-Verlag.

-
- Liozu, S., & Hinterhuber, A. (Hrsg.). (2014). *The ROI of pricing*. London: Routledge.
- Nonaka, I., & Zhu, Z. (2012). *Pragmatic strategy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Taleb, N. N. (2012). *Antifragilität: Anleitung für eine Welt, die wir nicht verstehen*. München: Knaus.
- Vermeulen, F. (2010). *Business Exposed. The naked truth about what really goes on in the world of business*. Harlow: Financial Times/Prentice Hall.