

---

**essentials**

Springer Essentials sind innovative Bücher, die das Wissen von Springer DE in kompakter Form anhand kleiner, komprimierter Wissensbausteine zur Darstellung bringen. Damit sind sie besonders für die Nutzung auf modernen Tablet-PCs und eBook-Readern geeignet. In der Reihe erscheinen sowohl Originalarbeiten wie auch aktualisierte und hinsichtlich der Textmenge genauestens konzentrierte Bearbeitungen von Texten, die in maßgeblichen, allerdings auch wesentlich umfangreicheren Werken des Springer Verlags an anderer Stelle erscheinen. Die Leser bekommen „self-contained knowledge“ in destillierter Form: Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der Praxis und/oder aktueller Fachdiskussion ankommt.

---

Kerstin Seeger

# Erfolgreiche Strategiearbeit für Industriedienstleister

Die Potenziale guter  
Strategiearbeit heben



Springer Gabler

Kerstin Seeger  
Europäische Fachhochschule  
Brühl, Deutschland

ISSN 2197-6708

ISBN 978-3-658-04007-9

DOI 10.1007/978-3-658-04008-6

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-04008-6 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2014

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media  
[www.springer-gabler.de](http://www.springer-gabler.de)

---

# Vorwort

Die Bedeutung von Industriedienstleistern ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Verstärkt nutzen Unternehmen für Aufgaben außerhalb des Kerngeschäftes externe Dienstleister. Um diese Dienstleister erfolgreich führen zu können, bedarf es einer wettbewerbsfähigen Strategie. Denn eine gute Strategie und deren konsequente Umsetzung sind Voraussetzung für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens.

Grundlage für das vorliegende Werk ist der Aufsatz „Entwicklung wettbewerbsfähiger Strategien für Industriedienstleister“ in dem Buch Seeger, Kerstin/Seeger, Adrian (Hrsg.): Management von Industriedienstleistern, Wiesbaden 2010. Das Buch zeigt praxiserprobte und praktikable Ansatzpunkte auf, wie das Management von Industriedienstleistern erfolgreich gestaltet werden kann. Dabei werden sowohl theoretische Konzepte auf die Branche übertragen als auch praktische Erfahrungen aus dem Management von Industriedienstleistern aufgezeigt.

Für das vorliegende Werk wurde der Aufsatz überarbeitet und aktualisiert; neue Erkenntnisse wurden eingearbeitet.

„Erfolgreiche Strategiearbeit für Industriedienstleister“ ermöglicht einen schnellen Einstieg in die Thematik der Strategiearbeit. Das Werk gibt einen Überblick über ein praxiserprobtes und erfolgreiches Vorgehen im Rahmen des Strategieprozesses.

Ich wünsche Ihnen, dass das dargestellte Vorgehen auch für Sie erfolgreich ist!

Prof. Dr. Kerstin Seeger

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	1
<b>2</b>	<b>Erster Schritt: Analyse der Wettbewerbsarena</b> .....	3
2.1	Analyse des Umfeldes des Industriedienstleisters .....	3
2.2	Analyse der Erfolgspotenziale von Industriedienstleistern .....	6
<b>3</b>	<b>Zweiter Schritt: Treffen von strategischen Grundsatzentscheidungen</b> .	11
<b>4</b>	<b>Dritter Schritt: Operationalisierung der Strategie</b> .....	13
4.1	Mit der Strategiebrücke von der Ist- zur Ziel-Position .....	13
4.2	Messgrößen und Maßnahmen zur weiteren Operationalisierung der Strategie .....	16
<b>5</b>	<b>Nächste Schritte</b> .....	19
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	21