

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis.....	XI
1 Einleitung.....	1
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung.....	1
1.2 Forschungsfrage und Zielsetzung	3
1.3 Methodische Vorgehensweise.....	3
1.4 Aufbau der Arbeit	5
2 Abgrenzung und Definition zentraler Begriffe.....	7
2.1 Creating Shared Value	7
2.2 Strategieentwicklungsprozess und Strategie	8
3 Creating Shared Value	11
3.1 Entstehung des Konzepts	11
3.2 Ausprägungsformen von Creating Shared Value.....	12
3.2.1 Produkte und Märkte neu verstehen.....	12
3.2.2 Produktivität neu verstehen.....	13
3.2.3 Lokale Cluster aufbauen	15
3.3 Abgrenzungen zu Konzepten nachhaltigen Managements	16
3.4 Kritische Betrachtungen.....	17
4 Varianten des Strategieentwicklungsprozesses	21
4.1 Zehn Prozesse zur Strategieentwicklung	21
4.1.1 Gestaltungsschule – konzeptioneller Prozess	22
4.1.2 Unternehmerschule – visionärer Prozess	23
4.1.3 Lernschule – sich bildender Prozess	24
4.1.4 Kulturschule – kollektiver Prozess	26
4.1.5 Machtschule – Verhandlungsprozess.....	27
4.2 Blue Ocean-Strategie	27
4.3 Theorie U	30
5 Skizze des Strategieentwicklungsprozesses zur Kreierung einer Creating Shared Value-Strategie	33

5.1	Co-Creation zur Prozessbegleitung.....	33
5.2	Vision zur Definition des Ausgangspunkts.....	37
5.3	Strategische Kontur zum Erkennen der Zukunft.....	40
5.3.1	Analyse der Nutzenkurve.....	41
5.3.2	Umgestaltung der Nutzenkurve	41
5.4	Kernkompetenzen zur Gestaltung der Zukunft.....	43
5.4.1	Analyse von Kernkompetenzen	44
5.4.2	Basisstrategien zur Gestaltung von Kernkompetenzen.....	47
5.4.3	Creating Shared Value-Strategie als Kernkompetenzstrategie	49
5.5	Kernkompetenzen des Strategieentwicklungsteams	51
5.6	Kennzahlen zur Messung des Erfolgs der Strategie.....	54
5.7	Skizze des Strategieentwicklungsprozesses.....	57
6	Beschreibung des Forschungsdesigns.....	63
6.1	Ableitung der Fragestellungen	63
6.2	Forschungsmethode und Stichprobenziehung	63
7	Empirische Erkenntnisse	65
7.1	Orientierung an Kernkompetenzen	66
7.2	Orientierung an Innovationen	72
7.3	Orientierung an Co-Creation mit Stakeholdern	75
7.4	Chancen und Risiken.....	81
8	Conclusio	89
8.1	Beantwortung der Forschungsfragen	89
8.2	Empfehlungen für die praktische Anwendung.....	92
8.3	Ableitung weiteren Forschungsbedarfs.....	93
	Quellenverzeichnis.....	95

Creating Shared Value

Eine Strategieinnovation auf Basis der Theorie U

Fichtenbauer, C.

2015, XII, 103 S. 14 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-07983-3