

*Johann Frank
Helmut Friedrichsmeier
(Hrsg.)*

Agieren statt Reagieren

*Strategische
Unternehmensplanung
im Klein- und Mittelbetrieb
Mit Fallstudien*



SERVI

Fachverlag an der Wirtschaftsuniversität Wien

INHALTSVERZOCHNIS

	Seite
Vorwort	
PLANUNG - NUTZLOSE PAPIERVERSCHWENDUNG ODER UNVERZICHTBARE VORAUSSETZUNG FÜR DE ZUKUNFTSBEWÄLTIGUNG?	
DIE FALLSTUDIENMETHODE (Zur Arbeit mit Fallstudien)	18
3. INHALTLICHE SCHWERPUNKTE DER FALLSTUDIEN	22
4. PLANUNGSMOTIVATION UND EINFÜHRUNG DER PLANUNG	24
Helmuth Kuntscher VOM AUSGLEKHS- ZUM WACHS11JMSUNTERNEHMEN Einführung der Unternehmensplanung bei VMI und ihre Effekte (Fallstudie 1)	30
Helmut Friedrichsmeier DIE "ALPENLÄNDISCHE FEINKOST GMBH" Planung - Weg zum Zentralismus? (Fallstudie 2)	37
5. PLANUNGSORGANISATION	
Johann Frank PLANUNGSORGANISATION IN EINEM KLEINBETRIEB Wie kann Planung in das Unternehmen integriert werden? (Fallstudie 3)	50

Helmut Friedrichsmeier PLANUNG IM STAB ODER AM DER LEITUNG? (Fallstudie 4)	60	7.	1
STRATEGISCHE PROBLEME - STRATEGISCHES DENKEN - STRATEGISCHE LÖSUNGEN	74		
Helmut Friedrichsmeier SCHLECHTE ZEITEN FÜR DIE "OPTOTRON"? (Fallstudie 5)	78		
Peter Hoffmann NEUE PRODUKTE - ZUFALL ODER <u>ZUFALL</u> ? Ideen gezielt sammeln und verwerten - Produktplanung in einem Mittelbetrieb der Nahrungsmittelindustrie (Fallstudie 6)	87	8.	
Richard M. Hammer PORTFOLIO - MANAGEMENT IM DMDUSTREBETRIEB (Fallstudie 7)	96		
Peter Hoffmann DAS "SCHUSTER-DILEMMA" Notwendige Diversifikation kontra vernünftiges "Bleib-bei-deinen- Leistern" - Vertriebsplanung im Sanitärbereich (Fallstudie 8)	115		
Johann Frank STRATEGISCHE PLANUNG IM KLEINBETRIEB? Fallbeispiel eines Großhandelsunternehmens (Fallstudie 9)	123		9.
Peter Hoffmann WAS HEBST DU HER "STRATEGISCH"? Planen und Umwelt - Was können wir über die Zukunft wissen? (Fallstudie 10)	130		

7.	VON DER STRATEGISCHEN PLANUNG ZUM ERGEBNIS	140
	Helmut Friedrichsmeier	
	ERLÖSPPLANUNG	
	(Fallstudie 11)	142
	Johann L. Frank	
	KURZFRISTIGE ABSATZPLANUNG	
	(Fallstudie 12)	152
	Heinz Maisie	
	STRATEGISCHES MARKETING IM KLEINBETRIEB	
	(Fallstudie 13)	164
8.	PROGNOSEN ALS GRUNDLAGEN DER STRATEGISCHEN PLANUNG	176
	Helmut Friedrichsmeier	
	PROGNOSEN IM DENST DER PLANUNG	
	Oder: Gibt es Prognoseexperten im Unternehmen?	
	(Fallstudie 14)	169
	Christian Lager	
	ÖFFENTLICHE STATISTIKEN ALS PLANUNGS- UND ENTSCHEIDUNGSHILFEN	
	Marktpotentialprognose mittels Daten der amtlichen Statistik	
	(Fallstudie 15)	200
9.	MASSNAHMEN ZUR REALISIERUNG UND ABSICHERUNG VON STRATEGISCHEN PLÄNEN	206
	Rolf Eschenbach	
	MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMER PLANEN KOOPERATIVEN EINKAUF	
	(Fallstudie 16)	208

Herbert Bodenmüller	
BRAUCHT EIN MITTELBETREB PERSONALENTWICKLUNG?	
Personalplanung und -entwicklung zur Absicherung der	
Unternehmensplanung	
(Fallstudie 17)	216
10. DEALES VORGEHEN BEI DER STRATEGISCHEN PLANUNG	235
11. AUTORENPROFIL	246
12. UTERATURVERZEJCHNIS	250