

Jan Dannenberg

**Mikrocomputergestützte
Instrumente
der strategischen
Unternehmensplanung**

DUV Deutscher Universitäts Verlag
GABLER · VIEWEG · WESTDEUTSCHER VERLAG

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	VI
Abkürzungsverzeichnis	XIV
1. Einführung	1
1.1 Einleitung und Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung und Gang der Arbeit	9
1.3 Begriffliche Grundlagen	15
1.3.1 Strategie	16
1.3.1.1 Etymologie des Strategiebegriffes	18
1.3.1.2 Der Begriff der Strategie und der strate- gischen Planung in Wissenschaft und Praxis	20
1.3.1.3 Abgrenzung zu verwandten Konzepten	54
1.3.2 Mikrocomputergestützte Instrumente und Informationssysteme	66
1.3.2.1 Definition, Aufgaben und Entwick- tendenzen von Informationssystemen	67
1.3.2.2 Management-Informationen-Systeme	77
1.3.2.3 Entscheidungs-Unterstützungs-Systeme	80
1.3.2.4 Experten Systeme	86

1.4 Arbeitsdefinition: Mikrocomputergestützte Instrumente zur strategischen Unternehmensplanung	93
2. Computergestützte Modelle in der strategischen Unternehmensplanung	95
2.1 Kritische Vorbemerkungen zur Unterstützung der strategischen Planung durch Informationssysteme	96
2.1.1 Positive Auswirkungen einer Computerunterstützung	96
2.1.2 Negative Auswirkungen des Computereinsatzes in der strategischen Planung	101
2.2 Anforderungsprofil an computergestützte Modelle zur strategischen Planung	105
2.3 Bestehende computergestützte Modellansätze zur strategischen Unternehmensplanung	117
2.3.1 Modellentwicklungen als Prototypen	118
2.3.2 Vermarktete Computer-Modelle	179
3. Darstellung eines computergestützten Instrumentariums zur strategischen Unternehmensplanung	209
3.1 Auswahl entscheidungsrelevanter Instrumente zur strategischen Unternehmensplanung	209
3.2 Geschäftsfelder definieren: Der Ausgangspunkt der strategischen Planung	216

3.2.1 Gründe, Begriff und Wesen der strategischen Segmentierung	217
3.2.2 Kriterien der Geschäftsfeldsegmentierung	230
3.2.3 Methoden und Vorgehensweise zur Bildung strategischer Geschäftsfelder	242
3.3 Informationsbasis STRATOBASE: Ausgangspunkt der PC-gestützten strategischen Unternehmensplanung	268
3.3.1 Benutzeroberfläche von STRATOPLAN	268
3.3.2 Gesamtunternehmensdaten	276
3.3.2.1 Erfassung von Produktdaten	277
3.3.2.2 Gemeinkosten und Wertekette	280
3.3.2.3 Bilanzen und Gewinn- und Verlustrechnungen in STRATOBASE	285
3.3.2.4 Unternehmensergebnis	288
3.3.3 Geschäftsfeld-Daten	293
3.3.3.1 Definition strategischer Geschäftsfelder	294
3.3.3.2 Gemeinkostensegmentierung	302
3.3.3.3 Bilanz- und GuV-Segmentierung	304
3.3.3.4 Investitionen und Finanzierung	306
3.3.3.5 Cash-Flow und Liquidität	310
3.3.3.6 Bilanzgewinn und Eigenkapitalplanung	314

3.3.3.7 Kennzahlen der strategischen Geschäftsfelder	315
3.3.4 Zusammenhänge in STRATOBASE - eine Gesamtübersicht	316
3.4 Betriebliche Früherkennung	318
3.4.1 Grundlagen der betrieblichen Früherkennung	318
3.4.1.1 Problemexplikation	318
3.4.1.2 Aufgaben, Ziele und grundlegende Konzeptionen	319
3.4.2 Generationen von Früherkennungssystemen	322
3.4.2.1 Operative Planungsinstrumente (erste Generation)	322
3.4.2.2 Indikatorenüberwachung (zweite Generation)	324
3.4.2.3 Strategische Analyse und "schwache Signale" (dritte Generation)	326
3.4.3 WARNPLAN - ein strategisches Früherkennungssystem mit Lotus 1-2-3	335
3.4.3.1 STRUKTUR - Erstellung der formalen und logischen Strukturzusammenhänge in WARNPLAN	338
3.4.3.2 DATEN - Erfassung und Bewertung relevanter Frühwarndaten	341

3.4.3.3 CHANCEN/GEFAHREN und S-CHANCE/ S-GEFAHR - Auswertung und Ergebnisse der Früherkennungsanalyse des Gesamtunter- nehmens und strategischer Geschäftsfelder	346
3.4.3.3.1 Reports mit Expertencharakter.	347
3.4.3.3.2 Grafische Darstellung von Ergebnissen	354
3.5 Strategische Portfolio-Planung	358
3.5.1 Die Idee der Portfolio-Analyse	359
3.5.2 PORTPLAN - Portfolio-Analyse im Verbund von Datenbank-System und Grafik-Programm	362
3.5.2.1 Modelleingaben am Beispiel des Marktattrak- tivität-Geschäftsfeldstärken-Portfolios	364
3.5.2.2 Portfolio-Matrix: Herzstück der Portfolio- Analyse	376
3.6 Das Modell STRATOPLAN - eine Gesamtbetrachtung	384
4. Grenzen und Zukunftsperspektiven der computergestützten strategischen Unternehmensplanung	387
4.1. Restriktionen einer computergestützten strategischen Unternehmensplanung.	387
4.2. Weiterführende Betrachtungen und Zusammenfassung.	391
Literaturverzeichnis	XVIII
Anhang	CXII