

Albert Stähli

---

# Management- Andragogik 1

Harvard Anti Case

Zweite Auflage

Mit einem Geleitwort von Otto Graf Lambsdorff

Mit 20 Abbildungen und 23 Tabellen



Springer

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Zum Geleit</b> .....	V
<i>Von Dr. Otto Graf Lambsdorff, Bonn</i>	
<b>Vorwort</b> .....	IX
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	XIII

## Erster Teil

### Managementweiterbildung: Traditionelle Methoden

<b>I.</b>	<b>Die neue Herausforderung</b> .....	3
	A. Die MBA-Erfolgsstory .....	5
	B. Schwächen des Harvard-Modells .....	7
<b>II.</b>	<b>Warum Manager anders lernen</b> .....	11
<b>III.</b>	<b>Lehrpfad für Manager: Die Fallstudienmethoden</b> .....	17
	A. Die Harvard-Case-Study-Method.....	22
	B. Die Case-Problem-Method .....	34
	C. Die Incident-Case-Method .....	38
	D. Die Synergomètre Methode.....	41
	E. Das Unternehmensplanspiel .....	44
	F. Das Action-Learning .....	48

## Zweiter Teil

### Die Traditionelle Harvard-Case-Study – Ein Beispiel

Fallstudie: „Meili Gartenmöbel“

<b>IV.</b>	<b>Einführung in den Fall/Fallbeschreibung .....</b>	<b>57</b>
------------	--	-----------

## Dritter Teil

### Teamlösung zur Fallstudie

<b>V.</b>	<b>Unternehmensanalyse .....</b>	<b>107</b>
	A. Allgemeine Firmendaten .....	109
	B. Organisation und Führung/Management .....	112
	C. Personal .....	113
	D. Finanzen und Controlling .....	116
	E. Logistik und Produktion .....	132
	F. Marketing .....	136
	G. Innovation und Know-How .....	146
	H. Rechtliche Situation .....	147
<b>VI.</b>	<b>Marktanalysen .....</b>	<b>151</b>
	A. Marktdefinitionen .....	151
	B. Marktstruktur .....	151
	C. Markthierarchie .....	153
	D. Produktpositionierung .....	156
	E. Beschreibung der Teilmärkte .....	159
	F. Marktsegmente .....	161
	G. Marktsegmente/Teilmärkte .....	163
	H. Marktdaten .....	165
	I. Analyse des Zwischenhandels .....	167
	K. Externe und interne Beeinflusser .....	168
<b>VII.</b>	<b>Umfeldanalyse .....</b>	<b>171</b>
	A. Allgemeines Umfeld .....	171
	B. Interpretation .....	172

C. Chancen und Gefahren .....	173
D. Stärken-Schwächenprofil .....	173
E. Schlüsselfrage .....	174
<b>VIII. Anhang zur Falllösung .....</b>	<b>175</b>
A. Leitbild .....	175
B. Funktionendiagramm .....	176
C. Soll-Organigramm .....	176
D. Stellenbeschreibung/Sinn und Zweck . .....	177
E. Stellenbeschreibung - Beispiel 1: „Mechaniker“ .....	178
F. Stellenbeschreibung - Beispiel 2: „Buchhalter“ .....	179
G. Bilanzkennzahlen 1990 .....	180
H. Kalkulationssätze BAB 1990 .....	182
I. Eröffnungsbilanz Aktiengesellschaft .....	183
K. Besteuerung von Aktiengesellschaften .....	185
L. Grundstück-/Gebäudebeschreibung .....	188
M. Marktbearbeitungskonzept .....	190
N. Wirkungsziele-Strategiebereiche .....	191
<b>IX. Nachwort .....</b>	<b>197</b>