

STRATEGIE UMSETZEN – ABER RICHTIG!

KAPITEL 3: IHRE STRUKTUR

CORPORATE STRATEGY VS. BUSINESS STRATEGY

	CORPORATE STRATEGY	BUSINESS STRATEGY
UMFANG	VIELE GESCHÄFTSEINHEITEN	EINE GESCHÄFTSEINHEIT
ZIEL	„PARENTING ADVANTAGE“	„COMPETITIVE ADVANTAGE“
VORTEILSGENERIERUNG	CORPORATE MANAGEMENT SCHAFFT POSITIVEN EINFLUSS AUF GESCHÄFTSEINHEITEN	BUSINESS MANAGEMENT SCHAFFT KUNDENVORTEIL
VERGLEICH MIT	ANDEREN HOLDINGS ALS INHABER IHRER GESCHÄFTSEINHEITEN	GESCHÄFTSEINHEITEN ANDERER FIRMEN IM GLEICHEN WETTBEWERBSUMFELD
WICHTIGSTER BEZUGSPUNKT	INHABER / INVESTOR	KUNDE

CORPORATE UND BUSINESS STRATEGY

Corporate Strategy BEISPIEL

Merger von AOL und Time Warner (2000)

Merger von AT&T und Time Warner (2018)

Verkauf der Kraftwerksparte in Deutschland (Siemens) Siemens Energy

Börsengang von Siemens Medizintechnik (Healthineers)

Daimler: Mercedes Benz als eigenständige Einheit im Daimler Konzern, Abspaltung, Börsengang

Business Strategy BEISPIEL

Verlinkung von AOL auf Webseiten von Warner Music

Aufbau Shared Service Center Personal für die Kabel Unit

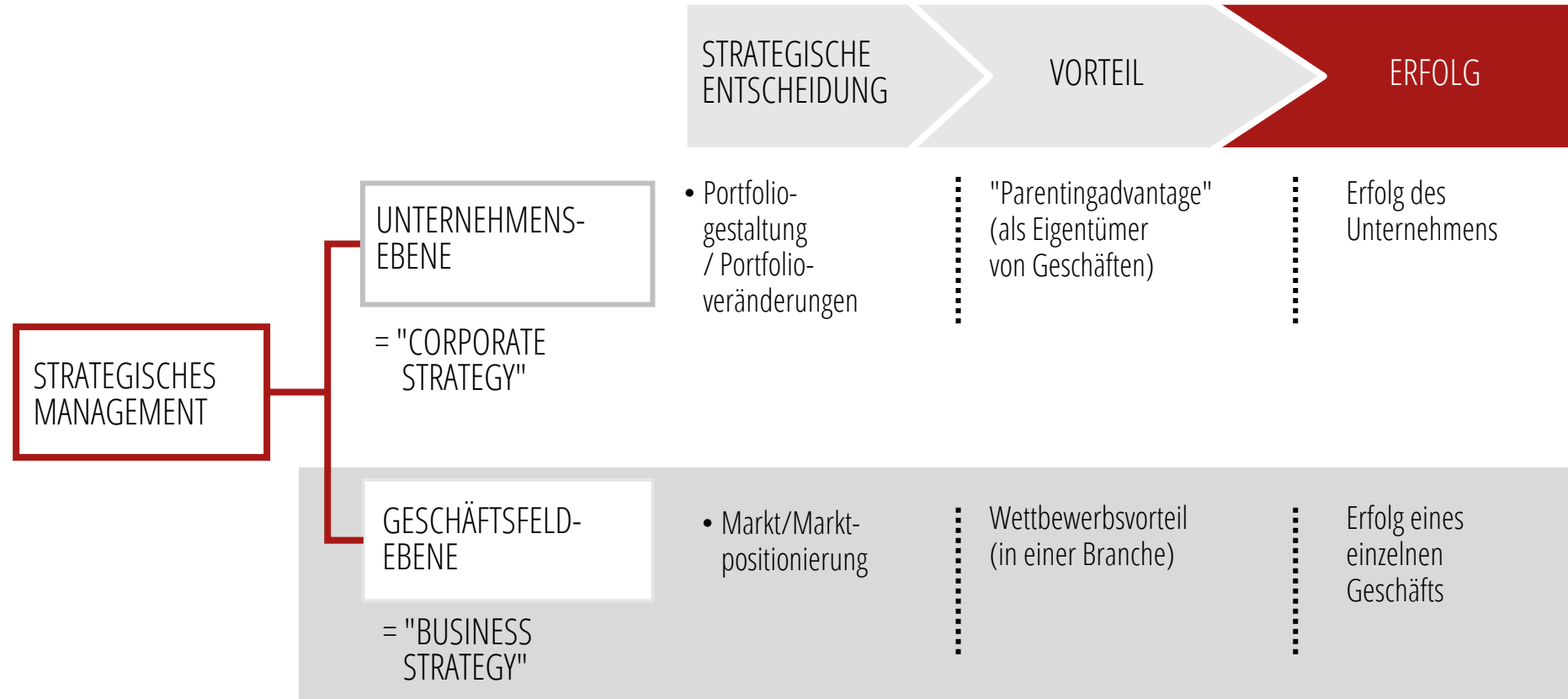
Outsourcing oder Insourcing von IT Services für den Einkauf

Optimierung Supply Chain in China

EQS als Elektro S Klasse im Premium Segment

STRATEGISCHES DENKEN UND HANDELN FINDET AUF ZWEI EBENEN STATT

Ebenen des strategischen Managements



CORPORATE UND BUSINESS STRATEGY

LEVEL	STRATEGY TYP	
CORPORATE (ODER DIVISION)	CORPORATE/DIVISIONALE STRATEGIE	Z.B. HOLDING
BUSINESS	SBU STRATEGY / WETTBEWERBSSTRATEGIE GESCHÄFTSMODELLE	Z.B. BUSINESS UNIT „WHITE GOODS“ / „WEISSE WARE“
FUNKTIONAL	FUNKTIONALE STRATEGIE (CORE UND SUPPORT FUNKTIONEN)	Z.B. MARKETING
REGIONAL	REGIONALE/LAND/COUNTRY STRATEGIE	Z.B CHINA
PRODUKT / SERVICE	PRODUKT/SERVICE STRATEGIE	Z.B. WASCHMASCHINEN

CORPORATE UND BUSINESS STRATEGY

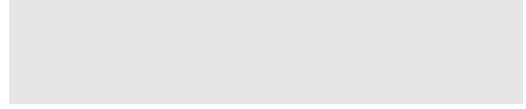
LEVEL	STRATEGY TYP	
CORPORATE (ODER DIVISION)	CORPORATE/DIVISIONALE STRATEGIE	
BUSINESS	SBU STRATEGY / WETTBEWERBSSTRATEGIE GESCHÄFTSMODELLE	
FUNKTIONAL	FUNKTIONALE STRATEGIE (CORE UND SUPPORT FUNKTIONEN)	
REGIONAL	REGIONALE/LAND/COUNTRY STRATEGIE	
PRODUKT / SERVICE	PRODUKT/SERVICE STRATEGIE	

WORKSHOP: MASSNAHMEN AUF BEIDEN EBENEN

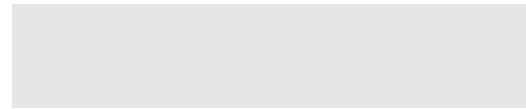
MASSNAHME	CORPORATE STRATEGY	BUSINESS STRATEGY

DIE PORTFOLIO MATRIX

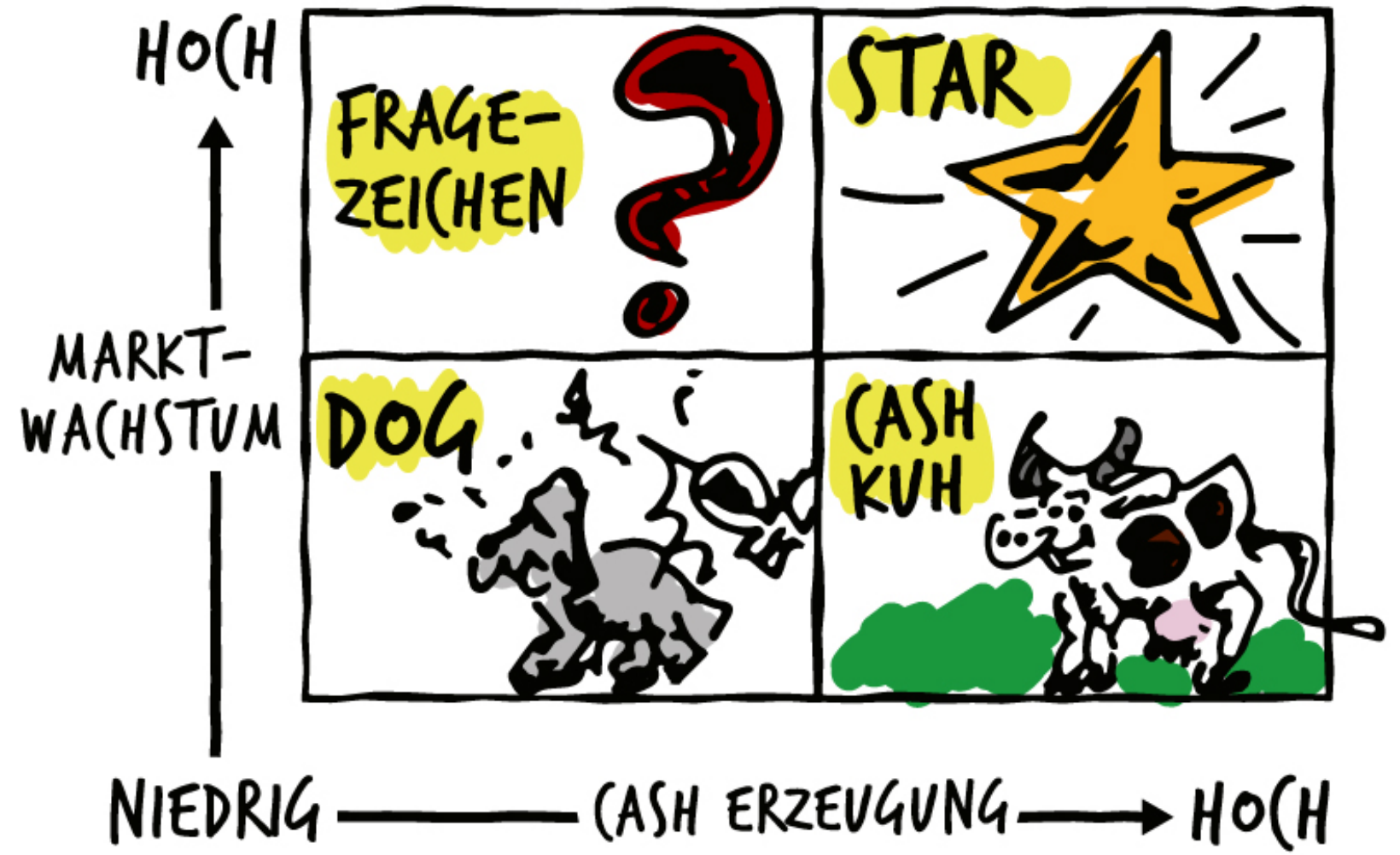
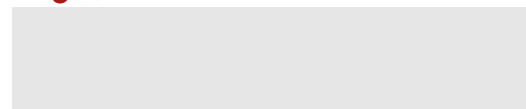
SELL?



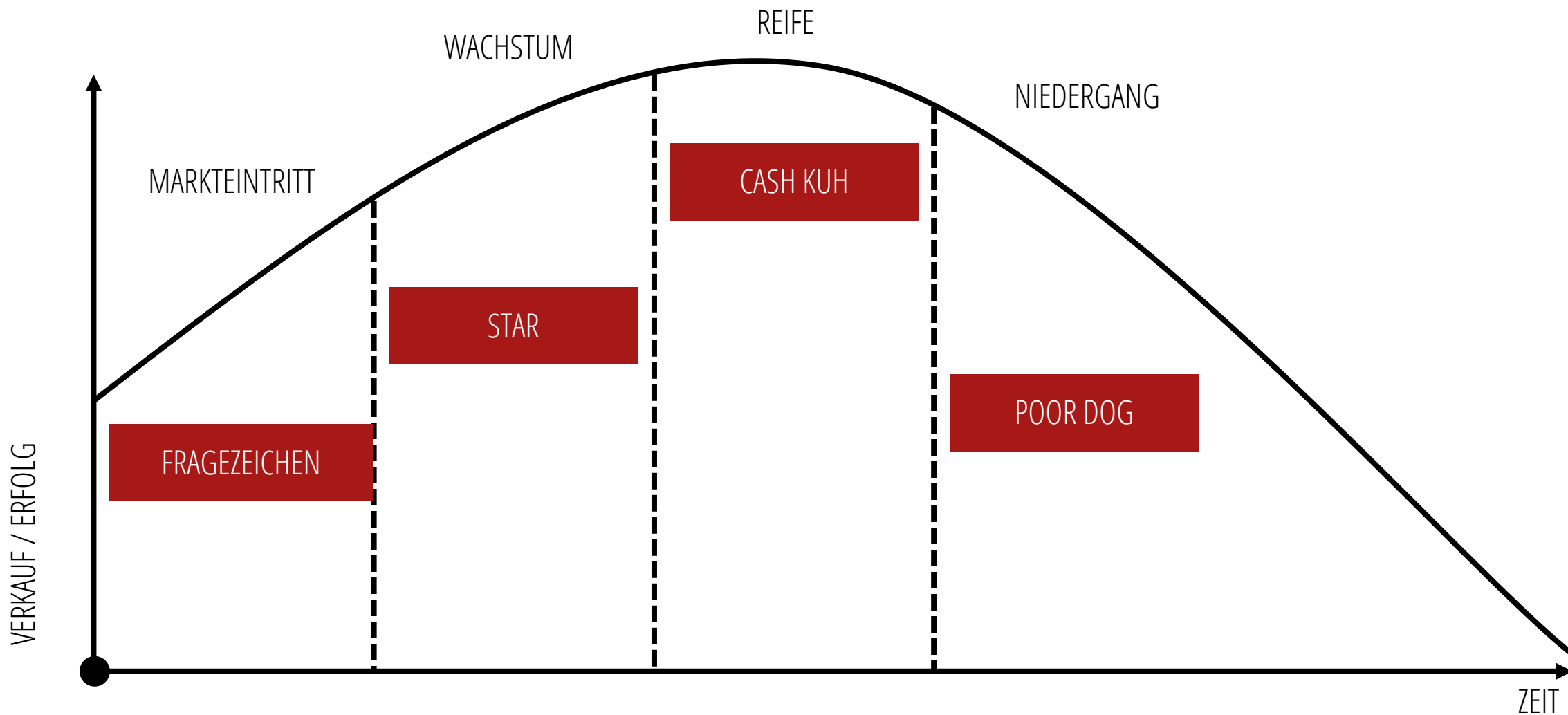
HOLD?



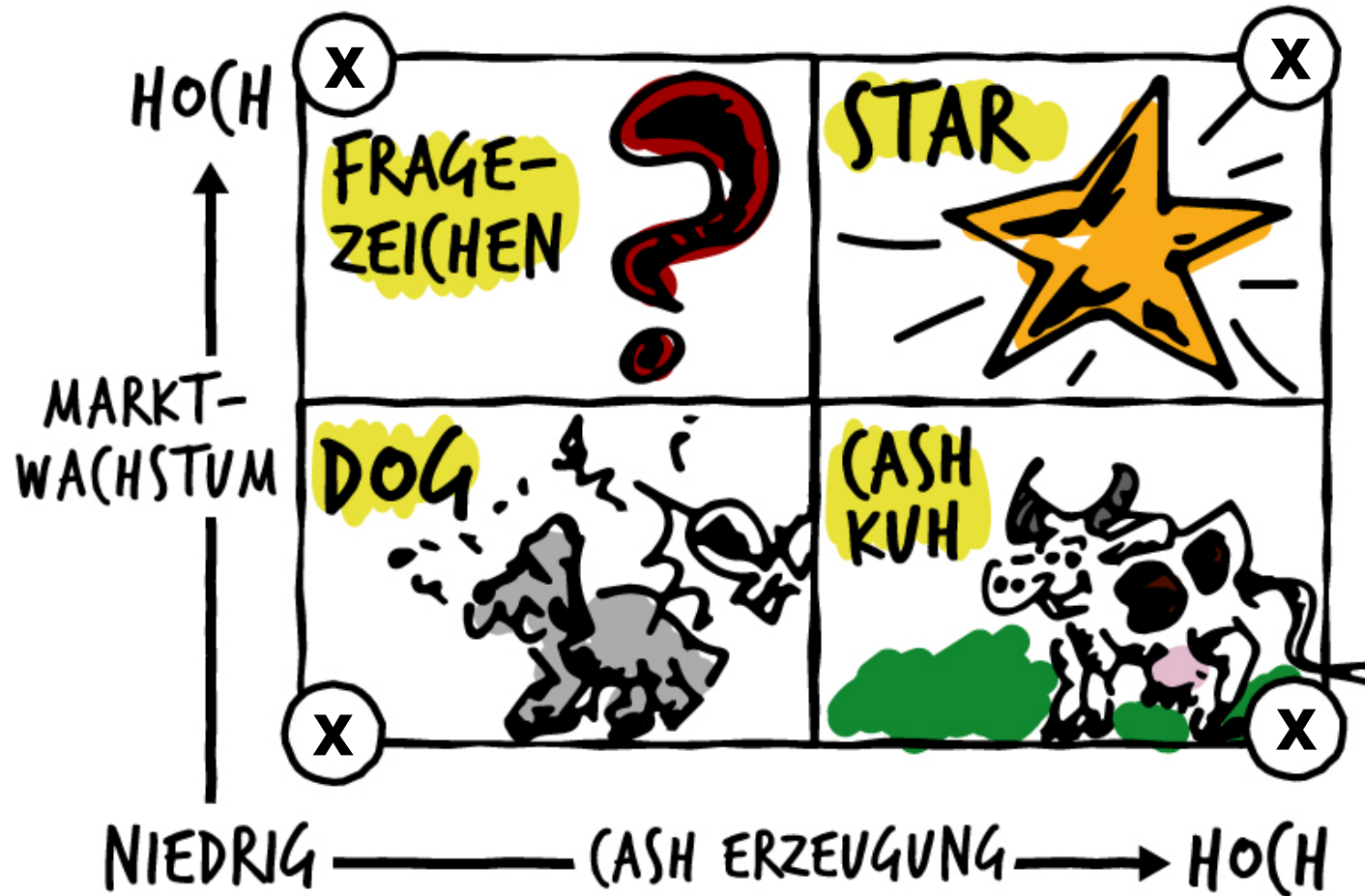
INVEST?



WO IST UNSER UNTERNEHMEN IM LEBENSZYKLUS DES PRODUKTS?



WO IST IHR UNTERNEHMENSBEREICH IM GESAMTPORTFOLIO?



Warum sind Sie in dieser Position?

Sind Sie glücklich mit Ihrer Position? Warum / Warum nicht?

MCKINSEY, GE MATRIX BUSINESS POSITION

BUSINESS UNIT POSITION	HOCH	TEILWEISE INVESTIEREN	TEILWEISE INVESTIEREN	INVESTIEREN UM ZU WACHSEN
	MEDIUM	ERNTEN, KUH MELKEN	TEILWEISE INVESTIEREN	INVESTIEREN ZUM NEUAUSBAU
	GERING	ERNTEN, DE-INVESTIEREN	ERNTEN, DE-INVESTIEREN	TEILWEISE INVESTIEREN
		GERING	MEDIUM	HOCH
		ATTRAKTIVITÄT DER INDUSTRIE		

WORKSHOP: MCKINSEY, GE MATRIX

BUSINESS UNIT POSITION	HOCH	TEILWEISE INVESTIEREN	TEILWEISE INVESTIEREN	INVESTIEREN UM ZU WACHSEN
	MEDIUM	ERNTEN, KUH MELKEN	TEILWEISE INVESTIEREN	INVESTIEREN ZUM NEUAUSBAU
	GERING	ERNTEN, DE-INVESTIEREN	ERNTEN, DE-INVESTIEREN	TEILWEISE INVESTIEREN
		GERING	MEDIUM	HOCH
		ATTRAKTIVITÄT DER INDUSTRIE		

DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

	AUTO	BUCH
ROHMATERIAL	HERSTELLER STELLT KABEL HER	AUTOR: RECHERCHIERT UND SCHREIBT BUCH
KOMPONENTEN	ZULIEFERER BAUT KABELBAUM	VERLAG: LEKTORIERT BUCH
FERTIGUNG	OEM BAUT KABELBAUM IN AUTO UND PRODUZIERT / VERMARKTET AUTO	VERLAG: VERÖFFENTLICHT UND VERMARKTET BUCH
VERKAUF	AUTOHÄNDLER VERKAUFT AUTO	BUCHHÄNDLER VERKAUFT BUCH
SERVICE / AFTER SALES	WERKSTATT REPARIERT AUTO, LIEFERT UPGRADES	AUTOR HÄLT KONTAKT ZU FANS VIA LESUNGEN / SOCIAL MEDIA

WORKSHOP: DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

	AUTO	BUCH
ROHMATERIAL		
KOMPONENTEN		
FERTIGUNG		
VERKAUF		
SERVICE		

FINALE FRAGEN ZU KAPITEL 3

Corporate Strategy: Wie werden die SBUs gesteuert?	
Welche Business Unit ist der Star?	
Welche Business Unit ist der Dog?	
Wie verläuft die Wertschöpfungskette / was ist der kritische Pfad?	
Gibt es horizontale, vertikale oder Seitwärtsintegration?	

info@veit-etzold.de
www.veit-etzold.de

