

## Inhaltsverzeichnis

	<b>Zusammenfassung</b>	<b>4</b>
	<b>Zielsetzung</b>	<b>6</b>
	<b>Einleitung</b>	<b>7</b>
<b>1</b>	<b>Grundlagen des strategischen Managements</b>	<b>9</b>
1.1	Entwicklung des strategischen Managements	9
1.2	Strategie	17
1.3	Strategisches Management	25
1.4	Gälweilers Navigationsmodell	29
1.5	Messgrößen für den Erfolg einer Unternehmung	34
1.6	Balanced Scorecard (BSC)	39
1.7	Verknüpfung von Gälweilers Navigationsmodell mit BSC	44
<b>2</b>	<b>Strategieprozess</b>	<b>46</b>
2.1	Voraussetzungen für den Strategieprozess	46
2.2	Erfolgsfaktoren im Strategieprozess	49
2.3	Strategie im Systemansatz	55
2.4	Grundlogik des Strategieprozesses	59
2.5	Risikomanagement im Strategieprozess	68
2.6	Integrale Unternehmungsführung	72
2.7	Strategisches Controlling	75
<b>3</b>	<b>Umsetzung des Strategieprozesses</b>	<b>83</b>
3.1	Praktische Erfahrungen	83
3.2	Projektplanung und -durchführung	87
3.3	Regelkreis I: Normatives Management	90
3.4	Regelkreis II: Strategisches Management	91
3.5	Regelkreis III: Operatives Management	105
<b>4</b>	<b>Einblick in die aktuelle Lage der regional tätigen Retailbanken</b>	<b>108</b>
<b>5</b>	<b>Verzeichnisse</b>	<b>114</b>
5.1	Literatur	114
5.2	Fachpublikationen	116
5.3	Glossar	117
5.4	Abbildungsverzeichnis	121