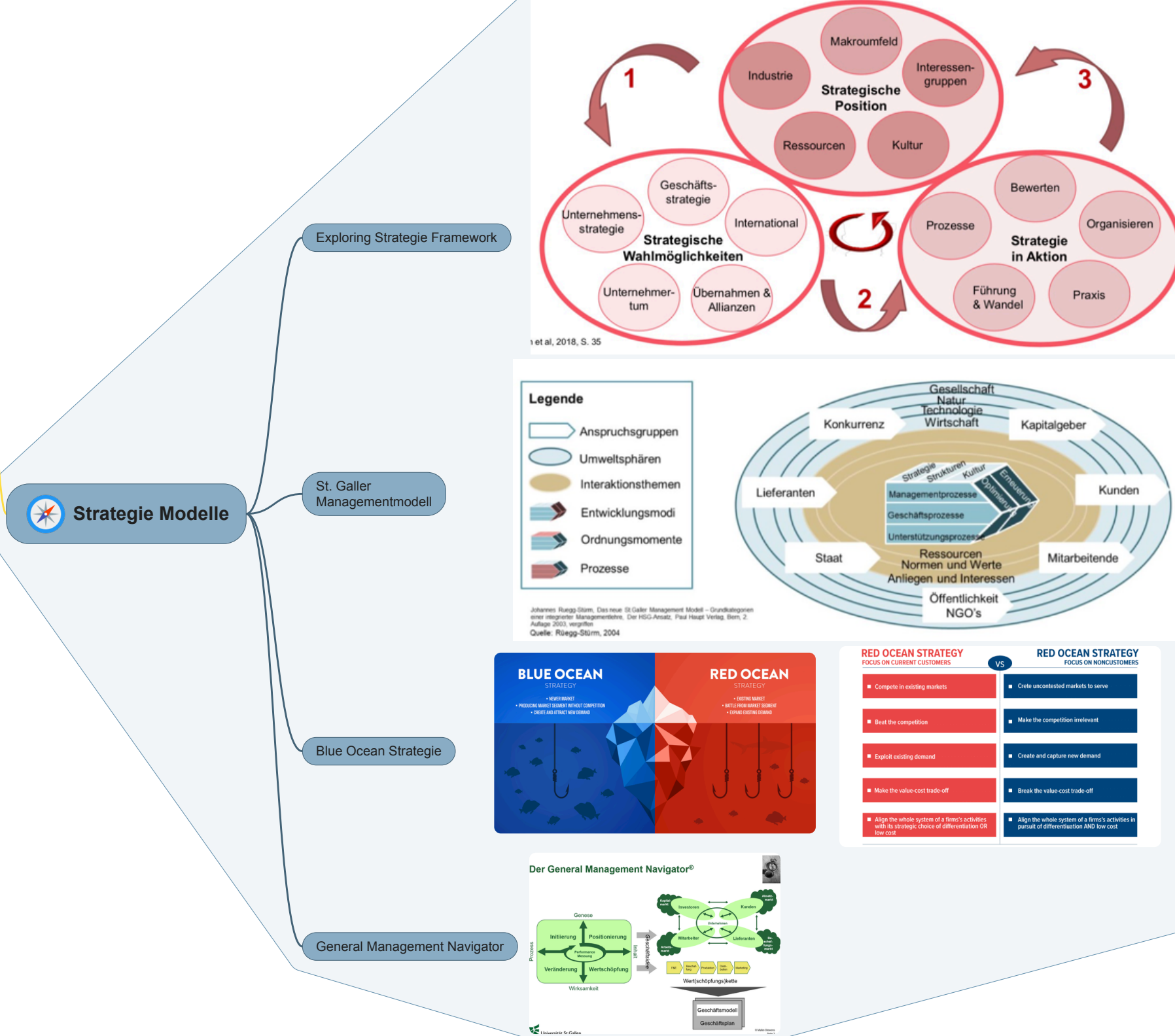
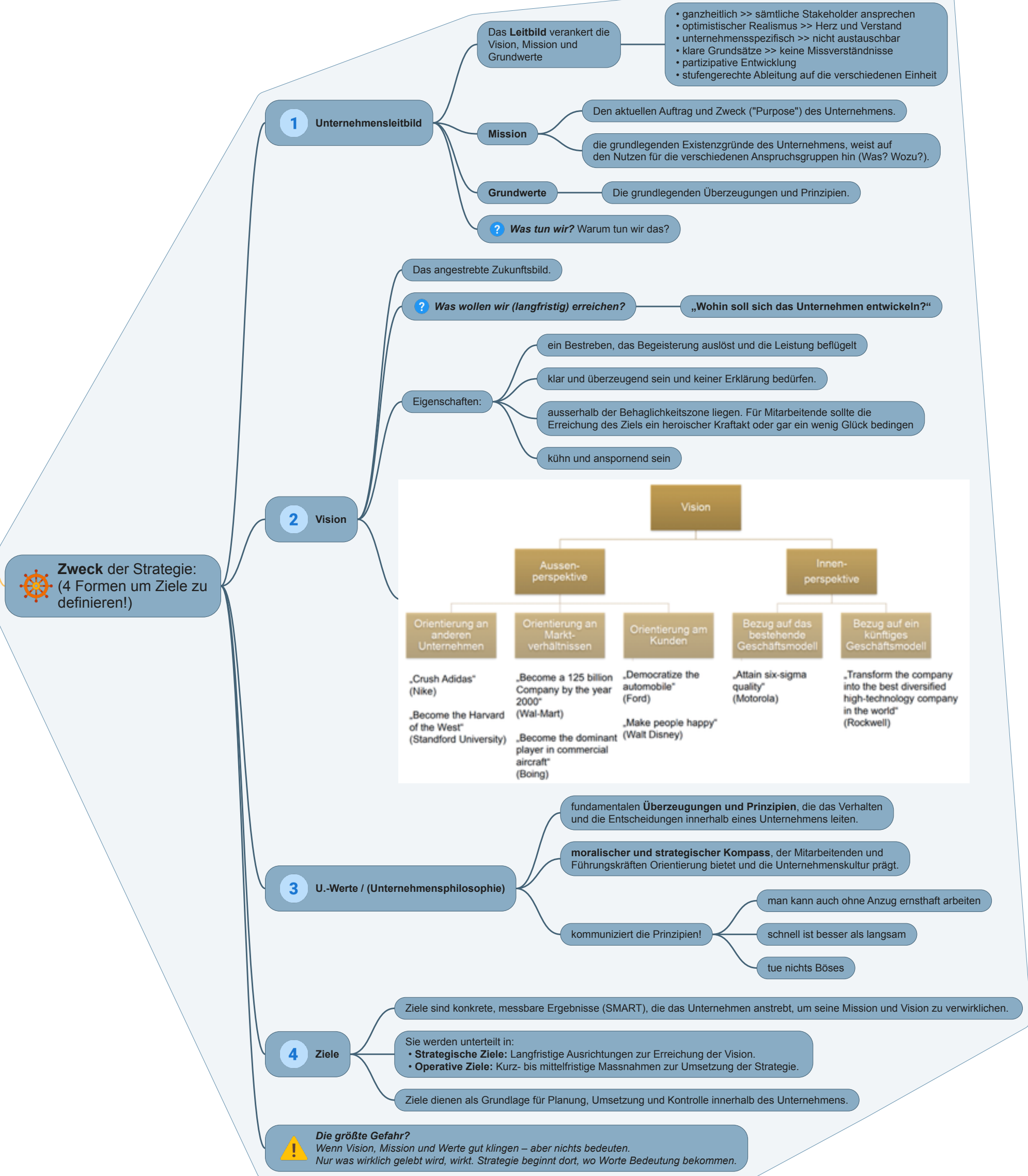
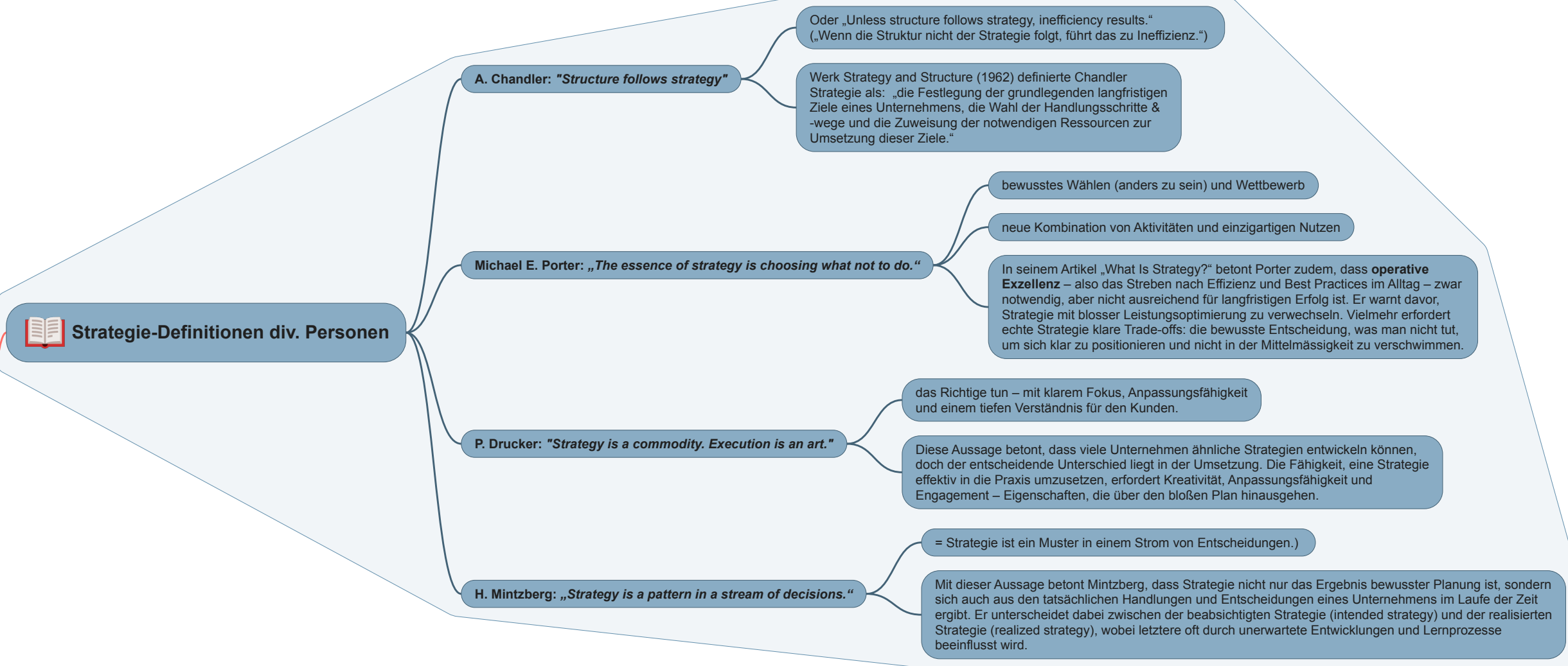
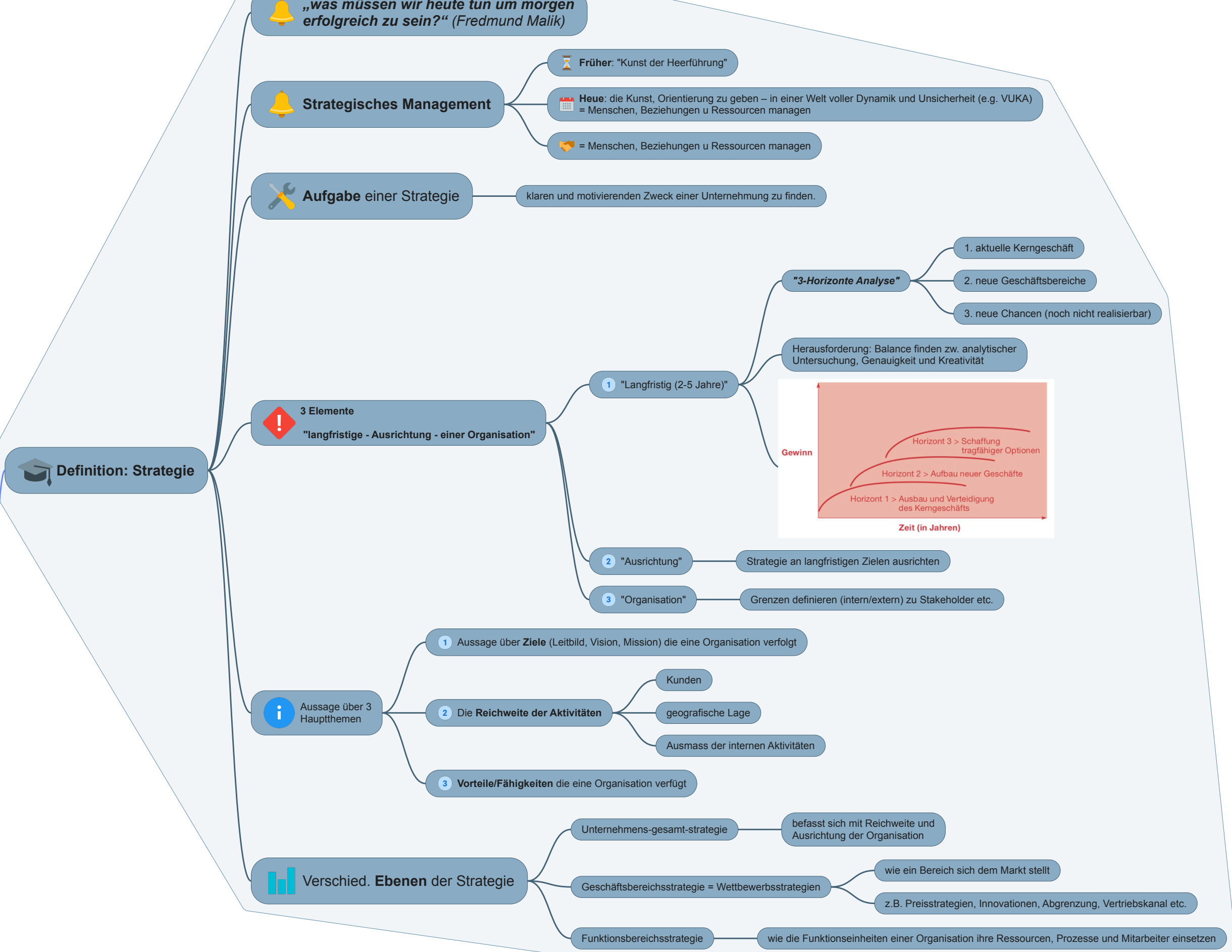


Intro: Strategie



Sechzehn grundlegende Fragen der Strategie		
Strategische Position	Strategische Entscheidungen	Strategie in Aktion
Welche Chancen und Bedrohungen bietet das Makroumfeld?	Wie sollten Geschäftsbereiche konkurrieren?	Sind die Strategien geeignet, akzeptabel und machbar?
Wie kann die Organisation am besten mit Kräften ihrer Branche umgehen?	Welche Geschäftsfelder sollen in das Portfolio aufgenommen werden?	Welche Art von Strategiefindungsprozess ist notwendig?
Wie stehen die Stakeholder der Organisation zu ihren Zielen?	Wo sollte die Organisation international in den Wettbewerb eintreten?	Welche organisationalen Strukturen und Systeme sind notwendig?
Welche Ressourcen und Fähigkeiten stützen die Strategie?	Hat die Organisation ein ausreichendes Maß an Innovationen?	Wie sollten die Unternehmen mit den notwendigen Veränderungen umgehen?
Wie passt die Kultur zur Strategie?	Sollte die Organisation andere Unternehmen aufkaufen, Allianzen bilden oder allein operieren?	Wievoll sollte im Strategieprozess was tun?

Bsp: Tesla

**Teslas Strategie:** „Markteinstieg am oberen Ende, wo die Kunden bereit sind, einen hohen Preis zu bezahlen; daraufhin Marktdurchdringung nach unten so weit wie möglich, um das Verkaufsvolumen zu erhöhen und den Preis mit jedem erfolgreichen Modell weiter zu senken... Der gesamte freie Cashflow fliess zurück in F&E, um die Kosten zu senken und die Folgeprodukte so schnell wie möglich auf den Markt zu bringen... Jeder, der den Tesla-Roadster-Sportwagen kauft, hilft mit bei der Finanzierung eines neuen, kostengünstigen Familienwagens.“