

Gute Strategie / Schlechte Strategie

Rumelt

2026

ISBN 978-3-8006-7987-4

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

RUMELT
**GUTE STRATEGIE /
SCHLECHTE STRATEGIE**

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

GUTE STRATEGIE / SCHLECHTE STRATEGIE

**Der Unterschied – und warum das
gerade heute so wichtig ist**

von Richard P. Rumelt

Aus dem Amerikanischen übersetzt von
Friederike Moldenhauer

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

VERLAG FRANZ VAHLEN MÜNCHEN

Aktuelle Neuerscheinungen, Bestseller und Tipps aus dem Lektorat im Vahlen-Newsletter unter:
<https://www.vahlen.de/newsletter>.

Die Originalausgabe erschien 2011 unter dem Titel »Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters« bei Currency, ein Imprint von Crown Publishing Group, Penguin Random House LLC, New York.

Copyright © 2011 Richard Rumelt. All rights reserved.

No part of this book may be used or reproduced in any manner for the purpose of training artificial intelligence technologies or systems. This work is reserved from text and data mining (Article 4(3) Directive (EU) 2019/790). This edition published by arrangement with Crown Currency, an imprint of the Crown Publishing Group, a division of Penguin Random House LLC.

vahlen.de

ISBN PRINT 978 3 8006 7987 4

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Dieser Titel ist auch als E-Book erhältlich.

© 2026 Verlag Franz Vahlen GmbH,

Wilhelmstr. 9, 80801 München

info@vahlen.de

Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe GmbH

Am Fliegerhorst 8, 99947 Bad Langensalza

Satz: SatzKiste GmbH, Stuttgart

Produktion: Sieveking Agentur, München

Umschlag: Ralph Zimmermann – Bureau Parapluie

(in Anlehnung an die Originalausgabe)

vahlen.de/nachhaltig

produktivitaet.vahlen.de

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Alle urheberrechtlichen Nutzungsrechte bleiben vorbehalten.

Der Verlag behält sich auch das Recht vor, Vervielfältigungen dieses Werkes
zum Zwecke des Text and Data Mining vorzunehmen.

Inhaltsverzeichnis

Strategie ist, nicht aufzuhören, bis man gewonnen hat. Wirklich?	7
TEIL I	
Gute und schlechte Strategien	15
KAPITEL 1 Gute Strategien sind unerwartet	19
KAPITEL 2 Stärke entdecken	29
KAPITEL 3 Schlechte Strategien	37
KAPITEL 4 Warum gibt es so viele schlechte Strategien?	61
KAPITEL 5 Der Kern einer guten Strategie	81
TEIL II	
Quellen des Einflusses, die guten Strategien zum Erfolg verhelfen	101
KAPITEL 6 Hebelwirkung einsetzen	105
KAPITEL 7 Nahziele	115
KAPITEL 8 Die Logik der Kette	125
KAPITEL 9 Es geht mehr um Design als um Entscheidungen	133
KAPITEL 10 Fokus	151
KAPITEL 11 Wachstum	159
KAPITEL 12 Vorteile nutzen	169
KAPITEL 13 Dynamiken nutzen	187
KAPITEL 14 Trägheit und Entropie	211
KAPITEL 15 Alles unter einen Hut bringen	233

TEIL III	Strategisch denken	247
KAPITEL 16	Die Wissenschaft der Strategie	251
KAPITEL 17	Benutzen Sie Ihren Kopf	267
KAPITEL 18	Einen kühlen Kopf bewahren	285
Dank		307
Endnoten		309
Index		317

