

Vorwort

Die erste Auflage dieses Lehrbuchs, damals noch mit dem Titel »Strategische Unternehmensplanung«, wurde von Prof. Dr. Hartmut Kreikebaum verfasst und erschien 1981 als Monographie im W. Kohlhammer Verlag, bevor wir im Jahr 2011 den Kreis der Autoren erweiterten. Nun liegt das Buch bereits in der 8. Auflage vor. Leider hat unser sehr verehrter akademischer Lehrer und väterlicher Freund, Hartmut Kreikebaum, die Fertigstellung dieser neuen Auflage nicht mehr erlebt. Er verstarb am 1. Juli 2016. In seinem Gedenken setzen wir die Arbeit an diesem erfolgreichen Lehrbuch weiter fort.

Die vorliegende 8. Auflage wurde vollständig überarbeitet, aktualisiert und vor dem Hintergrund unserer Erfahrungen mit dem Buch in Studium und Lehre weiterentwickelt. Wir entwerfen ein geschlossenes Prozessmodell des strategischen Managements, in welchem die Entwicklung und Umsetzung von Strategien wesentliche Elemente repräsentieren. Sie bilden das Kernstück der Arbeit von Strateginnen und Strategen in Unternehmen. Wir zeigen zudem, dass ein Strategieprozess nur dann Wirkung entfalten kann, wenn dieser umfassend in die Struktur, die Systeme sowie die Kultur eines Unternehmens eingebettet ist. Breiten Raum im Buch nehmen klassische aber auch viele neue Instrumente des strategischen Managements sowie praktische Beispiele ein. Besonders intensiv behandelt werden ferner die Herausforderungen für das strategische Management, die aus der Globalisierung resultieren.

Das Lehrbuch unterscheidet sich von anderen Konzepten des strategischen Managements in einem entscheidenden Punkt. Aus unserer Sicht kommt neben den traditionellen Aufgaben der Strategieentwicklung und -umsetzung der ethischen Reflexion von Folgen und Nebenfolgen unternehmerischer Handlungen eine entscheidende Rolle zu. In den meisten Ansätzen zum strategischen Management spielen ethisch relevante Fragen im Hinblick auf anstehende unternehmerische Entscheidungen keine oder nur eine sehr untergeordnete Rolle. Wir zeigen in unserem Ansatz, dass es eine nicht delegierbare Kernaufgabe des strategischen Managements darstellt, auch die ethische Verantwortung von Unternehmen gegenüber sämtlichen relevanten Stakeholdern zu thematisieren.

Bei der Bearbeitung dieses Lehrbuches erhielten wir vielfältige konzeptionelle, inhaltliche und redaktionelle Unterstützung. Unser besonderer Dank für ihr großes Engagement gilt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Professur für Betriebswirtschaft, insbesondere Unternehmensethik, an der Universität Hamburg. Zu nennen sind hier vor allem Alexandra Christiansen, Jordis Grimm, Kira Herrenknecht, Kevin Högy, Jannis Hollnagel, Kristin Huber, Morten Luchtman, Maximilian Schormair, Stephanie Schrage und Luisa Schümann. Besonders bedanken möchten wir uns zudem bei Frau Anna-Lena Maier, die die vielfältigen Aufgaben bei der redaktionellen Erstellung dieses Buches an der Professur koordiniert hat.

Schließlich gilt unser Dank Herrn Dr. Uwe Fliegau vom Kohlhammer Verlag für die hervorragende Zusammenarbeit bei der Erstellung dieses Buches.

Hamburg und Boston, im Januar 2018

Dirk Ulrich Gilbert

Michael Behnam