



## Abstract – Master-Thesis

**Titel:** Strategieentwicklung und Strategieumsetzung für ein KMU am Beispiel eines Installateurbetriebes

**Name AutorIn:**  
Dipl.-Ing. Peter Dornig, BSc

**Version:** 01

**Name AutorIn:**

**Version:**

**Hintergrund:** Ein wesentlicher Teil in der Unternehmensführung beschäftigt sich mit der strategischen Planung. Diese beschäftigt sich mit folgenden Fragestellungen: wie könnte die Zukunft aussehen, wie gestaltet sich der Wettbewerb, wie verhalten sich der Markt und die Konsumenten in Zukunft und welche Technologien werden in Zukunft an Bedeutung gewinnen, und wie kann das betreffende Unternehmen in diesem Umfeld agieren, um sich zielgemäß zu entwickeln und sich erfolgreich und nachhaltig zu positionieren.

**Hypothese:** Durch die sich stetig ändernden Marktverhältnisse ist es notwendig die optimale strategische Ausrichtung des Unternehmens mittels verschiedenster Methoden festzulegen. Durch die getroffenen Festlegungen, strategischen Ziele, ist es möglich ein Unternehmen wirtschaftlich zu führen, sich dem Markt anzupassen und auf Veränderungen rasch zu reagieren. Bei nicht vorhandener strategischer Planung werden Ressourcen unwirtschaftlich eingesetzt und gebunden.

**Methode:** Anwendung verschiedener strategischer Instrumente wie Umfeldanalyse, Branchenanalyse, Potenzialanalysen, Portfolio-Analyse, usw. anhand einer Fallstudie (d.h. einem konkreten Installationsunternehmen).

**SOLL-IST-Vergleich:** Vergleich der bestehenden bzw. gelebten Strategie mit der entwickelten Strategie, welche aus den angeführten Methoden erarbeitet wird und Untersuchung, ob überhaupt und falls gegeben, in welchen Bereichen durch die instrumentell entwickelte Strategie eventuelle Ressourcen unwirtschaftlich eingesetzt werden und ob neue Potenziale erkannt wurden.

**Ergebnisse:** Es sollen für das Unternehmen eine Strategieentwicklung und ein Programm zur Strategieumsetzung mit folgenden Punkten ausgearbeitet werden: Branchenanalyse, Marktentwicklung, Strategische Grundsätze, Strategielandkarte, Strategieumsetzung, Strategiecontrolling. Des Weiteren soll beantwortet werden, ob die Entwicklung einer Strategie mit den zur Verfügung stehenden Instrumenten hilft, Potenziale zu erkennen, welche umgesetzt werden können und ob Ressourcen in der vorhandenen gelebten Strategie eventuell unwirtschaftlich eingesetzt werden.

**BetreuerIn:** Mag. Harald Schützinger, MBA

**Weitergabe gesperrt:** Ja  | Nein   
**Datum:** 11.01.2018

**Schlagwortkatalog:** Strategieentwicklung, Strategieumsetzung, Strategietools, externe Analyse, interne Analyse, strategische Analyse, Strategiekontrolle