



Universität Hamburg  
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

FAKULTÄT  
FÜR BETRIEBSWIRTSCHAFT

UHH · Fakultät BWL · Moorweidenstraße 18 · 20148 Hamburg

**Prof. Dr. Michel Clement**

Professur für Marketing & Media  
Institut für Marketing  
Hamburg Business School

Moorweidenstraße 18  
3. Stock, Raum 3003  
20148 Hamburg

Tel. +49 40 42838-8721  
Fax +49 40 42838-8722  
michel.clement@uni-hamburg.de  
www.imm.uni-hamburg.de

24.09.21

# Strategisches Management im Zeitalter digitaler Umbrüche

Gliederung mit Literaturangaben zur  
Veranstaltung an der Universität Hamburg

**Dr. Gerd Robertz**

Wintersemester 2021/22

E-Mail: [gerd.robertz@uni-hamburg.de](mailto:gerd.robertz@uni-hamburg.de)

**PL: Pflichtlektüre**

**CC: Chapter Case**

**FS: Fallstudie (Gruppenarbeit)**

*Hinweis: Die Fallstudien werden von Studierenden-Gruppen erarbeitet und diskutiert.  
Die Gruppeneinteilung erfolgt im ersten Veranstaltungstermin.*

## Teil I: ANALYSE

### 1 Grundlagen: Strategie und digitaler Wandel

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management (5. Aufl.)*, S. 2 – 31.  
**CC:** "Tesla's Secret Strategy"

- 1.1 Digitalisierung
- 1.2 Erzielen und Verteidigung von Wettbewerbsvorteilen
- 1.3 Stakeholder-Strategien
- 1.4 Aufbau eines Strategischen Rahmens
- 1.5 Praxisbeispiel: BoD – Digitale Disruption in der Buchbranche

## 2 Strategische Führung- den Strategieprozess managen

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management (5. Aufl.)*, S. 32 – 71.

**CC:** "Leadership Crisis at Facebook?"

**FS:** "Apple: What's next?", S. 471 – 474.

- 2.1 Strategische Führung
- 2.2 Vision, Mission und Werte
- 2.3 Prozess des Strategischen Managements
- 2.4 Strategische Entscheidungen

## 3 Externe Analyse: Branchenstruktur, Wettbewerbskräfte und Strategische Gruppen

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management (5. Aufl.)*, S. 72 - 115

**CC:** "Airbnb: Disrupting the Hotel Industry"

**FS:** "Starbucks CEO Kevin Johnson: I'm not Howard Schultz", S. 475 – 479

- 3.1 PESTEL-Analyse
- 3.2 Branchenstruktur und Firmenstrategie: Five Forces
- 3.3 Eintrittsentscheidungen und Branchendynamik
- 3.4 Performance-Unterschiede innerhalb der Branche: Strategische Gruppen

## 4 Interne Analyse: Ressourcen, Fähigkeiten und Kernkompetenzen

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management (5. Aufl.)*, S. 116 - 153

**CC:** "Airbnb: Disrupting the Hotel Industry"

**FS:** "BlackBerry's Rise and Fall", S. 480 – 481

- 4.1 Von der externen zur internen Analyse
- 4.2 Kernkompetenzen
- 4.3 Ressourcenansatz
- 4.4 Dynamische Fähigkeiten
- 4.5 Wertschöpfungskette und Strategische Aktivitäten

## 5 Wettbewerbsvorteile, Unternehmensperformance und Geschäftsmodelle

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 154– 189.

**CC:** "Apple vs. Microsoft"

**FS:** "Nike's Core Competency: The Risky Business of Creating Heroes", S. 482 – 486

- 5.1 Wettbewerbsvorteile und Unternehmensperformance
- 5.2 Geschäftsmodelle

## Teil II: FORMULIERUNG

### 6 Unternehmensstrategie: Differenzierung, Kostenführerschaft und Blue Oceans

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 190 - 229.

**CC:** "Jet Blue Airways: En Route to a New Blue Ocean?"

**FS:** "Business Model Innovation: How Dollar Shave Club Disrupted Gillette", S. 487 - 488.

- 6.1 Business-Level Strategien
- 6.2 Differenzierungsstrategien
- 6.3 Kostenführerschaftsstrategien
- 6.4 Business-Level Strategien und Five Forces
- 6.5 Blue Ocean Strategie

### 7 Geschäftsstrategie: Innovation, Unternehmertum und Plattformen

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 230-275.

**CC:** "Netflix: Disrupting the TV Industry"

**FS:** "How JCPenney sailed into a Red Ocean", S. 489 - 491.

## 7.1 Innovationsgetriebener Wettbewerb

## 7.2 Strategisches und soziales Unternehmertum

## 7.3 Innovation und Branchen-Lebenszyklus

# 8 Unternehmensstrategie: Vertikale Integration und Diversifizierung

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 276 - 319.

**CC:** "Amazon's Corporate Strategy"

**FS:** "Platform Strategy: How PayPal solved the Chicken-or-Egg Problem", S. 492 - 494.

## 8.1 Unternehmensstrategie

## 8.2 Grenzen einer Firma

## 8.3 Vertikale Integration entlang der Branchenwertschöpfungskette

## 8.4 Unternehmensdiversifikation: Expansion jenseits eines einzelnen Marktes

# 9 Unternehmensstrategie: Strategische Allianzen, Mergers & Acquisitions

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 320 - 349.

**CC:** "Little Lyft Gets Big Alliance Partners and Beats Uber in Going Public"

**FS:** "GE: Corporate Strategy Gone Wrong", S. 495 - 498.

## 9.1 Wie Firmen Wachstum schaffen

## 9.2 Strategische Allianzen

## 9.3 Mergers and Acquisitions

# 10 Globale Strategie: Weltweiter Wettbewerb

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 350 - 387.

**CC:** "IKEA, The World's Most Profitable Retailer".

**FS:** "Disney: Building Billion-Dollar Franchises", S. 499 - 502.

### 10.1 Was ist Globalisierung?

### 10.2 Globaler Wettbewerb aus Unternehmenssicht: Warum?

### 10.3 Globaler Wettbewerb aus Unternehmenssicht: Wo und wie?

### 10.4 Integration-Responsiveness Modell

### 10.5 Porter's Diamanten-Modell

## Teil III: IMPLEMENTIERUNG

### 11 Organisationsdesign: Struktur, Kultur und Kontrolle

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 388 - 431.

**CC:** "A" is for Alphabet and "G" is for Google".

**FS:** "Hollywood Goes Global", S. 503 - 507.

#### 11.1 Organisationsdesign und Wettbewerbsvorteile

#### 11.2 Strategie und Struktur

#### 11.3 Innovationsfördernde Organisation

#### 11.4 Kultur von Organisationen: Werte, Normen und Artefakte

#### 11.5 Strategische Kontroll- und Belohnungssysteme

### 12 Corporate Governance und Business-Ethik

**PL:** Rothaermel, Frank T.: *Strategic Management* (5. Aufl.), S. 432 - 457.

**CC:** "Theranos: Bad Blood".

**FS:** "Yahoo: From Internet Darling to Fire Sale", S. 508 - 510.

#### 12.1 Das Shared-Value-Konzept

#### 12.2 Corporate Governance

#### 12.3 Strategie und Unternehmensethik

Je nach Anzahl der Teilnehmenden kann auch noch Fallstudie 12 vorbereitet werden:

**FS:** "Uber: Ethically Most Challenged Tech Company?", S. 511 – 515.