
Robert S. Kaplan/David P. Norton

Strategy Maps

Der Weg von immateriellen Werten
zum materiellen Erfolg

Aus dem Amerikanischen von
Péter Horváth und Bernd Gaiser

Unter Mitarbeit von Dirk Steffens

2004

Schäffer-Poeschel Stuttgart

Inhalt

Geleitwort	V
Vorwort zur deutschen Ausgabe	VII
Vorwort zur amerikanischen Ausgabe	IX
Teil I Überblick	1
1. Einleitung	3
2. Strategy Maps	27
Teil II Wertschöpfungsprozesse	57
3. Produktions- und Logistikmanagementprozesse	59
4. Kundenmanagementprozesse	95
5. Innovationsprozesse	123
6. Gesetzliche und gesellschaftliche Normen	149
Teil III Immaterielle Vermögenswerte	179
7. Die Ausrichtung immaterieller Vermögenswerte an der Unternehmensstrategie	181
8. Bereitschaft des Humankapitals	205
9. Bereitschaft des Informationskapitals	229
10. Bereitschaft des Organisationskapitals	251
Teil IV Der Aufbau von Strategien und Strategy Maps	289
11. Die Anpassung der Strategy Map an die Strategie	291
12. Die Gesamtstrategie planen	337
Teil V Fallstudien	365
13. Private Organisationen	367
14. Organisationen des öffentlichen Sektors	383
15. Nonprofit-Organisationen	405