
Inhaltsverzeichnis

1 Strategische und marketingbezogene Aspekte der Unternehmensentwicklung: Gestaltungsperspektiven für die Praxis	1
Philipp Berchtold, Jochen Schellinger und Kim Oliver Tokarski	
2 Disruptime!—Guidance Towards Radical and Disruptive Innovation	7
Georg Horn and Kim Oliver Tokarski	
3 Agile Geschäftsmodellentwicklung in der Naturpädagogik	25
Adrian Däpp und Andreas Ninck	
4 Strategieinstrumente – Untersuchung kognitiver Verzerrungen von Entscheidungsträgern	39
Heidi Nägeli und Stefan N. Grösser	
5 Strategische Prozesse und Instrumente von KMU in der ICT-Branche	61
Roland Ackermann und Jochen Schellinger	
6 Projektportfolio-Management	85
Özden Fedakar und Ernst Menet	
7 Modell zur Entwicklung einer Beschaffungsstrategie	109
Oliver Röthlisberger und Andreas Ninck	
8 Talent-Management in Schweizer KMU	129
Yannik Gardi und Luzian Ruch	
9 Crowdfunding als neue Art der Finanzierung	151
Silvano Dragonetti und Engelbert Weiss	

10 Identifikationsmerkmale von Organisationen aus der Sicht von Leistungssportlern	171
Alexandra Salera und Nada Endrissat	
11 Dynamisierung des EFQM-Excellence-Modells bei den Schweizerischen Bundesbahnen	193
Leonard Seiler und Stefan N. Grösser	
12 Kundenintegration als Methode der marktorientierten Leistungserstellung in der Sport- und Lifestylebranche	213
Lukas Daniel Scheidegger und Engelbert Weiss	
13 Corporate-Brand-Management für KMU im B2B-Segment	235
Yvonne Richard und Jochen Schellinger	
14 Nutzung von Cross-Selling-Potenzialen in reifen und gesättigten B2B-Marktsegmenten	261
Daniel Wyss und Jochen Schellinger	
15 Preisbildung des Rohstoffes Wolfram am globalen Markt	279
Simon André Stucki und Marie Brechbühler Pešková	
Anhang A	303
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	305



<http://www.springer.com/978-3-658-00282-4>

Unternehmensentwicklung

Strategien und Instrumente aus Forschung und Praxis

Tokarski, K.O.; Schellinger, J.; Berchtold, P. (Hrsg.)

2016, X, 309 S. 44 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00282-4