

*Die Entwicklung und Operationalisierung von Unternehmens- und Marktsegment-Strategien zählen zu den vornehmlichsten Aufgabenfeldern der Unternehmensführung. Zu häufig bleiben dabei die Resultate hinter den Erwartungen zurück.*

*Insbesondere Handelsunternehmen stehen mit ihrer Produkt- und oftmals auch Dienstleistungsäquivalenz im Vergleich zum jeweiligen Wettbewerb verstärkt vor der Aufgabe, sich strategisch, klar erkennbar mit einer eindeutigen Marktaussage bei ihren Abnehmern zu positionieren. Auch auf Grund der zunehmenden Komplexität der internen Abläufe und des spezifischen Umfeldes sowie der sich immer schneller ändernden Rahmenbedingungen besteht in Handelsunternehmen ein erheblicher Bedarf nach einer Systematisierung der Strategieentwicklung und deren anschließender Realisierung. Es mangelt an geeigneten Methoden, die es zum einen erlauben, diesen gesamten Prozess konsistent und teamorientiert zu unterstützen und die zum anderen einen überschaubaren Aufwand darstellen.*

*Hauptanliegen der vorliegenden Arbeit ist es, auf diesem bestehenden Methodendefizit bezüglich handelsbetrieblicher Problemkomplexe aufzusetzen. Dabei werden zwei wesentliche Ziele erreicht: Erstens wird eine Methodik bereitgestellt, die es erlaubt, den Prozess von der Entwicklung einer Strategie bis zu deren Realisierung in Handelsunternehmen durch ein konsistentes Rahmenwerk zu unterstützen. In diesem Zusammenhang steht weniger die abstrakte Dimension der Unternehmensstrategie im Blickpunkt, vielmehr wird im Hinblick auf einen möglichst hohen Konkretheitsgrad speziell auf die Entwicklung und Realisierung von Marktsegment-Strategien Bezug genommen. Zweitens wird, um die praktische Relevanz des entwickelten konzeptionellen Beitrags unter Beweis zu stellen, die Integrierende Strategieumgebung (ISU) vorgestellt, die es ermöglicht, die erarbeitete Methodik in die Praxis umzusetzen, was mittels eines Fallbeispiels belegt wird.*

*Die in dieser Arbeit dargestellten Ergebnisse konzentrieren sich darauf, eine wissenschaftlich fundierte, in Handelsunternehmen praktisch anwendbare Basis für ein wirksames strategiegetriebenes, evolutionäres Veränderungsmanagement zu sein.*