

Porkeo generische Wettbewerbsstrategien:

Differenzierung vs. Kostenführerschaft

Differenzierungsstrategie:

Schaffung eines einzigartigen Produktes

Wettbewerbsabschirmung → Patente, Gebrauchsmuster, Markenrechte → Tempo
Leistungsangebot absichern → F&E

Voraussetzungen vs. Risiken

Kostenführerschaft:

Kostenvorsprünge gegenüber Wettbewerbern

Economies of scale / scope

Nutzung von Lern- und Erfahrungskurveneffekten

Markteintrittsbarrieren

Kostenkontrolle und -minimierung

Vermeidung von marginalen Kunden

Risiken:

Technologischer Fortschritt

Kosten auf Kosten der Innovation

Imitation

→ eher für große Unternehmen empfehlenswert

Konzentrationsstrategie:

- Marktausschnitt
- Kundengruppen
- Teile eines Produktprogramms
- Regionen

} Gleichzeitige Verfolgung von Kostenführerschaft oder Differenzierungsstrategie

Funktionale Strategien:

-> Konkrete Maßnahmenpakete in einzelnen Bereichen des Unternehmens zur effektiven Umsetzung von Unternehmensstrategien

PEST-Analyse: vier Einflussfaktoren die nicht beeinflusst werden können

- Political (Marktlagerung, Zölle, Arbeitsmarktpolitik, Steuersystem...)
- Economic (Konjunkturentwicklung, Inflationsrate, Wechselkurs, Kapitalmarkt)
- Socio-cultural (Einkommensverteilung, Konsumverhalten, Bildungsniveau, Umweltbewusst)
- Technological

Porters Konzept der fünf Wettbewerbskräfte:

Porters Konzept bezieht sich "nur" auf wirtschaftliche Faktoren, während die PEST-Analyse weitere (nicht wirtschaftliche Faktoren) mit einbezieht

- Neueinsteiger
 - Abnehmer / Kunden
 - Ersatzprodukte (Substitute)
 - Lieferanten (Anzahl, Umtriebskosten)
- L
E
K
A

SWOT-Analyse:

SSCR

Szenario Techniken:

Optimistisches Szenario

Trend Szenario

Basisszenario

Pessimistisches Szenario

Schritte der Szenarioanalyse:

Aufgabenanalyse

Einflussbereiche

Alternativen

Konsequenzen

Störfallanalyse

Szenario-Transfer

Störfallanalyse:

- Auswirkungen der potentiell gefährdenden Störereignisse
- Auswahl der Störereignisse → individuell
- Ausarbeitung von Störfallszenarien
- Planung von präventiven Maßnahmen

Delphi Methode:

Prognoseverfahren auf Basis von Expertenabschätzungen
Befragungen von untereinander anonymen Experten

Eintrittshindernisse

Größenvorteile
Produktdifferenzierung
Kapitalbedarf
Kostenmacht (von der Größe unabhängig)
Zugang zu Vertriebskanälen
Staatliche Eingriffe

Zurückschlagen
eingesetzte Unternehmen senken Preise
langsameres Wachstum

Veränderung der Bedingungen - Automatisierungen

Zahlfreier - drücken die Rentabilität aus dem Produkt

keine Konkurrenz
einmaliges Produkt
wenige Unternehmen konkurrieren
keine wichtiger Punkte

Mächtige Käufergruppe → wenn sie Produkte erwerben, die sie nicht von anderen Produkten ablässt.

- Einkauf großer Mengen
- Standardprodukte
- geringe Gewinne durch das Produkt
- unbedeutende Qualität der Produkte
- das Produkt dem Käufer kein Geld spart
- drohung von Rückwärtsintegration

Schlüssel zum Wachstum: eine Position finden, die das Unternehmen weniger verwundbar macht.

Die Identifizierung vorherbestimmter Elemente ist die Grundlage jeder seriösen Planung.