

Thema: Wettbewerbsstrategien

Skizzieren Sie den Lebenszyklus innerhalb der Portfolio-Analyse.

- (1) Questionmarks: Wir fahren eine Offensivstrategie am Markt und bauen unseren Marktanteil durch Werbung und niedrige Preise aus.
- (2) Stars: Wir fahren eine Investitionsstrategie, um das Potential unseres Produktes weiter auszubauen und erhöhen unsere Preise.
- (3) Cash-Cows: Wir fahren eine Abschöpfungsstrategie, um den hohen Marktanteil durch Erinnerungswerbung zu nutzen.
- (4) Poor-Dogs: Wir fahren eine Desinvestitionsstrategie und nehmen unser Produkt vom Markt, wenn es keinen positiven Deckungsbeitrag mehr leistet.

Nennen Sie zwei Kritikpunkte an der Portfolio-Analyse.

- (1) Portfolio-Analyse nicht zwingend gewinnbringend
- (2) Keine eindeutigen Trennlinien zwischen Kategorien

Nennen Sie zwei Merkmale der Kostenführerschaft.

- (1) Erlangung eines umfassenden Kostenvorsprungs
- (2) Niedrigere Kosten als die Konkurrenz, aber ohne große Qualitätseinbußen

Nennen Sie zwei Vorteile eines Kostenvorsprungs.

- (1) Schutz gegen die Rivalität der Konkurrenz
- (2) Schaffung von Markteintrittsbarrieren

Skizzieren Sie die Wettbewerbsstrategie der Differenzierung.

Der Unternehmer schafft ein Produkt, welches in der ganzen Branche als einzigartig angesehen wird. Es handelt sich um eine überlebensfähige Strategie mit dem Ziel überdurchschnittlicher Erträge. Allerdings darf die Kostenseite nicht vollständig ignoriert werden.

Nennen Sie zwei Risiken der Differenzierung.

- (1) Nachahmung verhindert erkennbare Differenzierung
- (2) Imageverlust durch zu große Kostenersparnis

Skizzieren Sie die Wettbewerbsstrategie der Konzentration.

Der Unternehmer fokussiert sich auf Marktnischen. Ein primäres Ziel wird bevorzugt bedient und jedes Instrument wird im Hinblick darauf entwickelt. Im besten Fall nutzt der Unternehmer eine Kombination aus Kostenführerschaft und Differenzierung.