

Thema: Unternehmensstrategien

Was sind Indikatoren für eine hohe strukturelle Rivalität unter den bestehenden Wettbewerbern?

(1) Einfache Gebrauchsartikel, (2) Schwaches Wachstum, (3) Hohe Fixkosten

Entwickeln Sie einen Indikator, der die Positionierung eines Unternehmens im Markt gefährdet.

Die Position eines Unternehmens im Markt wird grundsätzlich durch den Wettbewerb gefährdet. Beispielsweise entwickelt die Konkurrenz ein günstigeres Ersatzprodukt (Substitut), das für den Kunden einen ähnlichen oder gleichen Nutzen abbildet.

Nennen Sie mindestens zwei Aspekte, die ein Unternehmen in der Strategieanalyse berücksichtigen sollte.

- # Gegenwärtige Strategie der Konkurrenz (z.B. Differenzierung)
- # Einschätzung der eigenen Fähigkeiten (z.B. Kernkompetenzen)
- # Reaktionsprofil der Wettbewerber (z.B. Mehrwertsteuerumstellung)
- # Marktentwicklung (z.B. Anbieterkonzentration)

Nennen und erläutern Sie zwei grundsätzliche Strategien, um einen Wettbewerbsvorteil zu erlangen.

(1) Market Based View (Markt): Ein Unternehmen fokussiert sich auf die Risiken und Chancen im Markt.

(2) Resource Based View (Ressourcen): Ein Unternehmen fokussiert sich auf die eigenen Stärken und Schwächen.

Nennen Sie drei Wettbewerbsstrategien im Market Based View.

(1) Kostenführerschaft, (2) Differenzierung, (3) Konzentration

Was versteht man unter der Kostenführerschaft?

Die Kostenführerschaft ist eine Wettbewerbsstrategie nach Porter. Das Ziel ist die Schaffung von Markteintrittsbarrieren. Dieses Ziel wird durch einen Kostenvorsprung erreicht. Ein Unternehmen senkt seine Warenpreise auf ein Niveau, das branchenweit unterhalb dem Kostenniveau der Konkurrenten liegt. Das Resultat ist ein großer Marktanteil mit Überrenditen, der für die Errichtung von Markteintrittsbarrieren genutzt wird.

Nennen Sie zwei Beispiele im Markt für eine Kostenführerschaft.

- (1) Der Anbieter Lidl senkt die Preise bei Markenartikeln.
- (2) Der Anbieter Aldi führt Aktionsartikel in sein Sortiment ein.