

Thema: Wertkettenmodell und Wettbewerb

Definieren Sie den Begriff der Wertkette.

Jedes Unternehmen ist eine Ansammlung von Tätigkeiten, durch die sein Produkt entworfen, hergestellt, vertrieben, ausgeliefert und unterstützt wird. All diese Tätigkeiten lassen sich in einer Wertkette darstellen.

Erläutern Sie in Bezug auf die Aktivitäten das Wertkettenmodell.

Das Wertkettenmodell nach Porter unterscheidet zwischen primären und sekundären Aktivitäten. Hierbei durchlaufen die sekundären Aktivitäten (u.a. Personalwirtschaft, Beschaffung und Entwicklung) sämtliche Ebenen der primären Aktivitäten (u.a. Eingangslogistik, Produktion und Vertrieb).

Erläutern Sie inwiefern sich das Wertkettenmodell nach Porter sinnvoll erweitern lässt, insbesondere in Bezug auf die Einführung und Integration von Enterprise System.

Die klassische Wertkette nach Porter lässt sich um die Lieferantenwertkette im Rahmen der Lieferantenintegration und der Kundenwertkette im Rahmen der Kundenintegration erweitern. Bei Kooperation mit verschiedenen Kooperationspartnern lässt sich die Wertschöpfungskette zum Wertschöpfungsnetzwerk erweitern.

Skizzieren Sie zwei generische Wettbewerbsstrategien.

(1) Differenzierungsstrategie mit dem Ziel des Unternehmens: Dem Kunden etwas Einzigartiges bieten, das seine Zahlungsbereitschaft steigert.

(2) Kostenführerschaft mit dem Ziel des Unternehmens: Das Produkt mit dem günstigsten Preis anbieten und das Unternehmen mit der günstigsten Kostenposition in der Branche werden.

Wann spricht man in Bezug auf die generischen Wettbewerbsstrategien von einer Ausrichtung zwischen den Stühlen?

Von Ausrichtung der Wettbewerbsstrategie zwischen den Stühlen spricht man immer dann, wenn die Wettbewerbsstrategie noch nicht auf eine der beiden generischen Wettbewerbsstrategien ausgerichtet ist.

Nennen Sie fünf Differenzierungsstrategien mit Beispiel anhand der Leistungsmerkmale im objektiven Sinn.

- (1) Qualitätsführerschaft (z.B. Mercedes-Benz)
- (2) Markenführerschaft (z.B. Adidas)
- (3) Zeitführerschaft (z.B. DHL)
- (4) Kundenorientierung (z.B. Amazon)
- (5) Technologieführerschaft (z.B. Tesla)