

Michael E. Porter

Wettbewerbsstrategie (Competitive Strategy)

Methoden zur Analyse
von Branchen und Konkurrenten

Aus dem Englischen von Volker Brandt
und Thomas Carl Schwoerer

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhalt

Vorwort zur zehnten Auflage (übersetzt von Michael Schickerling).	9
Vorwort zur ersten Auflage.	19
Einleitung	23
Teil I: Allgemeine analytische Methoden.	33
Kapitel 1: Die Strukturanalyse von Branchen.	35
Strukturelle Determinanten der Wettbewerbsintensität	37
Strukturanalyse und Wettbewerbsstrategie.	65
Strukturanalyse und Branchendefinition.	68
Kapitel 2: Typen von Wettbewerbsstrategien.	71
Drei Strategietypen	71
Zwischen den Stühlen.	79
Risiken der Strategietypen.	82
Kapitel 3: Ein System zur Konkurrentenanalyse.	86
Die Elemente der Konkurrentenanalyse.	88
Die Synthese der vier Elemente - Das Reaktionsprofil des Konkurrenten	109
Konkurrentenanalyse und Branchenprognosen.	114
Die Notwendigkeit eines Nachrichtensystems über Konkurrenten	114

Kapitel 4: Marktsignale.118
Arten von Marktsignalen119
Hinweise aus der Vergangenheit131
Kann die Aufmerksamkeit für Marktsignale das Unternehmen ablenken?131
 Kapitel 5: Wettbewerbsmaßnahmen.133
Brancheninstabilität: Die Wahrscheinlichkeit von Wettbewerbskriegen135
Wettbewerbsmaßnahmen137
Verpflichtung147
Orientierungspunkte.154
Eine Bemerkung über Information und Geheimhaltung155
 Kapitel 6: Die Strategie gegenüber Abnehmern und Lieferanten157
Die Auswahl der Abnehmer.157
Einkaufsstrategie.173
 Kapitel 7: Die brancheninterne Strukturanalyse.178
Die Dimensionen der Wettbewerbsstrategie.179
Strategische Gruppen.181
Strategische Gruppen und die Rentabilität eines Unternehmens195
Schlussfolgerungen für die Strategieformulierung203
Die Karte der strategischen Gruppen als analytisches Instrument208
 Kapitel 8: Branchenentwicklung.212
Grundkonzepte der Branchenentwicklung213
Evolutionäre Prozesse.220
Schlüsselbeziehungen im Prozess der Branchenentwicklung244

Teil II: Typische Branchensituationen.	249
Kapitel 9: Wettbewerbsstrategie in zersplitterten Branchen	251
Was führt zur Zersplitterung einer Branche?	252
Wie kann die Zersplitterung überwunden werden?	257
Mit der Zersplitterung fertig werden.	264
Strategische Fallen.	269
Strategieformulierung.	271
Kapitel 10: Wettbewerbsstrategie in jungen Branchen.	274
Die Struktur junger Branchen.	275
Hindernisse für die Branchenentwicklung.	280
Frühe und späte Märkte.	285
Strategische Entscheidungen.	290
Prognosemethoden.	296
Branchen, in die man eintreten sollte.	297
Kapitel 11: Der Übergang der Branche zur Reife.	298
Der Branchenwandel während des Übergangs.	299
Strategische Konsequenzen des Übergangs.	302
Strategische Sackgassen der Übergangsphase.	309
Organisatorische Konsequenzen der Reifephase.	312
Der Übergang der Branche und der Unternehmensleiter.	315
Kapitel 12: Wettbewerbsstrategie in schrumpfenden Branchen	318
Die strukturellen Determinanten des Wettbewerbs in der Niedergangsphase.	320
Strategische Alternativen in der Niedergangsphase.	334
Die Auswahl einer Strategie für die schrumpfende Branche	339
Gefahren im Niedergang	341
Vorbereitung auf den Niedergang	342

Kapitel 13: Wettbewerb in weltweiten Branchen.	344
Ursachen und Hindernisse für den weltweiten Wettbewerb	346
Die Entstehung weltweiter Branchen.	358
Wettbewerb in weltweiten Branchen.	362
Strategische Alternativen des weltweiten Wettbewerbs.	365
Trends, die den weltweiten Wettbewerb beeinflussen.	367
Teil <i>bU</i> : Strategische Grundsatzentscheidungen	371
Kapitel 14: Die strategische Analyse der vertikalen Integration	373
Strategische Nutzen und Kosten der vertikalen Integration.	375
Spezifische strategische Aspekte der Vorwärtsintegration.	390
Spezifische strategische Aspekte der Rückwärtsintegration.	393
Langfristige Verträge und Einsparungen aus der Integration	394
Falsche Erwartungen an die vertikale Integration.	398
Kapitel 15: Kapazitätserweiterung.	401
Elemente der Entscheidung zur Kapazitätserweiterung.	402
Ursachen von Überkapazitäten.	406
Präventivstrategien.	415
Kapitel 16: Eintritt in neue Märkte.	419
Eintritt durch interne Entwicklung	420
Eintritt durch Akquisition.	432
Stufenweiser Eintritt	438
Anhang A: Portfoliomethoden in der Konkurrentenanalyse	443
Anhang B: Die Durchführung einer Branchenanalyse.	450
Bibliografie.	467
Register.	473