

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	5
Summary	7
Zusammenfassung	10
1. Einleitung	13
1.1. Problemstellung und Zielsetzung	13
1.2. Wettbewerbsstrategie und Wettbewerbsvorteile	14
1.3. Strategische Ebenen	18
1.4. Strategischer Wechsel	21
1.5. Erfahrungsbereich	23
2. Statisches Konzept einer Wettbewerbsstrategie - Der Ansatz von Porter	33
2.1. Kostenführerschaft	33
2.2. Differenzierungsstrategie	35
2.3. Konzentration auf Schwerpunkte	37
2.4. Kritische Würdigung	38
2.4.1. Gleichzeitige Kostenführerschaft und Differenzierung	38
2.4.2. Statische, eindimensionale Betrachtungsweise	50
2.4.3. Stuck in the middle	52
2.4.4. Die Extrempositionen	57
2.4.5. Fazit	59
3. Dynamische Wettbewerbsstrategien - Der Ansatz von Gilbert und Strebel	61
3.1. Zentrale Begriffe und Grundlagen	61
3.2. Branchenentwicklung	62
3.3. Strategische Alternativen	64
4. Kritische Würdigung der Outpacing Strategies	73
4.1. Historische Wurzeln	73

4.1.1.	Der Branchenlebenszyklus	74
4.1.1.1.	Die Phasen des Branchenlebenszyklus	76
4.1.1.2.	Inhaltliche Gegenüberstellung	77
4.1.2.	Modell der Innovationsentwicklung	78
4.1.2.1.	Fließende Phase	79
4.1.2.2.	Übergangsphase	80
4.1.2.3.	Spezifische Phase	83
4.1.2.4.	Inhaltliche Gegenüberstellung	87
4.1.3.	The Wheel of Retailing	89
4.1.3.1.	Entwicklung und Aufstieg	90
4.1.3.2.	Reife und Assimilation	91
4.1.3.3.	Inhaltliche Gegenüberstellung	93
4.1.4.	Die Studie von Hall	95
4.1.4.1.	Vorgehensweise	95
4.1.4.2.	Ergebnisse und Schlußfolgerungen	96
4.1.4.3.	Inhaltliche Gegenüberstellung	99
4.2.	Einschränkungen des Konzeptes	101
4.2.1.	Allgemeingültigkeit der Theorie	102
4.2.2.	Aussagekraft der aufgeführten Beispiele	103
4.2.2.1.	Automobilindustrie	103
4.2.2.2.	Schweizer Banken	106
4.2.2.3.	Der IBM Personal Computer	107
4.2.3.	Strategische Änderungen	114
4.3.	Fazit	115
5.	Strategische Veränderungen in technologiegetriebenen Märkten	118
5.1.	Strategische Positionierung	119
5.2.	Dynamischer Upgrade in technologiegetriebenen Branchen	121
5.3.	Operationalisierung	125
5.3.1.	Schlüsselfaktoren	125
5.3.2.	Der dynamische Branchenindex	126
5.3.3.	Einsatz des Branchenindex	127

5.4.	Empirische Überprüfung	136
5.4.1.	Branchenverhältnisse	137
5.4.2.	Definition der Schlüsselfaktoren	139
5.4.3.	Strategische Veränderungen	140
5.5.	Fazit	149
6.	Konklusion	150
	Literaturverzeichnis	152