

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Ausgangssituation und Problembeschreibung	1
1.2	Ziel der Arbeit	1
1.3	Aufbau der Arbeit	2
2	Theorien der Gewinnerzielung	5
2.1	Gewinnbegriff	5
2.2	Theorien der Gewinnerzielung	7
2.2.1	Erfahrungskurveneffekt	7
2.2.2	Boston-Consulting-Group-Matrix	9
2.2.3	Porters Fünf-Kräfte-Modell	11
2.2.4	Porters Wettbewerbsmatrix	16
2.2.4.1	Strategie der Kostenführerschaft	17
2.2.4.2	Differenzierungsstrategie	17
2.2.4.3	Nischenstrategie	18
2.2.5	Ressourcenbasierter Ansatz	19
2.2.6	Blue-Ocean-Strategie	22
2.2.7	Plattformökonomie	29
2.3	Grenzen der betrachteten Gewinnerzielungstheorien	32
3	Analyse der Gewinntheorien anhand ausgewählter Einflussfaktoren	35
3.1	Geografische Einflüsse auf die Gewinnerzielung	36
3.2	Branchenspezifische Besonderheiten	40
3.3	Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Gewinnplanung	44

4	Kombinationsmöglichkeiten der Gewinntheorien	51
4.1	Erfahrungskurveneffekt und Kostenführerschaftsstrategie nach Porter	51
4.2	Porters Fünf-Kräfte-Modell und Blue-Ocean-Strategie	53
4.3	Boston-Consulting-Group-Matrix und ressourcenbasierter Ansatz	54
4.4	Plattformökonomie und Blue-Ocean-Strategie	55
5	Anwendung der Gewinntheorien in der Praxis	57
5.1	Anwendung der Gewinntheorien in einem Holzbauunternehmen	58
5.2	Anwendung der Gewinntheorien in einem Garten- und Landschaftsbauunternehmen	58
5.3	Anwendung der Gewinntheorien in einer Zahnarztpraxis	60
6	Fazit	63
	Literaturverzeichnis	65