

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