

Inhalt

Vorwort zur fünften Auflage	11
Vorwort zur ersten Auflage	17
Kapitel 1: Wettbewerbsstrategie: Die zentralen Begriffe	21
Die Strukturanalyse von Branchen	24
Typen von Wettbewerbsstrategien	33
Überblick über die folgenden Kapitel	53

Teil I: Grundregeln der Wettbewerbsvorteile

Kapitel 2: Wertkette und Wettbewerbsvorteile	61
Die Wertkette	65
Wettbewerbsfeld und Wertkette	85
Die Wertkette und die Organisationsstruktur	92
Kapitel 3: Kostenvorsprung	95
Wertkette und Kostenanalyse	97
Kostenverhalten	104
Kostenvorsprung	139
Schritte einer strategischen Kostenanalyse	165
Kapitel 4: Differenzierung	167
Differenzierungsquellen	168
Die Kosten der Differenzierung	176

Abnehmerwert und Differenzierung	179
Differenzierungsstrategie	204
Schritte zur Differenzierung	219
Kapitel 5: Technologie und Wettbewerbsvorteile	222
Technologie und Wettbewerb	223
Technologiestrategie	237
Technologische Entwicklung	259
Die Formulierung der Technologiestrategie	264
Kapitel 6: Die Auswahl der Konkurrenten	268
Der strategische Nutzen von Konkurrenten	269
Was macht einen »guten« Konkurrenten aus?	282
Die Konkurrentenstruktur beeinflussen	289
Das optimale Marktgefüge	293
Gefahren bei der Konkurrentenauswahl	299

Teil II: Brancheninternes Wettbewerbsfeld

Kapitel 7: Branchensegmentierung und Wettbewerbsvorteile	305
Grundlagen der Branchensegmentierung	307
Die Branchensegmentierungsmatrix.	327
Branchensegmentierung und Wettbewerbsstrategie	334
Branchensegmentierung und Branchendefinition	354
Kapitel 8: Substitution	356
Ersatzprodukte ermitteln	357
Substitutionsökonomie	362
Veränderung der Substitutionsgefahr	378
Der Substitutionspfad	386
Substitution und Wettbewerbsstrategie	397

Teil III: Unternehmensstrategie und Wettbewerbsvorteile

Kapitel 9: Verflechtungen zwischen Unternehmenseinheiten	411
Die wachsende Bedeutung der Horizontalstrategie	414
Verflechtungen zwischen Unternehmenseinheiten	419
Materielle Verflechtungen	422
Immaterielle Verflechtungen	451
Konkurrentenverflechtungen	455
Kapitel 10: Horizontalstrategie	467
Die Notwendigkeit einer expliziten Horizontalstrategie.	469
Verflechtungen und Diversifikationsstrategie	480
Gefahren der Horizontalstrategie	486
Kapitel 11: Verflechtungen herstellen.	490
Widerstände gegen Verflechtungen	492
Verflechtungsfördernde Organisationsmittel	503
Mit der horizontalen Organisation umgehen	523
Kapitel 12: Komplementärprodukte und Wettbewerbsvorteile.	532
Kontrolle von Komplementärprodukten	533
Gekoppelter Verkauf	543
Interne Subventionierung	558
Komplementärprodukte und Wettbewerbsstrategie	564

Teil IV: Implikationen für offensive und defensive Wettbewerbsstrategien

Kapitel 13: Branchenszenarien und Wettbewerbsstrategie bei unsicheren Zukunftsaussichten	567
Branchenszenarien entwerfen	570
Branchenszenarien und Wettbewerbsstrategie.	597
Szenarien und Planungsprozess	607

Kapitel 14: Verteidigungsstrategie	611
Der Prozess des Brancheneintritts oder der Umpositionierung	612
Abwehrtaktiken	617
Abwehrtaktiken bewerten	633
Verteidigungsstrategie	637
Kapitel 15: Einen Branchenführer angreifen	650
Voraussetzungen für den Angriff auf einen Branchenführer	651
Angriffsbahnen	656
Vergeltung durch den Branchenführer verhindern	671
Signale für die Verletzbarkeit eines Branchenführers	675
Der Angriff auf Branchenführer und Branchenstruktur	678
Bibliografie	679
Register	682