

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Wettbewerbskräfte	3
3	Bestehende und potenzielle Wettbewerber	5
4	Strategische Karte	9
5	Gefahren durch die Wettbewerbskräfte	11
6	Gefahren des Eintritts potenzieller Wettbewerber	13
7	Bewertung relativ zur Konkurrenz (Stärke-Schwäche-Analyse)	15
7.1	Erster Schritt: Beurteilung des ausgewählten Produktsegmentes des Beispielunternehmens	15
7.2	Zweiter Schritt: Beurteilung des ausgewählten Produktsegmentes relativ zu den Wettbewerbern in einer Nutzwert-Analyse	15
7.3	Dritter Schritt: Bestimmung relativer Wettbewerbsvorteile	17
8	Wettbewerbsorientierte Portfolios	21
8.1	Portfolio-Technik	21
8.2	Marktattraktivitäts-Produktstärke-Portfolio	22
9	Erfolgreiche Strategie-Optionen im Wettbewerb	31
	Literatur	33