

## C2 Strategietypen und Businessplan

### Leitfragen

- Welche Wachstumsstrategien können von Unternehmen verfolgt werden und was beinhalten diese?
- Welche Wettbewerbsstrategien können unterschieden werden und was beinhalten diese?
- In welche Kategorien teilt die Portfolioanalyse einzelne Produkte ein?
- Aufgrund welcher Kriterien erfolgt die Kategorisierung bei der Portfolioanalyse?
- Welche Strategien können aus einer Portfolioanalyse abgeleitet werden?
- Was besagt der Produktlebenszyklus?
- Weshalb wird ein Businessplan erstellt und welche Informationen enthält dieser?

### Schlüsselbegriffe

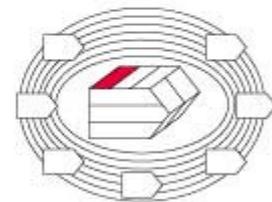
Wachstumsstrategien, Marktdurchdringung, Marktentwicklung, Produktentwicklung, Diversifikation, Wettbewerbsstrategien, Differenzierungsstrategie, Kostenführerschaftsstrategie, Nischenstrategie, Erfahrungskurve, Portfolioanalyse, Investitionsstrategie, Abschöpfungsstrategie, Desinvestitionsstrategie, Produktlebenszyklus, Businessplan

### Verankerung im Modell

Die Strategie legt die Marschrichtung des Unternehmens fest und gibt dem Unternehmen eine innere Ordnung.

Eine Unternehmensstrategie zu entwickeln, ist sehr anspruchsvoll. Zur Vereinfachung wurden in der Vergangenheit verschiedene Strategietypen entwickelt und in der Praxis mehrfach angewendet. Es sind dies die Wachstumsstrategien nach Ansoff, die Wettbewerbsstrategien nach Porter und die Strategiearten nach der Portfolio-Analyse. Alle drei Strategietypen helfen bei der Beantwortung der Frage, welche/-s Produkt(e) oder Dienstleistung(en) für welche/-n Markt/Märkte produziert werden soll/-en.

Zur Umsetzung der eingeschlagenen Strategie sind finanzielle Mittel notwendig, welche über einen Businessplan begründet und gewonnen werden müssen.



### Beispiel Mineralwasserunternehmen „Satisfy Your Thirst!“

Das Familienunternehmen „Satisfy Your Thirst!“ aus Bad Quellwasser ist Getränkehersteller und vertreibt seine Produkte in der Region. Der Mineralwassermarkt in der Region ist allerdings gesättigt und die Verkaufspreise für die Produzenten in den vergangenen Jahren rückläufig. Das Unternehmen muss reagieren und seine Strategie anpassen. Doch wie soll diese Strategie konkret aussehen und wie kann das Unternehmen die Bank davon überzeugen, um die dafür notwendigen Kredite zu erhalten?

Abb. 43

