

Durch fokussierte Strategie neue Geschäftsfelder erschliessen

Strategie

“Das Konzept der generischen Strategien von Michael Porter“, Dagmar Recklies 2000:

- <http://www.themanagement.de/Ressources/generische-strategien.htm>

Siehe auch die Unterscheidung von 3 unterschiedlichen Unternehmens-Strategien von Michael E. Porter:

- <http://de.wikipedia.org/wiki/Wettbewerbsmatrix>
- <https://www.fuer-gruender.de/wissen/existenzgruendung-planen/unternehmensstrategie/3-strategien/>

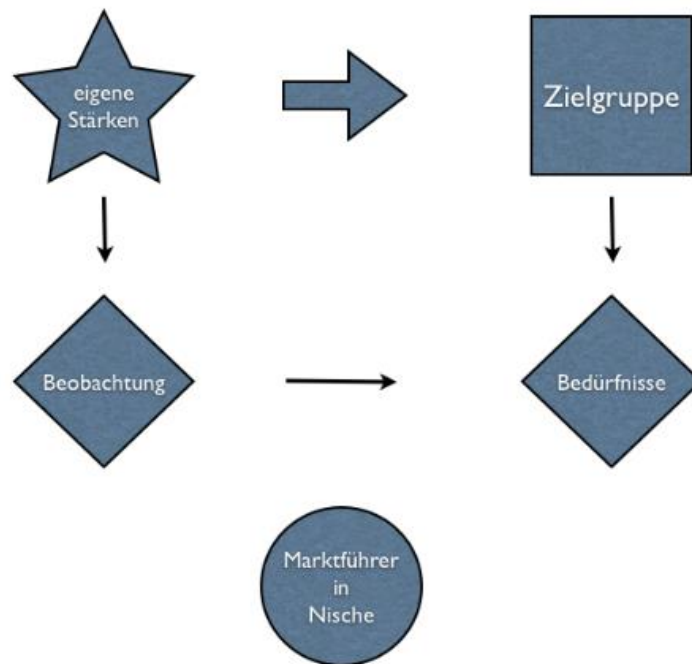
Einige Grundlagen der Fokus- oder Nischen-Strategie gehen auf die EKS-Strategie zurück, die bereits in den 60er Jahren von Wolfgang Mewes entwickelt wurde. Mehr Informationen dazu:

- <http://www.wolfgangmewes.de/wolfgang-mewes.htm>

Siehe auch die Anhäufung von Firmen, die die Nischen-Strategie benutzen und erfolgreich praktisch umgesetzt haben in: “Hidden Champions des 21. Jahrhunderts: Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer“, Hermann Simon, 2007

- http://www.campus.de/buecher-campus-verlag/business/management-unternehmensfuehrung/hidden_champions_des_21_jahrhunderts-2988.html

Grundsätze einer Fokus-Strategie



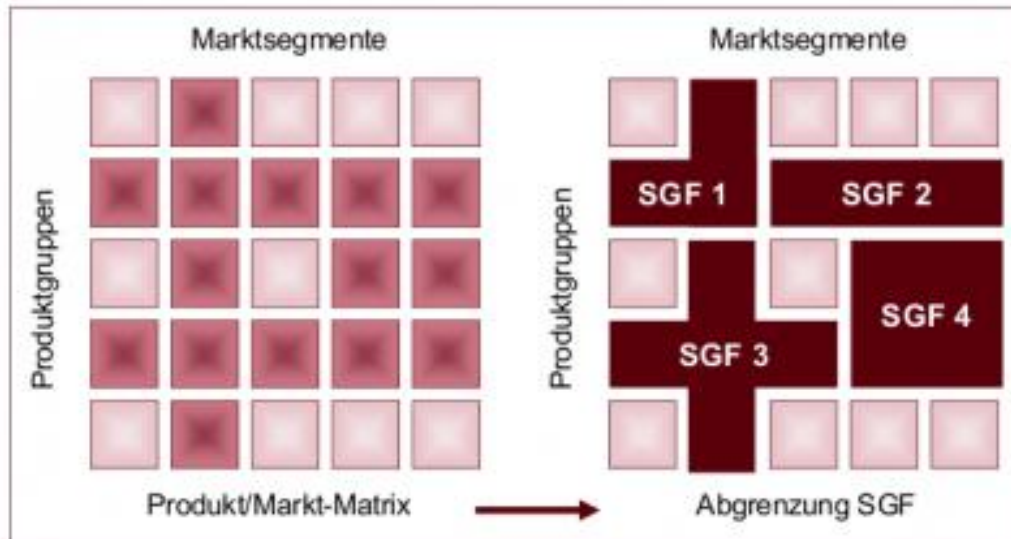
Grundsätze der Fokus-Strategie - ©boell.com

Geschäftsfelder

Definition: „Strategisches Geschäftsfeld“:

„Ein möglichst isolierter Ausschnitt aus dem gesamten Betätigungsfeld eines Unternehmens. Das strategische Geschäftsfeld entsteht im Allgemeinen durch die Zusammenfassung von untereinander möglichst homogenen Produkt/Markt-Kombinationen.“

Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Strategisches_Geschäftsfeld



http://www.weingartmair.eu/Nikswiki/doku.php?id=strategische_geschaeftsfelder

Kurzerklärung:

Ein möglichst isolierter Ausschnitt aus dem gesamten Betätigungsfeld eines Unternehmens.

Ausführliche Erklärung:

strategische Geschäftseinheit, strategische Geschäftsfeldeinheit (SGE). 1. Begriff: Ein möglichst isolierter Ausschnitt aus dem gesamten Betätigungsfeld eines Unternehmens. Das strategische Geschäftsfeld entsteht i.Allg. durch die Zusammenfassung von untereinander möglichst homogenen Produkt/Markt-Kombinationen. Die Anzahl der strategischen Geschäftsfelder sollte übersichtlich und handhabbar bleiben (unter zehn), sodass es oft zweckmäßig und erforderlich ist, weiter (z.B. in Zielgruppen) zu segmentieren.

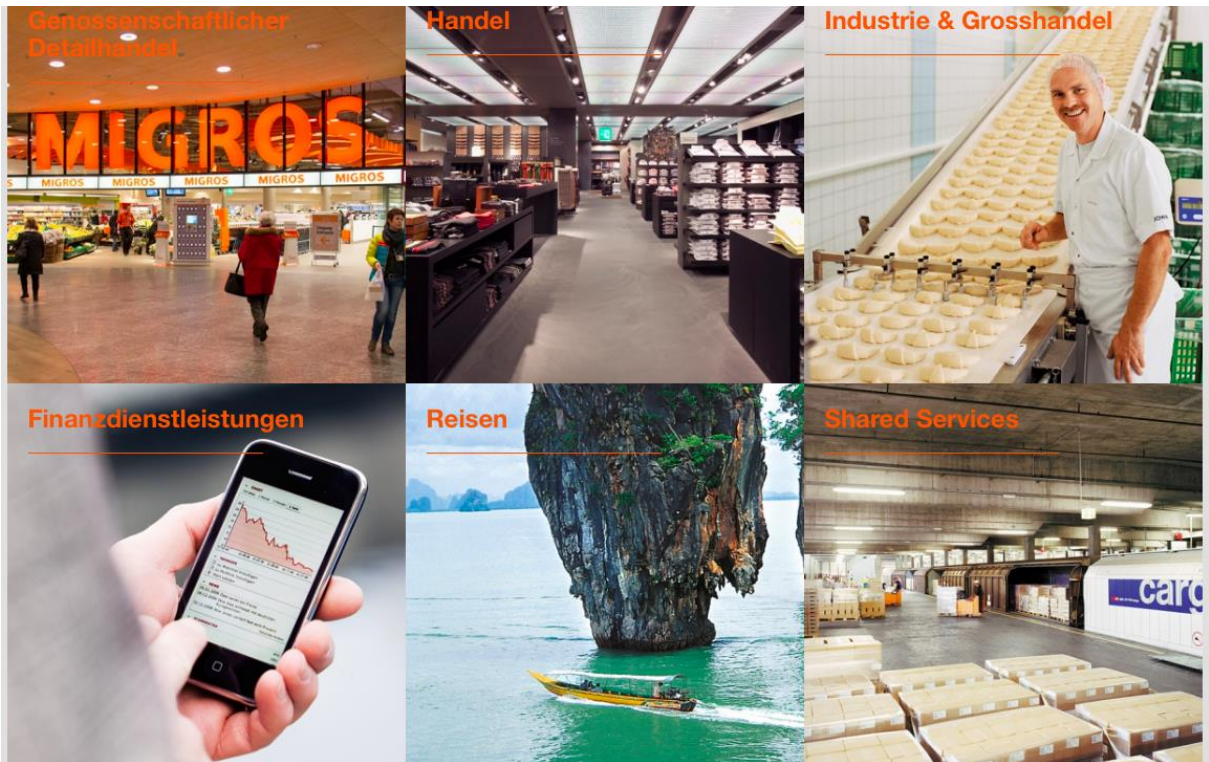
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/strategisches-geschaeftsfeld.html#erklaerung>

„Neue Märkte“



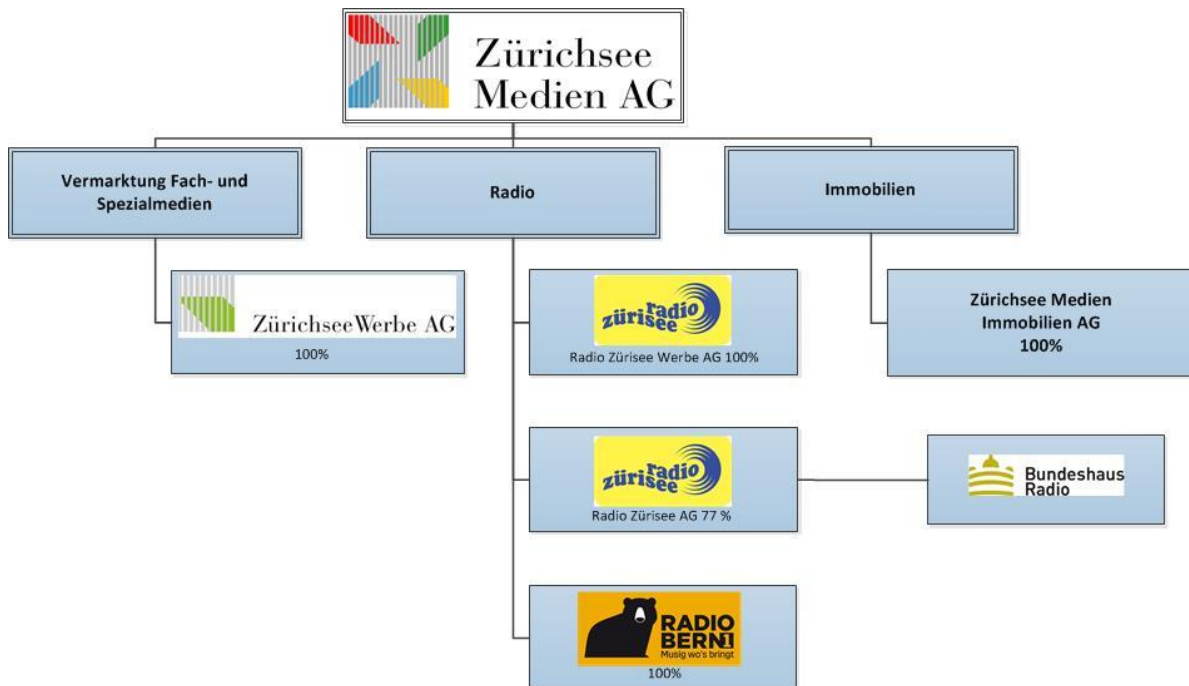
© http://www.dts-consulting.ch/marketing_produk_tmarktkombination.asp

MIGROS - Geschäftsfelder



Quelle: <https://report.migros.ch/2014/schwerpunkte-2014/strategische-geschaeftsfelder/>

Zürichsee Medien AG - Geschäftsfelder



Quelle: <http://www.zsm.ch/unternehmen/geschaefsfelder.html>