

Strategie: Anpassungsmechanismen

– Technische Ressourcen –

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Stufe 4
	Abgeschieden - die Funktion ist nur wenig verwoben mit anderen Unternehmensteilen und leistet nur einen minimalen Erfolgsbeitrag	Reaktiv - in klassischer Feuerwehr-Manier reagiert die Funktion auf Probleme, die im Unternehmen auftreten, hat nie eigene Strategien	Proaktiv - technische Funktion besitzt viele neue Ideen und besitzt langfristige Strategie, die jedoch unzulänglich auf andere Funktionen abgestimmt ist	Integriert - die Arbeit der Funktion unterstützt voll das aktuelle Geschäft und sorgt außerdem für neue Chancen
STÄRKEN UND SCHWÄCHEN	- Keine laufende Einschätzung - Beurteilung von Projekt zu Projekt - Keine Vorhersagen	- Einschätzung auf Basis des Organisationsplans statt nach Produkterfordernissen - Ungefähre Beurteilungen der Leistungsfähigkeit führender (einheimischer) Mitbewerber, allein aufgrund von Personalstärke und finanziellem Status - Zeithorizont: 1 Jahr - Vage Technologieprognosen	- Abschätzungen nach Produkterfordernissen - Derselbe Zeithorizont wie bei der Unternehmensstrategie (normalerweise 3 Jahre) - Detaillierte Beurteilung der technischen Leistungsfähigkeit gegenwärtiger Wettbewerber weltweit; systematisches Produktbenchmarking	- Einschätzungen stützen sich auf hervorragende Sachkenntnisse, die wissenschaftlichen Grunddisziplinen und Technologien zu den sich entwickelnden Produkt und Marktchancen sowie -bedrohungen in Beziehung setzen - Beurteilung technischer Leistungsfähigkeiten und Technologie-managementverfahren; Benchmarking bei Produkten und Prozessen - Erweiterter Zeithorizont: 5 bis 15 Jahre - Einschätzung der technischen Anforderungen bezüglich aller bedeutenden Technologiefelder
CHANCEN UND BEDROHUNGEN	- Reaktiv - Geringes Feedback aus dem Umfeld	- Schwache Verbindung zur Produktplanung - Wenig Informationen von den Außendiensttechnikern sowie aus Verkauf/Marketing - Engstirnige Konzentration auf gegebene Produkte und Technologien - Routinemäßige Aktualisierung diverser Informationen innerhalb der Funktion	- Systematische Beobachtung von Wettbewerbern - Dialog mit Außendienst, Technik und Verkauf/Marketing - Bereitstellung von Mitteln für die Analyse von Informationen bezüglich gegebener Chancen und Bedrohungen - Analyse der potentiellen Auswirkungen von politischen, wirtschaftlichen und demographischen Veränderungen	- Beurteilung der potentiellen ebenso wie der aktuellen Wettbewerber - Aktives Erkunden von Chancen und Bedrohungen in Zusammenarbeit mit Kunden, Lieferanten, Hochschulen, staatlichen Stellen und Wettbewerbern - Analysen dazu, wie sich Markttrends und Mitbewerberstrategien auf künftige Projekt auswirken werden