

MARKETING: HYBRIDE WETTBEWERBSSTRATEGIEN

Outpacing Strategie (Gilbert/Strebel 1985):

Form der strategischen Umsetzung: sequentiell
Rechtzeitiger Wechsel zwischen den Alternativen Kostenführerschaft oder Differenzierung unter Beibehaltung des bereits erzielten Wettbewerbsvorteils

Mass Customization (Pine 1993):

Form der strategischen Umsetzung: sequentiell
Kundenindividuelle Fertigung ehemaliger Massenprodukte mit Hilfe neuer Produktions- und IuK-Technologien, Konstruktions- und Organisationsänderungen - und dies ohne wesentliche Preissteigerungen

Duale Internationalisierungsstrategie (Fleck 1995):

Form der strategischen Umsetzung: sequentiell
Anwendung unterschiedlicher Wettbewerbsstrategien an verschiedenen Orten, z.B. Kostenvorteile im Heimatland und Differenzierungsvorteile im Ausland

Simultaneitätskonzept (Corsten/Will 1995):

Form der strategischen Umsetzung: simultan
Gleichzeitige Realisation von Kostenführerschaft und Differenzierung als Folge moderner Produktionskonzepte, organisatorisch basiert auf dem Gruppenprinzip und technologisch umgesetzt vor allem mittels flexibler Fertigungssysteme sowie CIM

Dynamische Produktdifferenzierung (Kaluza 1996):

Form der strategischen Umsetzung: simultan
Aufbau eines optimalen Potentials zum Erzeugniswechsel (schnell, kostengünstig, qualitätsgerecht) mit Hilfe zweckmäßiger Gestaltung moderner Produktionssysteme

Quelle: HM 3/1997