

STRATEGIE: PRODUKT- UND PROZESSTECHNOLOGIEN UND STRATEGIETYPEN

	Kostenführerschaft	Produktdifferenzierung	Marktsegmentierung	Diversifikation
Produkttechnologische Veränderungen	• Produktentwicklung zur Senkung der Produktkosten durch - geringeren Materialgehalt - Erleichterung der Fertigung - Vereinfachung der Logistik usw.	• Produktentwicklung zur Förderung von - Produktqualität - Produktattributen - Lieferbarkeit - Umstellungskosten	• Produktgestaltung, die die Bedürfnisse eines bestimmten Segments besser befriedigen kann als die Konkurrenten mit breit gefächerten Zielsegmenten	• Produktentwicklung zur Senkung des unternehmerischen Risikos
Prozeßtechnische Veränderungen	• Prozeßverbesserungen innerhalb der Lernkurve zur Verringerung des Material- und Arbeits-einsatzes • Prozeßentwicklung zur Förderung von größenbedingten Kostendegressionen	• Prozeßentwicklung zur Unterstützung hoher Toleranzen, größerer Qualitätskontrolle, zuverlässigere Zeitplanung, schnellerer Auftragsabwicklung	• Prozeßentwicklung, um den Abnehmerwert zu steigern und die Segmentbedürfnisse besser befriedigen können	• Prozeßentwicklung, um Synergieeffekte bei Aktivitäten auf unterschiedlichen Märkten zu nutzen

Quelle: Bühner, 1994