

Der Konkurrenz ausweichen

Festgefahren, ohne es wirklich zu merken, klingt widersprüchlich. Betrachtet man pauschal das Marktuniversum, kann man es ungefähr so beschreiben. Alles darin scheint definiert und festgeschrieben. Die Grenzen der Branchen, die Regeln für den Wettbewerb, Strategien für den Kampf um die Gunst des Kunden. Unternehmensstrategie hat seine philosophischen Wurzeln in der Militärstrategie. Es geht darum, sich einem Gegner zu stellen, egal wie der Kampf ausgeht, auch der Sieger erleidet Verluste. Das Überflügeln der Konkurrenz wird wohl immer wichtig bleiben, die bessere Strategie wird gewinnen, aber welche wird es sein.

In immer mehr Branchen übersteigt das Angebot die Nachfrage, der Konkurrenzkampf um den notwendigen Anteil der schrumpfenden Märkte wird aufwendiger, insbesondere wenn der Auftrag in diesen Märkten Wachstum lautet.

Konkurrenz lässt sich auch schlagen in dem man aufhört, es zu versuchen. Einfach die bekannten Regeln weitestgehend ausblenden. Über den Wettbewerb herausgehend, versuchen existierende Branchengrenzen auszudehnen und das Marktuniversum um Bereiche zu erweitern, die noch nicht erschlossen sind und die Aussicht auf höchst profitables Wachstum geben. Das ist nicht wirklich

neu, im Gegenteil, Unternehmenslenker sind seit Jahrzehnten damit erfolgreich. Es ist schon lange ein Kennzeichen des Wirtschaftslebens.

Denken wir nur an den Großrechner, mit dem ein neuer Markt entstand und im Laufe der Jahrzehnte neue Marktkategorien geschaffen wurden, z. B. Workstations, Server, PC's, Notebooks, Smartphones, Tablet-PC und weiteres wird folgen. Energiemarkt und Automobilmarkt bieten eine Fülle von Kategorien. Online-Druckereien, elektrische Zahnbürsten, die Sacher-Torte, Grünes Reisen u.v.m. – und viel mehr wird noch folgen. Ursache für die Existenz der Produkte, war die Suche nach neuen Kategorien und Märkten.

Es ist nicht schwer etwas zu tun, schwer ist es, sich in den Zustand zu versetzen, etwas zu tun. Diese allzu menschliche Eigenschaft, als auch fehlende Impulse und mangelndes methodisches Wissen verhindern Wachstum, trotz der Fähigkeit neue Branchen zu schaffen, zu erweitern bzw. neue Kategorien zu entwickeln.

Das alles klingt sehr anspruchsvoll, ist es auch, hier geht es schließlich um die Zukunft des Unternehmens. Es ist anspruchsvoll sich von wettbewerbsorientierten Strategien zu lösen und neue Best-Practice-Regeln zu erzeugen, egal in



Georg Rieger

welcher Branche, unabhängig von der Charakteristika des Unternehmens, ob kleines oder großes Unternehmen, mit jungen oder gereiften Managern, in innovativen oder konservativen Branchen.

Durch Eliminierung, Steigerung, Reduzierung und Kreation von Faktoren schafft man Ideen, einen Markt zu seinen Gunsten zu teilen und damit der Konkurrenz auszuweichen.

www.spectrumww.de



Aus dem Wettbewerb lösen und „weiße“ Märkte kreieren