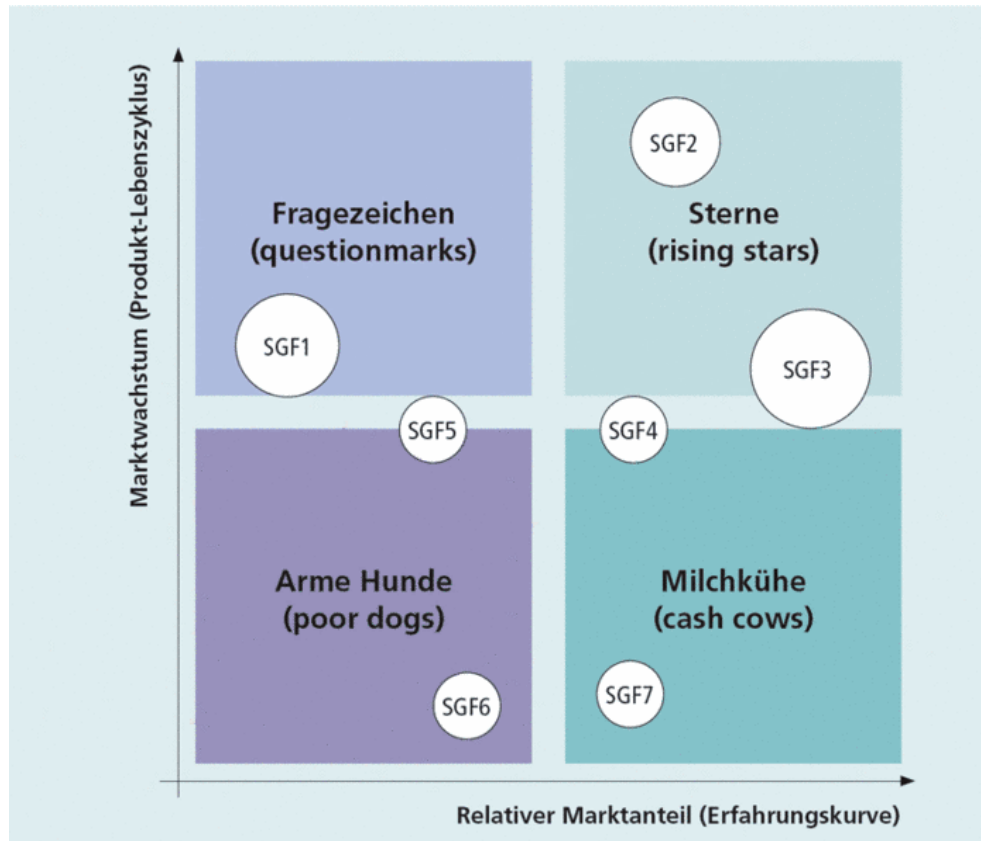


Question marks, rising stars, cash cows and poor dogs

Die Boston-Consulting-Group untersuchte jeweils so genannte „Strategische Geschäftsfelder“ (SGF)¹ einer Unternehmung und stellte dann deren relativen Marktanteil dem Marktwachstum gegenüber. Je nach Positionierung wurden daraus vier Norm-Strategien abgeleitet (cash cows, rising stars, poor dogs, questions marks) abgeleitet.



(Quelle: <http://www.prosa.org/index.php?id=186> / 28.06.2007)

- Überlegen Sie sich für eine konkrete Unternehmung denkbare strategische Geschäftsfelder, die für diese vier Bereiche zutreffen könnten.
- Wie unterscheiden sich die vier „Norm-Strategien“ in diesen vier Feldern? Erläutern Sie diese Strategien an den unter a) beschriebenen Geschäftsfeldern.
- Was lässt sich zur Verteilung der Geschäftsfelder in einer solchen Matrix aussagen?

¹ Strategisches Geschäftsfeld = Teilbereich (z.B. Produktgruppe) einer Unternehmung, für den eine eigenständige Strategie (Weg zur Erreichung von Zielen) definiert werden kann.