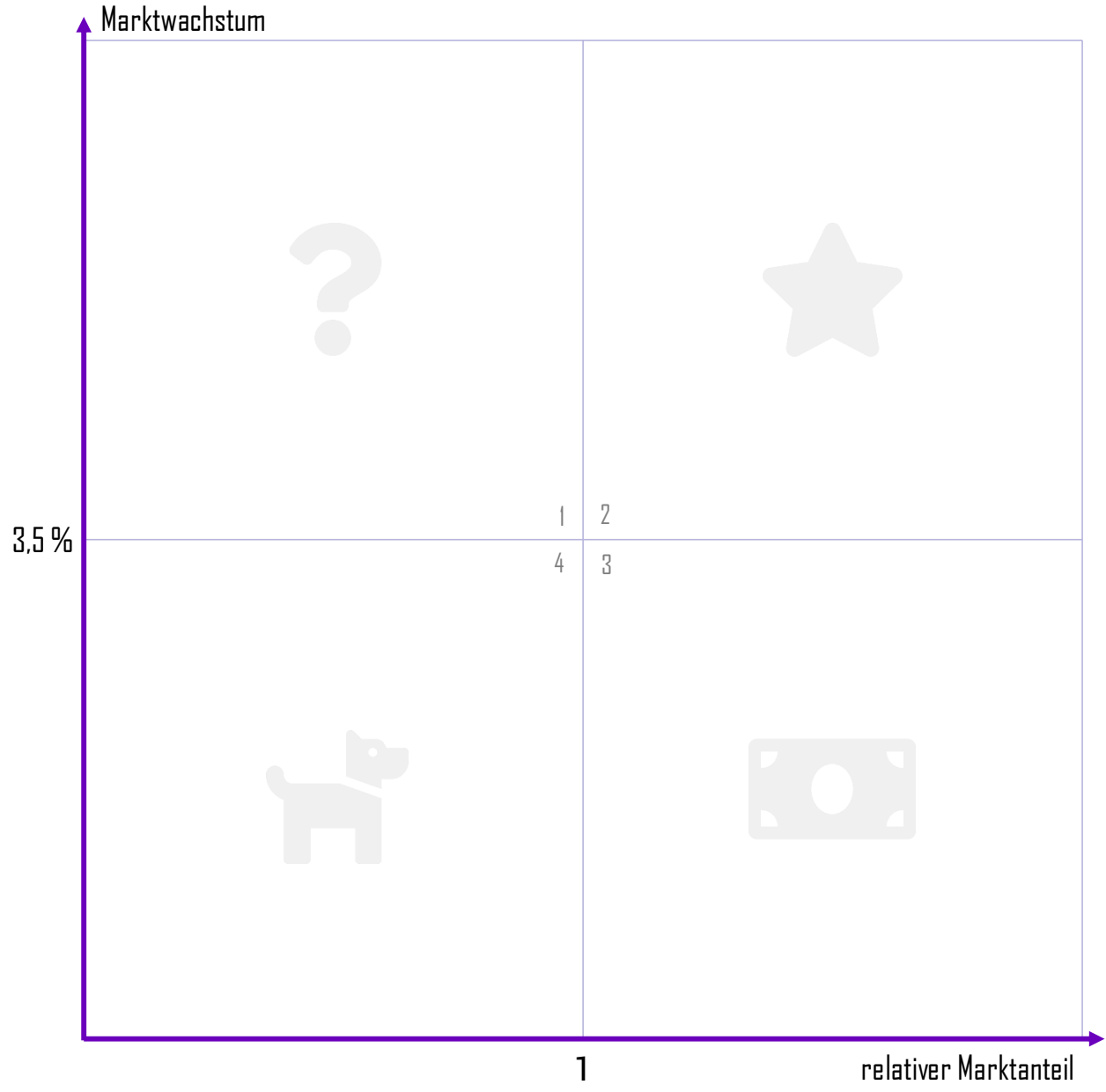


# 4 Felder

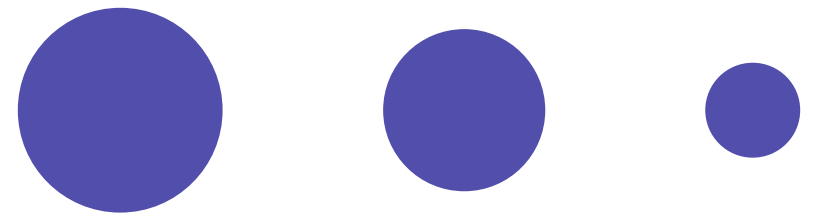


Sie wird auch Boston Consulting Group Matrix genannt und ist eigentlich ein langfristiges Instrument, welches auch für kurz- und mittelfristige Entscheidungen genutzt werden kann.

$$\frac{\text{eigener Umsatz}}{\text{Umsatz des stärksten Konkurrenten}}$$

## Umsatzgröße

Die Umsatzgröße wird mit der Größe der Kreise repräsentiert.



## 1. Questionmark

- hoher Kapitalbedarf
- niedriger Deckungsbeitrag
- Offensivstrategie

## 2. Star

- hoher Kapitalbedarf
- hoher Deckungsbeitrag
- Investitionsstrategie

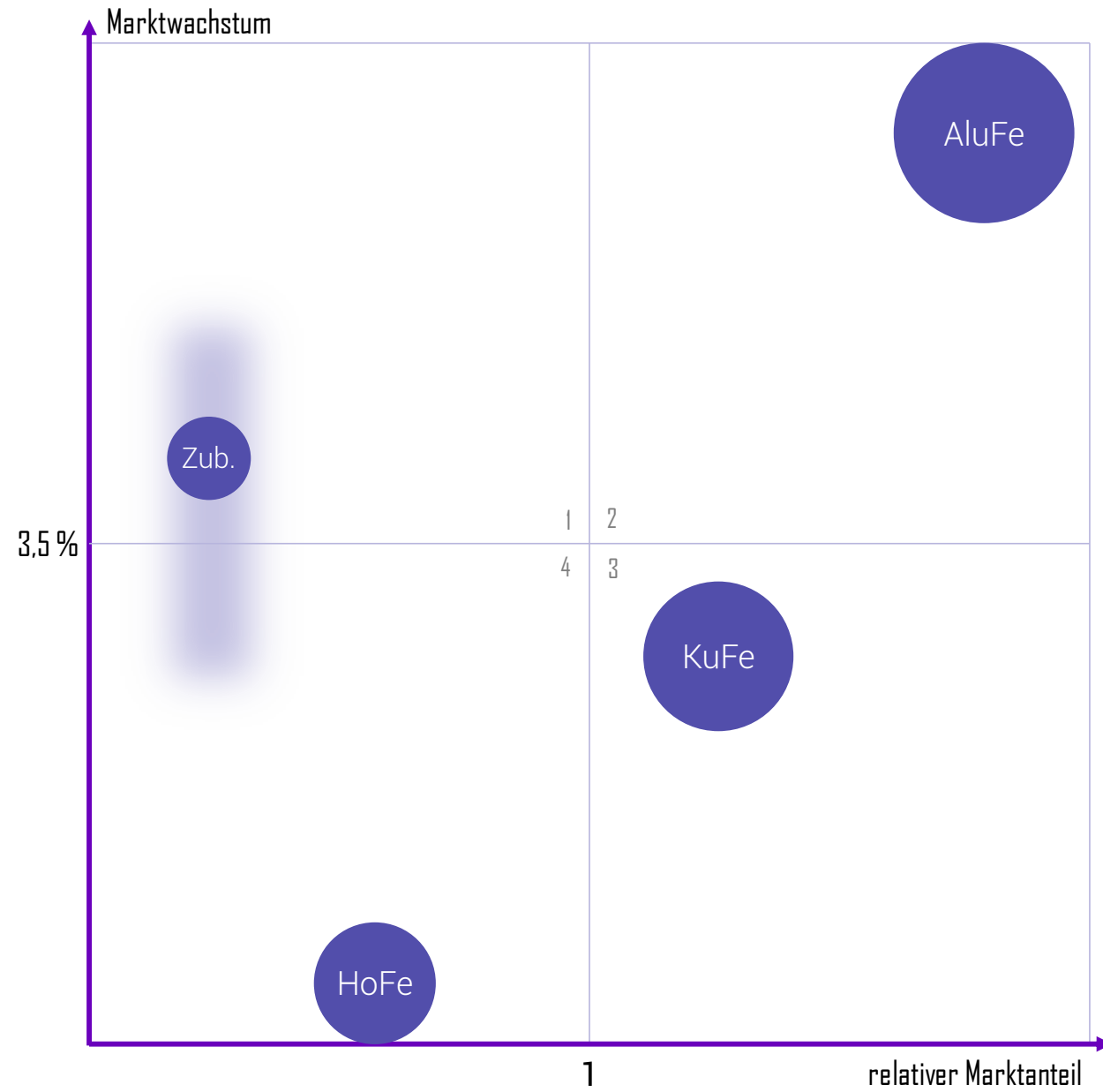
## 3. Cash-Cow

- geringer Kapitalbedarf
- hoher Deckungsbeitrag
- Abschöpfungsstrategie

## 4. Poor Dog

- geringer Kapitalbedarf
- niedriger Deckungsbeitrag
- Desinvestitionsstrategie

# Beispiel



## Kunststofffenster

r. Marktanteil:	1,25
Umsatz:	2,5 Mio.
Wachstum:	3 %

### *Investitionsstrategie*

- fast Starprodukt
- Marktwachstum steigern
- hoher Kapitalbedarf

## Aluminiumfenster

r. Marktanteil:	> 1,25
Umsatz:	2,8 Mio.
Wachstum:	15 %

### *Investitionsstrategie*

- mittlerer Kapitalbedarf
- Marke bekannt halten

## Holzfenster

r. Marktanteil:	0,63
Umsatz:	1,26 Mio.
Wachstum:	- 10 %

### *Offensivstrategie*

- Nachhaltigkeit
- Nicht aus dem Programm nehmen / hoher Kapitalbedarf
- Zielgruppe erweitern

## Fensterzubehör

r. Marktanteil:	< 0,63
Umsatz:	0,25 Mio.
Wachstum:	?

### *Offensivstrategie*

- hoher Kapitalbedarf
- noch sehr neu
- Bekanntheit steigern