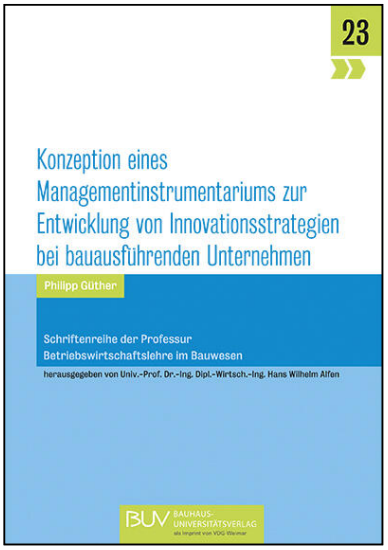
(Hg.)

Konzeption eines Managementinstrumentariums zur Entwicklung von Innovationsstrategien bei bauausführenden Unternehmen

Bedingt durch markante Mechanismen und Funktionsweisen des Baumarktes sehen sich bauausführende Unternehmen einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt. Sowohl steigende Konkurrenz als auch die zunehmende Verhandlungsmacht der Nachfrager wirken auf deren wettbewerbsstrategisches Handeln ein. Mehrheitlich verlieren sich die Unternehmen in einen ruinösen Preiswettbewerb.
Dabei könnten Innovationsaktivitäten eines Unternehmens gegenüber dem Nachfrager wettbewerbsstrategische Signalwirkung haben: das Angebot stiftet unter Leistungs- oder Kostengesichtspunkten einen höheren Nutzen.
Mit dem InnovationsNavi-Bau wird ein branchenspezifisches Managementinstrument konzipiert, mit dem bauausführende Unternehmen ihre Innovationsstrategien unternehmens-, kunden- und wettbewerbsorientiert entwickeln können.



Bauhaus-Universitätsverlag
1. Auflage 2015
Band 23 Schriftenreihe der Professur Betriebswirtschaftslehre im Bauwesen
Softcover
14,3×20,5cm • 435 g
230 Seiten
Zahlreiche Tabellen und Grafiken
Buchausgabe (D): 22,00 €
ISBN: 978-3-95773-190-6
eBook (PDF): 22,00 €
Download: http://dx.doi.org/