

Anhang B: Detailergebnisse Grundsatzstrategie

Tabelle B.1: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei niedriger Dienstleistungskategorie

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Strategiefeld					
Neue Produkte	-0,4092	t = -0,352	0,726	37	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Produkte	-0,3027			44	
Neue Märkte	-2,50E-02	m.r. = 46,31	0,050	39	Neue Märkte tendenziell erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Bestehende Märkte	-0,6453	m.r. = 36,07		42	
Strategie-differenzierung					
Differenzierte Marktbearbeitung	-0,3751	t = -0,136	0,892	34	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Undifferenzierte Marktbearbeitung	-0,3342			47	
Strategiesubstanz					
Positionsvorteil		$\chi^2 = 0,977$	0,323	7,16	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil unterdurchschnittlich	-0,3487	t = 0,024	0,981	56	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil überdurchschnittlich	-0,3572			25	
Qualitätsvorteil unterdurchschnittlich	-0,5651	t = -1,541	0,128	44	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Qualitätsvort. überdurchschnittlich	-9,71E-02			37	
Verfügbarkeitsvort. unterdurchschnittl.	5,439E-02	m.r. = 47,47	0,014	40	Unterdurchschnittlicher Verfügbarkeitsvorteil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Verfügbarkeitsvort. überdurchschnittl.	-0,7472	m.r. = 34,68		41	
Programmvt. unterdurchschnittlich	-0,4057	t = -0,390	0,698	44	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Programmvt. überdurchschnittl.	-0,2867			37	
Imagevorteil unterdurchschnittlich	-0,5830	m.r. = 36,83	0,028	53	Überdurchschnittlicher Imagevorteil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Imagevorteil überdurchschnittlich	8,725E-02	m.r. = 48,89		28	

Tabelle B.1: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei niedriger Dienstleistungskategorie (Fortsetzung)

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Präsenzvorteil unterdurchschnittlich	-0,2405	t = -0,908	0,367	49	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Präsenzvorteil überdurchschnittl.	-0,5210			32	
Strategiestil					
Defensiv anpassend	-0,7151	t = -2,924	0,005	47	Offensiv herausfordernder Strategiestil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Offensiv herausfordernd	0,1516			34	
Strategie-realisation					
Unterdurchschnittl. Bedeutung intern	-0,3151	t = -0,233	0,816	40	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung intern	-0,3866			41	
Strategie-absicherung					
Direkter Vertrieb unterdurchschnittl.	-0,2730	t = 0,491	0,625	39	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Direkter Vertrieb überdurchschnittl.	-0,4241			42	
Konflikt unterdurchschnittlich	-5,21E-02	m.r. = 26,52	0,039	29	Unterdurchschnittliche Bedeutung Konflikt signifikant erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Konflikt überdurchschnittlich	-0,8825	m.r. = 18,18		17	
Kooperation unterdurchschnittlich	-0,7289	m.r. = 19,89	0,126	19	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Kooperation überdurchschnittlich	-9,88E-02	m.r. = 26,04		27	
Anpassung unterdurchschnittlich	-0,2561	m.r. = 24,75	0,509	24	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Anpassung überdurchschnittlich	-0,4731	m.r. = 22,14		22	

Tabelle B.2: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei hoher Dienstleistungskategorie

Strategie- variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifi- kanz	N	Interpretation
Strategiefeld					
Neue Produkte	0,4481	t = 0,381	0,704	33	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Produkte	0,3300			45	
Neue Märkte	0,1954	m.r. = 36,35	0,141	46	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Märkte	0,6453	m.r. = 44,03		32	
Strategie- differenzierung					
Differenzierte Marktbearbeitung	0,6176	m.r. = 43,87	0,085	45	Differenzierte Marktbearbeitung tendenziell erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Undifferenzierte Marktbearbeitung	1,951E-02	m.r. = 34,88		34	
Strategiesubstanz					
Positionsvorteil		$\chi^2 = 0,174$	0,676	4,67	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil unterdurchschnittlich	0,3199	t = -0,720	0,476	59	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil überdurchschnittlich	0,5666			19	
Qualitätsvorteil unterdurchschnittlich	0,4304	t = 0,322	0,748	39	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Qualitätsvort. überdurchschnittlich	0,3295			39	
Verfügbarkeitsvort. unterdurchschnittl.	0,4777	t = 0,729	0,469	47	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Verfügbarkeitsvort. überdurchschnittl.	0,2318			31	
Programmwort. unterdurchschnittlich	0,3416	t = -0,293	0,771	45	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Programmwort. überdurchschnittl.	0,4323			33	
Imagevorteil unterdurchschnittlich	0,1482	m.r. = 34,86	0,094	36	Überdurchschnittlicher Imagevorteil tendenziell erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Imagevorteil überdurchschnittlich	0,5787	m.r. = 43,48		42	

Tabelle B.2: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei hoher Dienstleistungskategorie (Fortsetzung)

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Präsenzvorteil unterdurchschnittlich	0,2896	t = 0,744	0,459	47	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Präsenzvorteil überdurchschnittl.	0,5170			31	
Strategiestil					
Defensiv anpassend	-0,2492	t = -3,075	0,003	30	Offensiv herausfordernder Strategiestil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Offensiv herausfordernd	0,7333			49	
Strategie-realisation					
Unterdurchschnittl. Bedeutung intern	0,2018	t = -0,999	0,321	37	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung intern	0,5165			40	
Strategie-absicherung					
Direkter Vertrieb unterdurchschnittl.	-0,2121	m.r. = 28,76	0,027	17	Überdurchschnittliche Bedeutung direkter Vertrieb signifikant erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Direkter Vertrieb überdurchschnittl.	0,5450	m.r. = 42,49		61	
Konflikt unterdurchschnittlich	0,1040	m.r. = 15,06	0,982	18	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Konflikt überdurchschnittlich	-5,40E-02	m.r. = 14,91		11	
Kooperation unterdurchschnittlich	-0,5459	m.r. = 11,40	0,104	10	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Kooperation überdurchschnittlich	0,3546	m.r. = 16,89		19	
Anpassung unterdurchschnittlich	0,1111	m.r. = 15,69	0,650	16	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Anpassung überdurchschnittlich	-3,83E-02	m.r. = 14,15		13	

Tabelle B.3: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei niedriger Wettbewerbsintensität

Strategie- variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifi- kanz	N	Interpretation
Strategiefeld					
Neue Produkte	0,1318	t = 0,481	0,632	31	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Produkte	-2,51E-02			51	
Neue Märkte	-2,17E-02	t = -0,380	0,705	44	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Märkte	9,899E-02			38	
Strategie- differenzierung					
Differenzierte Marktbearbeitung	1,710E-02	t = -0,017	0,986	47	Kein signifikanter Zusammenhang; Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Undifferenzierte Marktbearbeitung	2,286E-02			36	
Strategiesubstanz					
Positionsvorteil		$\chi^2 = 0,014$	0,907	8,78	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil unter- durchschnittlich	6,530E-02	t = 0,292	0,772	58	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil über- durchschnittlich	-4,08E-02			24	
Qualitätsvorteil un- terdurchschnittlich	0,1141	t = 0,476	0,635	39	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Qualitätsvort. über- durchschnittlich	-3,82E-03			43	
Verfügbarkeitsvort. unterdurchschnittl.	0,2053	t = 1,266	0,209	47	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Verfügbarkeitsvort. überdurchschnittl.	-0,1955			35	
Programm vort. un- terdurchschnittlich	-0,1813	m.r. = 38,58	0,220	45	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Programm vort. ü- berdurchschnittl.	0,2964	m.r. = 45,05		37	
Imagevorteil unter- durchschnittlich	-0,2393	m.r. = 36,63	0,028	48	Überdurchschnittlicher Imagevorteil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Imagevorteil über- durchschnittlich	0,4204	m.r. = 48,38		34	

Tabelle B.3: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei niedriger Wettbewerbsintensität (Fortsetzung)

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Präsenzvorteil unterdurchschnittlich	-2,58E-02	t = -0,505	0,615	50	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Präsenzvorteil überdurchschnittl.	0,1280			32	
Strategiestil					
Defensiv anpassend	-0,4702	t = -3,322	0,001	42	Offensiv herausfordernder Strategiestil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Offensiv herausfordernd	0,5213			41	
Strategie-realisation					
Unterdurchschnittl. Bedeutung intern	-2,31E-02	t = -0,367	0,715	42	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung intern	9,441E-02			40	
Strategie-absicherung					
Direkter Vertrieb unterdurchschnittl.	-0,3377	m.r. = 34,17	0,073	24	Überdurchschnittliche Bedeutung direkter Vertrieb tendenziell erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Direkter Vertrieb überdurchschnittl.	0,1881	m.r. = 44,53		58	
Konflikt unterdurchschnittlich	-0,3118	m.r. = 17,00	1,0	20	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Konflikt überdurchschnittlich	-0,2877	m.r. = 17,00		13	
Kooperation unterdurchschnittlich	-0,6173	m.r. = 14,46	0,235	13	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Kooperation überdurchschnittlich	-9,76E-02	m.r. = 18,65		20	
Anpassung unterdurchschnittlich	-0,7219	m.r. = 14,53	0,136	17	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Anpassung überdurchschnittlich	0,1434	m.r. = 19,63		16	

Tabelle B.4: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei hoher Wettbewerbsintensität

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Strategiefeld					
Neue Produkte	-0,1138	t = -0,587	0,559	39	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Produkte	7,395E-02			38	
Neue Märkte	0,2187	m.r. = 43,07	0,088	41	Neue Märkte tendenziell erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Bestehende Märkte	-0,2943	m.r. = 34,36		36	
Strategiedifferenzierung					
Differenzierte Marktbearbeitung	0,4017	t = 2,421	0,018	33	Differenzierte Marktbearbeitung signifikant erfolgreicher; Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Undifferenzierte Marktbearbeitung	-0,3382			44	
Strategiesubstanz					
Positionsvorteil		$\chi^2 = 0,695$	0,405	7,48	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil unterdurchschnittlich	-7,79E-02	t = 0,598	0,554	57	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil überdurchschnittlich	0,1408			20	
Qualitätsvorteil unterdurchschnittlich	-0,2847	t = -2,008	0,048	44	Überdurchschnittlicher Qualitätsvorteil signifikant erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Qualitätsvort. überdurchschnittlich	0,3303			33	
Verfügbarkeitsvort. unterdurchschnittl.	0,3744	m.r. = 45,13	0,012	40	Unterdurchschnittlicher Verfügbarkeitsvorteil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Verfügbarkeitsvort. überdurchschnittl.	-0,4487	m.r. = 32,38		37	
Programm vort. unterdurchschnittlich	0,1291	t = 1,095	0,278	44	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Programm vort. überdurchschnittl.	-0,2214			33	
Imagevorteil unterdurchschnittlich	-0,3434	m.r. = 33,85	0,031	41	Überdurchschnittlicher Imagevorteil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Imagevorteil überdurchschnittlich	0,3459	m.r. = 44,86		36	

Tabelle B.4: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei hoher Wettbewerbsintensität (Fortsetzung)

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Präsenzvorteil unterdurchschnittlich	6,770E-02	t = 0,651	0,518	46	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Präsenzvorteil überdurchschnittl.	-0,1529			31	
Strategiestil					
Defensiv anpassend	-0,6097	t = -3,636	0,001	35	Offensiv herausfordernder Strategiestil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Offensiv herausfordernd	0,4693			42	
Strategie- realisation					
Unterdurchschnittl. Bedeutung intern	-0,1191	t = -0,446	0,657	35	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung intern	2,513E-02			41	
Strategie- absicherung					
Direkter Vertrieb unterdurchschnittl.	-0,1921	t = -0,907	0,368	32	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Direkter Vertrieb überdurchschnittl.	0,1004			45	
Konflikt unterdurchschnittlich	0,2444	m.r. = 24,63	0,027	27	Unterdurchschnittliche Bedeutung Konflikt signifikant erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Konflikt überdurchschnittlich	-0,7905	m.r. = 15,87		15	
Kooperation unterdurchschnittlich	-0,7052	m.r. = 17,06	0,066	16	Überdurchschnittliche Bedeutung Kooperation tendenziell erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Kooperation überdurchschnittlich	0,2317	m.r. = 24,23		26	
Anpassung unterdurchschnittlich	0,3436	m.r. = 25,13	0,035	23	Unterdurchschnittliche Bedeutung Anpassung signifikant erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Anpassung überdurchschnittlich	-0,6927	m.r. = 17,11		19	

Tabelle B.5: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei unterdurchschnittlicher Wettbewerbsposition

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Strategiefeld					
Neue Produkte	-0,5552	t = -0,532	0,596	40	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Produkte	-0,4112			51	
Neue Märkte	-0,4715	t = 0,022	0,982	46	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Märkte	-0,4777			45	
Strategie-differenzierung					
Differenzierte Marktbearbeitung	-0,2744	t = 1,460	0,148	43	Kein signifikanter Zusammenhang; Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Undifferenzierte Marktbearbeitung	-0,6646			49	
Strategiesubstanz					
Positionsvorteil		$\chi^2 = 1,176$	0,278	4,77	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil unterdurchschnittlich	-0,4574	t = 0,244	0,809	72	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil überdurchschnittlich	-0,5395			19	
Qualitätsvorteil unterdurchschnittlich	-0,5607	t = -0,675	0,501	49	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Qualitätsvort. überdurchschnittlich	-0,3741			42	
Verfügbarkeitsvort. unterdurchschnittl.	-0,2098	m.r. = 50,35	0,137	43	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Verfügbarkeitsvort. überdurchschnittl.	-0,7118	m.r. = 42,10		48	
Programmwort. unterdurchschnittlich	-0,3546	t = 1,086	0,281	54	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Programmwort. überdurchschnittl.	-0,6497			37	
Imagevorteil unterdurchschnittlich	-0,5962	t = -1,061	0,292	55	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Imagevorteil überdurchschnittlich	-0,2888			36	

Tabelle B.5: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei unterdurchschnittlicher Wettbewerbsposition (Fortsetzung)

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Präsenzvorteil unterdurchschnittlich	-0,5711	t = -0,829	0,410	53	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Präsenzvorteil überdurchschnittl.	-0,3399			38	
Strategiestil					
Defensiv anpassend	-0,6898	t = -1,903	0,061	55	Offensiv herausfordernder Strategiestil tendenziell erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Offensiv herausfordernd	-0,1738			37	
Strategie-realisation					
Unterdurchschnittl. Bedeutung intern	-0,4818	t = -0,048	0,962	42	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung intern	-0,4684			49	
Strategie-absicherung					
Direkter Vertrieb unterdurchschnittl.	-0,5993	t = -0,801	0,425	40	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Direkter Vertrieb überdurchschnittl.	-0,3768			51	
Konflikt unterdurchschnittlich	-0,3027	m.r. = 28,11	0,079	28	Unterdurchschnittliche Bedeutung Konflikt tendenziell erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Konflikt überdurchschnittlich	-1,0085	m.r. = 20,86		21	
Kooperation unterdurchschnittlich	-1,0497	m.r. = 20,91	0,70	22	Überdurchschnittliche Bedeutung Kooperation tendenziell erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Kooperation überdurchschnittlich	-0,2430	m.r. = 28,33		27	
Anpassung unterdurchschnittlich	-0,6245	m.r. = 24,69	0,873	26	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Anpassung überdurchschnittlich	-0,5833	m.r. = 25,35		23	

Tabelle B.6: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei überdurchschnittlicher Wettbewerbsposition

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Strategiefeld					
Neue Produkte	0,7286	t = 0,436	0,664	30	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Produkte	0,5923			38	
Neue Märkte	0,7616	t = 0,789	0,433	39	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Märkte	0,5056			29	
Strategie-differenzierung					
Differenzierte Marktbearbeitung	0,6989	t = 0,313	0,756	37	Kein signifikanter Zusammenhang; Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Undifferenzierte Marktbearbeitung	0,5970			31	
Strategiesubstanz					
Positionsvorteil		$\chi^2 = 0,609$	0,435	5,29	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil unterdurchschnittlich	0,7507	t = 0,775	0,442	43	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil überdurchschnittlich	0,4834			25	
Qualitätsvorteil unterdurchschnittlich	0,5704	t = -0,515	0,608	34	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Qualitätsvort. überdurchschnittlich	0,7345			34	
Verfügbarkeitsvort. unterdurchschnittl.	0,7647	t = 0,859	0,396	44	Kein signifikanter Zusammenhang; Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Verfügbarkeitsvort. überdurchschnittl.	0,4466			24	
Programmwort. unterdurchschnittlich	0,4763	t = -1,162	0,250	35	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Programmwort. überdurchschnittl.	0,8393			33	
Imagevorteil unterdurchschnittlich	0,2124	m.r. = 27,65	0,004	34	Überdurchschnittlicher Imagevorteil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Imagevorteil überdurchschnittlich	1,0925	m.r. = 41,35		34	

Tabelle B.6: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei überdurchschnittlicher Wettbewerbsposition (Fortsetzung)

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Präsenzvorteil unterdurchschnittlich	0,7464	t = 0,781	0,438	43	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Präsenzvorteil überdurchschnittl.	0,4909			25	
Strategiestil					
Defensiv anpassend	-0,1432	t = -3,808	< 0,001	22	Offensiv herausfordernder Strategiestil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Offensiv herausfordernd	1,0330			46	
Strategie-realisation					
Unterdurchschnittl. Bedeutung intern	0,4313	m.r. = 31,40	0,253	35	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung intern	0,8674	m.r. = 36,84		32	
Strategie-absicherung					
Direkter Vertrieb unterdurchschnittl.	0,6075	t = -0,165	0,870	16	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Direkter Vertrieb überdurchschnittl.	0,6663			52	
Konflikt unterdurchschnittlich	0,4651	m.r. = 12,89	0,534	19	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Konflikt überdurchschnittlich	0,7974	m.r. = 15,14		7	
Kooperation unterdurchschnittlich	0,5407	m.r. = 14,14	0,821	7	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Kooperation überdurchschnittlich	0,5596	m.r. = 13,26		19	
Anpassung unterdurchschnittlich	0,8478	m.r. = 15,36	0,193	14	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Anpassung überdurchschnittlich	0,2124	m.r. = 11,33		12	

Tabelle B.7: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei homogenem Branchentyp

Strategie- variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifi- kanz	N	Interpretation
Strategiefeld					
Neue Produkte	-0,2119	t = 0,171	0,865	32	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Produkte	-0,2631			51	
Neue Märkte	-0,1354	t = 0,668	0,506	39	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Bestehende Märkte	-0,3390			44	
Strategie- differenzierung					
Differenzierte Marktbearbeitung	-6,99E-02	t = 1,101	0,274	36	Kein signifikanter Zusammenhang; Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Undifferenzierte Marktbearbeitung	-0,3930			48	
Strategiesubstanz					
Positionsvorteil		$\chi^2 = 0,009$	0,926	7,17	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil unter- durchschnittlich	-0,1840	t = 0,571	0,571	59	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Preisvorteil über- durchschnittlich	-0,3893			24	
Qualitätsvorteil un- terdurchschnittlich	-0,3748	t = -0,925	0,358	44	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Qualitätsvort. über- durchschnittlich	-9,50E-02			39	
Verfügbarkeitsvort. unterdurchschnittl.	0,1576	m.r. = 49,21	0,002	47	Unterdurchschnittlicher Verfügbarkeitsvorteil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Verfügbarkeitsvort. überdurchschnittl.	-0,7669	m.r. = 32,58		36	
Programmvort. un- terdurchschnittlich	-0,2499	t = -0,054	0,957	50	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Programmvort. über- durchschnittl.	-0,2335			33	
Imagevorteil un- terdurchschnittlich	-0,6436	m.r. = 34,76	0,001	50	Überdurchschnittlicher Imagevorteil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Imagevorteil über- durchschnittlich	0,3631	m.r. = 52,97		33	

Tabelle B.7: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei homogenem Branchentyp (Fortsetzung)

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Präsenzvorteil unterdurchschnittlich	-0,1348	t = 0,798	0,427	46	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Präsenzvorteil überdurchschnittl.	-0,3784			37	
Strategiestil					
Defensiv anpassend	-0,7324	t = -3,673	< 0,001	45	Offensiv herausfordernder Strategiestil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Offensiv herausfordernd	0,2968			39	
Strategie- realisation					
Unterdurchschnittl. Bedeutung intern	-0,3817	t = -0,874	0,385	40	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung intern	-0,1146			43	
Strategie- absicherung					
Direkter Vertrieb unterdurchschnittl.	-0,4493	t = -1,112	0,270	34	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Direkter Vertrieb überdurchschnittl.	-0,1005			49	
Konflikt unterdurchschnittlich	-4,85E-02	m.r. = 24,96	0,020	26	Unterdurchschnittliche Bedeutung Konflikt signifikant erfolgreicher: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Konflikt überdurchschnittlich	-1,0267	m.r. = 15,88		16	
Kooperation unterdurchschnittlich	-1,0996	m.r. = 15,67	0,008	18	Überdurchschnittliche Bedeutung Kooperation signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Kooperation überdurchschnittlich	8,765E-02	m.r. = 25,88		24	
Anpassung unterdurchschnittlich	-0,2906	m.r. = 22,64	0,529	22	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Anpassung überdurchschnittlich	-0,5648	m.r. = 20,25		20	

Tabelle B.8: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei heterogenem Branchentyp

Strategie- variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifi- kanz	N	Interpretation
Strategiefeld					
Neue Produkte	0,1692	t = 0,691	0,492	38	Kein signifikanter Zusammen- hang: identisch mit all- gemeiner Betrachtung
Bestehende Produkte	0,3934			38	
Neue Märkte	0,2890	t = 0,058	0,954	46	Kein signifikanter Zusammen- hang: identisch mit all- gemeiner Betrachtung
Bestehende Märkte	0,2695			30	
Strategie- differenzierung					
Differenzierte Marktbearbeitung	0,3767	t = 0,675	0,502	44	Kein signifikanter Zusammen- hang; Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Undifferenzierte Marktbearbeitung	0,1501			32	
Strategiesubstanz					
Positionsvorteil		$\chi^2 = 0,928$	0,335	6,71	Kein signifikanter Zusammen- hang: identisch mit all- gemeiner Betrachtung
Preisvorteil unter- durchschnittlich	0,1821	t = -1,132	0,264	56	Kein signifikanter Zusammen- hang: identisch mit all- gemeiner Betrachtung
Preisvorteil über- durchschnittlich	0,5590			20	
Qualitätsvorteil un- terdurchschnittlich	0,2157	t = -0,413	0,680	39	Kein signifikanter Zusammen- hang: identisch mit all- gemeiner Betrachtung
Qualitätsvort. über- durchschnittlich	0,3504			37	
Verfügbarkeitsvort. unterdurchschnittl.	0,4304	t = 0,961	0,340	40	Kein signifikanter Zusammen- hang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Verfügbarkeitsvort. überdurchschnittl.	0,1156			36	
Programmwort. un- terdurchschnittlich	0,2568	t = -0,155	0,877	39	Kein signifikanter Zusammen- hang: identisch mit all- gemeiner Betrachtung
Programmwort. ü- berdurchschnittl.	0,3071			37	
Imagevorteil unter- durchschnittlich	0,1695	t = -0,704	0,484	39	Kein signifikanter Zusammen- hang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Imagevorteil über- durchschnittlich	0,3991			37	

Tabelle B.8: Erfolg grundsatzstrategischer Varianten bei heterogenem Branchentyp (Fortsetzung)

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t- / χ^2 -Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Präsenzvorteil unterdurchschnittlich	0,1605	t = 1,110	0,271	50	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Präsenzvorteil überdurchschnittl.	0,5136			26	
Strategiestil					
Defensiv anpassend	-0,2541	t = -2,907	0,005	32	Offensiv herausfordernder Strategiestil signifikant erfolgreicher: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Offensiv herausfordernd	0,6707			44	
Strategie-realisation					
Unterdurchschnittl. Bedeutung intern	0,2738	t = 0,054	0,957	37	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung intern	0,2562			38	
Strategie-absicherung					
Direkter Vertrieb unterdurchschnittl.	4,661E-02	t = -0,969	0,338	22	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Direkter Vertrieb überdurchschnittl.	0,3769			54	
Konflikt unterdurchschnittlich	7,727E-02	m.r. = 17,19	0,897	21	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Konflikt überdurchschnittlich	6,921E-02	m.r. = 16,67		12	
Kooperation unterdurchschnittlich	4,407E-02	m.r. = 16,55	0,866	11	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Kooperation überdurchschnittlich	8,947E-02	m.r. = 17,23		22	
Anpassung unterdurchschnittlich	0,1125	m.r. = 17,28	0,873	18	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Anpassung überdurchschnittlich	2,856E-02	m.r. = 16,67		15	