

Anhang C: Detailergebnisse Instrumentalstrategie

Tabelle C.1: Erfolg instrumentelle Schwerpunkte bei niedriger Dienstleistungskategorie

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t-Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Produktpolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,5209	m.r. = 37,93	0,062	58	Tendenzieller Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	7,633E-02	m.r. = 48,74		23	
Preispolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,4873	t = -1,104	0,274	50	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,1321			31	
Vertriebspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,1476	m.r. = 44,10	0,230	41	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,5601	m.r. = 37,83		40	
Kommunikationspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,3667	t = -0,119	0,906	47	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,3301			34	
Kundenbindung					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,2077	t = 1,131	0,261	46	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,5401			35	

Tabelle C.2: Erfolg instrumentelle Schwerpunkte bei hoher Dienstleistungskategorie

Strategie- variante	Mittelwert Erfolg	t-Wert / Middle- rer Rang	Signifi- kanz	N	Interpretation
Produktpolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,2173	t = -0,897	0,373	37	Kein signifikanter Zusammen- hang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,5021			40	
Preispolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,3693	t = 0,039	0,969	54	Kein signifikanter Zusammen- hang: identisch mit all- gemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,3559			23	
Vertriebspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,4828	t = 1,050	0,299	51	Kein signifikanter Zusammen- hang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,1346			26	
Kommunikations- politik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,2971	t = -0,427	0,671	38	Kein signifikanter Zusammen- hang: identisch mit all- gemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,4317			39	
Kundenbindung					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,2853	t = -0,565	0,574	43	Kein signifikanter Zusammen- hang: identisch mit all- gemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,4664			34	

Tabelle C.3: Erfolg instrumentelle Schwerpunkte bei niedriger Wettbewerbsintensität

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t-Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Produktpolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,3160	m.r. = 35,79	0,010	48	Signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,5287	m.r. = 49,56		34	
Preispolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	3,798E-02	t = 0,034	0,973	56	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	2,617E-02			26	
Vertriebspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,1911	1,234	0,222	50	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,2109			32	
Kommunikationspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,1324	t = -0,996	0,322	39	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,1854			43	
Kundenbindung					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,1244	t = 0,652	0,517	47	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-8,69E-02			35	

Tabelle C.4: Erfolg instrumentelle Schwerpunkte bei hoher Wettbewerbsintensität

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t-Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Produktpolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,1490	t = -0,903	0,370	47	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,1333			29	
Preispolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,1365	t = -0,780	0,439	48	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,1218			28	
Vertriebspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,2147	m.r. = 42,38	0,089	42	Tendenzieller Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,3575	m.r. = 33,71		34	
Kommunikationspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-1,70E-02	t = 0,189	0,850	46	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-7,87E-02			30	
Kundenbindung					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-7,47E-02	t = -0,234	0,815	42	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-9,10E-05			34	

Tabelle C.5: Erfolg instrumentelle Schwerpunkte bei unterdurchschnittlicher Wettbewerbsposition

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t-Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Produktpolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,5555	t = -0,901	0,371	61	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,3100			30	
Preispolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,5550	t = -0,917	0,365	66	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,2621			25	
Vertriebspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,3513	t = 0,982	0,329	49	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,6184			42	
Kommunikationspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,5616	t = -0,669	0,505	48	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,3774			43	
Kundenbindung					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,4847	t = -0,073	0,942	45	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,4647			46	

Tabelle C.6: Erfolg instrumentelle Schwerpunkte bei überdurchschnittlicher Wettbewerbsposition

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t-Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Produktpolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,3445	m.r. = 30,50	0,136	34	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,9436	m.r. = 37,61		33	
Preispolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,8476	m.r. = 36,39	0,250	38	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,3671	m.r. = 30,86		29	
Vertriebspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,8322	m.r. = 36,30	0,195	43	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,2945	m.r. = 29,88		24	
Kommunikationspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,5679	t = -0,497	0,621	37	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,7280			30	
Kundenbindung					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,5573	t = -0,766	0,447	44	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,7970			23	

Tabelle C.7: Erfolg instrumentelle Schwerpunkte bei homogenem Branchentyp

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t-Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Produktpolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,4663	m.r. = 37,89	0,030	55	Signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,1945	m.r. = 50,07		28	
Preispolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,2242	t = 0,165	0,869	54	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,2790			29	
Vertriebspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	4,433E-02	m.r. = 46,60	0,047	47	Signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,6190	m.r. = 36,00		36	
Kommunikationspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,4309	m.r. = 39,35	0,242	48	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	1,378E-02	m.r. = 45,63		35	
Kundenbindung					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	-0,3120	t = -0,514	0,608	47	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	-0,1538			36	

Tabelle C.8: Erfolg instrumentelle Schwerpunkte bei heterogenem Branchentyp

Strategie-variante	Mittelwert Erfolg	t-Wert / Mittlerer Rang	Signifikanz	N	Interpretation
Produktpolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	8,686E-02	t = -1,187	0,239	40	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,4683			35	
Preispolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,1537	-1,019	0,312	50	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,4873			25	
Vertriebspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,3664	t = 0,781	0,438	45	Kein signifikanter Zusammenhang: Abweichung zu allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,1126			30	
Kommunikationspolitik					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,3983	t = 0,808	0,422	37	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	0,1350			38	
Kundenbindung					
Unterdurchschnittl. Bedeutung	0,4137	t = 0,999	0,322	42	Kein signifikanter Zusammenhang: identisch mit allgemeiner Betrachtung
Überdurchschnittl. Bedeutung	7,552E-02			33	