

Laterale Diversifikation

Der Begriff der *lateralen* oder auch *diagonalen Diversifikation* beschreibt den Eintritt eines Unternehmens in bisher unbearbeitete Märkte und Produktkategorien.

Die neu aufgenommenen Produkte weisen dabei keine sachliche Beziehung zur bisherigen Produktpalette auf.

Diese spezielle Wachstumsstrategie führt größere Risiken mit sich als die horizontale oder vertikale Diversifikation, da hier gänzlich neue Kompetenzen und Strategien bezüglich Produkt, Markt, Kunden und Konkurrenz entwickelt werden müssen.

Sinnvoll kann diese Strategie sein, um das Unternehmen unabhängiger von den Schwankungen des Ursprungsmarktes aufzustellen.

Als bekanntes Beispiel kann der Eintritt des zum damaligen Zeitpunkt auf Stahlindustrie und Maschinenbau spezialisierten Mannesmann-Konzerns in das Mobilfunkgeschäft im Jahr 1990 herangezogen werden. Das Unternehmen vollzog in den folgenden neun Jahren erfolgreich den Wandel vom herkömmlichen Industrieunternehmen über den diversifizierten Technologiekonzern bis zum reinen Telekommunikationsunternehmen und ging anschließend, nach dem erfolgreichsten Geschäftsjahr seiner Unternehmensgeschichte, im britischen Mobilfunkunternehmen Vodafone plc auf.