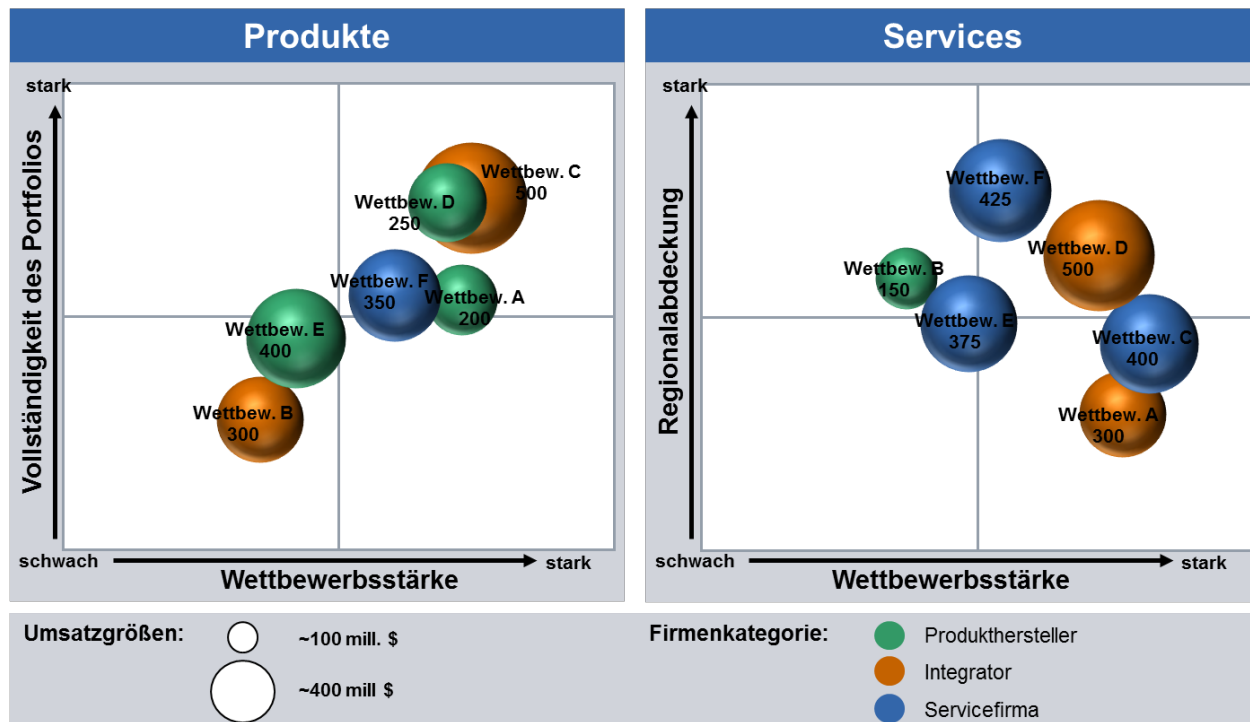


Tool zur Industrieanalyse

by Winfried Kempfle - Dienstag, September 22, 2015

<http://blog.strategie-und-planung.de/industrieanalyse-tool>

Mit dem **Instrument der Industrieanalyse** werden gesamte Branchen oder Industriesektoren untersucht und die wichtigsten Firmen der Branche bzw. des Sektors in einer Art **Marktportfolio** dargestellt.



Marktportfolio-Darstellungen bei einer Industrieanalyse

Um eine Portfoliodarstellung zu ermöglichen, werden **verschiedene Kategorien** gebildet, die aus jeweils einer **Vielzahl von Einzelkriterien** bestehen können. Durch **Gewichtung und Bewertung** dieser Kriterien erhält man einen **aggregierten Wert** je Untersuchungskategorie, der dann in der X- bzw. Y-Achse oder als Kreisgröße abgebildet werden kann.

- Hinter der Kategorie **“Vollständigkeit des Portfolios”** verbirgt sich beispielsweise im Detail, inwieweit alle relevanten Marktsegmente oder alle Performance- oder Größenklassen abgedeckt sind, außerdem weitere Punkte wie etwa Adaptierbarkeit der Produkte, Eignung der Produkte für unterschiedliche Vertriebskanäle oder Aktualität des Portfolios. Während diese Kategorie in der Regel bei **Produktherstellern** herangezogen wird, passt bei **Servicefirmen** eher die **“Regionalabdeckung”** als Beurteilungskriterium.
- Die Kategorie **“Wettbewerbsstärke”** eignet sich prinzipiell für alle Arten von Unternehmen und setzt sich aus Aspekten zusammen, die Hinweise auf die Wettbewerbsstrategie der Konkurrenten geben, zum Beispiel relativer Marktanteil, relative Kostenposition oder Gewinnspannen, Kundenloyalität, Distributionsstärke, Qualifikation der Mitarbeiter und Führungskräfte,

Innovationskraft usw.

- Als dritte Kategorie werden normalerweise **Umsatz oder Marktanteil** und für die Darstellung symbolisch die **Kreisgröße** gewählt.

Eine Industrieanalyse liefert **Rückschlüsse auf die Marktchancen** und damit auf die zu verfolgende eigene Wettbewerbsstrategie, und zwar

- einerseits aus der **Gesamtstruktur des Marktportfolios**, also aus Anzahl, Verteilung und Größe der Firmen (z.B. ob dominante Wettbewerber existieren oder ob der Markt fragmentiert ist),
- andererseits aus der **Position der eigenen Firma** relativ zu den Konkurrenten in Bezug auf Wettbewerbsstärke, Größe und die weiteren definierten Analyse Kriterien.

Ein **Tool zur Unterstützung von Industrieanalysen** ist Bestandteil meines Angebots an Strategietools. Mit diesem Tool werden

- die Kriterien der zu untersuchenden Kategorien (Vollständigkeit des Portfolios, Regionalabdeckung, Wettbewerbsstärke) für alle Firmen im Detail erfasst und bewertet, wobei eine Reihe von standardmäßig verwendeten Kriterien bereits vorgegeben ist
- die aggregierten Werte der Kriterien berechnet
- die Position der Firmen im Marktportfolio bestimmt
- die Grafik für die Matrix-Darstellung automatisch erstellt

Das Tool unterstützt und erleichtert somit in erheblichem Maße die Arbeit bei Strategieanalysen, in Strategieprojekten und bei der Strategie- oder Geschäftsplanung.

Eine **Beschreibung des Tools**, zusammen mit Erläuterungen und Beispielen, findet sich in einer [Präsentation](#), die auch zum **Download** zur Verfügung steht. Das Tool kann über das [Formular auf meiner Webseite](#) bestellt werden.

```
google_ad_client = "pub-1662250046693311"; google_ad_width = 468; google_ad_height = 60;
google_ad_format = "468x60_as"; google_ad_type = "text"; google_color_border = ""; google_color_bg
= ""; google_color_link = ""; google_color_text = ""; google_color_url = "";
```