

# Marktanalysen

by Winfried Kempfle - Donnerstag, Januar 05, 2012

<http://blog.strategie-und-planung.de/strategieprozesse/marktanalysen>

Im Rahmen der Marktanalyse werden die Markttrends im strategisch relevanten Markt systematisch untersucht und Marktprognosen für die zukünftige Marktentwicklung erstellt.

Die nachfolgende **Kurzpräsentation** erklärt die wichtigsten Aufgaben, Begriffe, Ziele und Ergebnisse von Marktanalysen:

**[Marktanalysen in der industriellen Praxis \(Download Kurzpräsentation\)](#)**

Die Unterlage

- gibt Definitionen zum Markt
- informiert über Informationsquellen und Prognosetechniken für die Marktanalyse
- zeigt Beispiele für Markttrends und Einflußfaktoren (Markttreiber)
- erklärt, wie strategische Markt- und Kundensegmente gebildet werden können
- beschreibt das Vorgehen bei Marktprognosen
- erläutert, wie die Marktattraktivität bewertet werden kann

Marktanalysen bilden eine wesentliche **Grundlage für strategische Entscheidungen** in Unternehmen und stellen daher einen entscheidenden Input für Strategieanalysen und Strategieplanung dar.

Eine **professionell durchgeführte Marktanalyse** sollte **Antworten auf folgende Fragen** liefern:

- Welches sind die wesentlichen Markttrends und Einflußfaktoren (Markttreiber)?
- In welche strategischen Markt- und Kundensegmente läßt sich der Markt sinnvoll strukturieren?
- Was sind die attraktivsten Marktsegmente?
- Wie hoch ist das Marktvolumen und wie entwickeln sich die jeweiligen Markt- und Kundensegmente (Marktprognosen)?
- Welche Märkte liefern neue oder am besten abzugreifende Wachstumspotentiale?
- Welche Chancen und Risiken kennzeichnen die Marktentwicklung?
- Welches sind die kritischen Kundenanforderungen (aktuell, zukünftig)?
- Wie teilt sich der Markt unter technischen und vertrieblichen Aspekten auf (regional, Vertriebskanäle)?
- Wie hoch ist der Marktanteil meines Unternehmens in den verschiedenen Segmenten?
- Wie können Marktanteile gewonnen werden?

Folgende **Methoden und Tools** sollten bei der Marktanalyse standardmäßig als Minimum eingesetzt werden:

- [Markttrendanalyse](#)
- [Strategische Marktsegmentierung](#)
- [Marktprognosen](#)
- [Analyse der Marktattraktivität](#)
- [Marktanteilsanalyse](#)

Zu allen diesen Methoden werden sukzessive Artikel mit Erläuterungen und Hinweisen veröffentlicht werden.

**Detaillierte Informationen** zu Marktanalysen finden sich auf folgenden Seiten:

- [Methoden der Marktanalyse](#)
- [Tools zur Marktanalyse](#)
- [Consulting-Services für Marktanalysen](#)
- [Detaillierte Beschreibung der Consulting-Services \(sog. Produktblätter\)](#)

```
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 = "";
```

---

PDF generated by Kalin's PDF Creation Station