

Wettbewerbsanalysen / Konkurrenzanalysen

by Winfried Kempfle - Montag, Januar 09, 2012

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

Im Rahmen der Wettbewerbs- bzw. Konkurrenzanalyse werden die Konkurrenzsituation und Strategien zur Verbesserung der eigenen Wettbewerbsposition untersucht.

Die nachfolgende **Kurzpräsentation** erklärt die wichtigsten Aufgaben, Methoden, Ziele und Ergebnisse von Wettbewerbsanalysen:

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

Die Unterlage

- informiert über die verschiedenen Arten von Wettbewerbsanalysen (strategisch versus taktisch)
- erklärt die Hauptaufgaben und Schnittstellen der Wettbewerbsanalyse
- erläutert, wie Konkurrenzanalysen sowohl als Basis für strategische Entscheidungen als auch im operativen Geschäft verwendet werden können
- zeigt Beispiele für Industrieanalysen
- beschreibt die Vorgehensweisen bei Wettbewerbs- und Produktvergleichen
- gibt Hinweise auf die Methodik taktischer Konkurrenzanalysen

Informationen über den Wettbewerb sind eine wichtige **Basis für Strategieentscheidungen** im Unternehmen. Mit der Analyse der Wettbewerbsstrategien und der Konkurrenzprodukte sowie mit Firmen- und Produktvergleichen lassen sich aber nicht nur die Strategieplanung, sondern auch Marketing-Programme und Vertriebsaufgaben im **operativen Geschäft** unterstützen.

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

- Wie sieht die gesamte Wettbewerber-Landschaft im relevanten strategischen Markt aus?
- Wie ist die Position und Performance meines Unternehmens im Vergleich zu den wichtigsten Wettbewerbern?
- Wettbewerbsanalyse: Welche Strategien verfolgen meine Hauptkonkurrenten?
- Welche Informationen gibt es über die Hauptkonkurrenten (Wettbewerberprofile)?
- Welches sind die wichtigsten Differenzierungsmerkmale gegenüber der Konkurrenz?
- Wie kann ich Alleinstellungsmerkmale (USP) erreichen und diese zur Verbesserung der Wettbewerbsposition einsetzen?
- Wie können meine Wettbewerbsvorteile aktiv im Vermarktungsprozess eingesetzt werden?
- Welche Bedrohungen durch potentielle neue Wettbewerber oder Technologien können entstehen?

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

- [Industrieanalyse](#)
- [Firmenprofile](#)
- [Wettbewerbsvergleiche](#) (vor allem Strategien, Performance, Marktanteile)

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

- [Produktvergleiche](#) (qualitativ und detailliert als sog. Quick Reference Guide incl. quantitativer Kriterien)
- [Produktvorteile](#) (gelegentlich auch als Battlecard bezeichnet, da als Marketinginstrument gegen die Konkurrenz eingesetzt)
- [Positionierungspapiere](#) mit Stellungnahmen zu Aktivitäten der Konkurrenz (z.B. wenn Wettbewerber neue Produkte ankündigen bzw. in den Markt einführen)
- [Attacken gegen Wettbewerber](#) mit ausführlichen Argumenten, die die eigenen Stärken hervorheben sowie eigene Schwächen und Stärken der Konkurrenz abschwächen

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

Detaillierte Informationen zu Wettbewerbsanalysen finden sich auf folgenden Seiten:

- [Methoden der Wettbewerbsanalyse](#)
- [Tools zur Wettbewerbsanalyse](#)
- [Consulting-Services für Wettbewerbsanalysen \(Übersicht\)](#)
- [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 = "";
```