

Wettbewerbsanalysen in der industriellen Praxis

by Winnie - Montag, Januar 16, 2012

<http://blog.strategie-und-planung.de/wettbewerbsanalysen-in-der-industriellen-praxis>

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 die Strategieplanung, aber auch Marketing-Programme im operativen Geschäft unterstützen.

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

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

In der Praxis werden diese wichtigen Aufgaben oft aus Ressourcenmangel gar nicht oder nur quasi "im Nebenjob" ausgeführt. Beispielsweise lässt sich dies häufig im Produktmanagement beobachten, wo Informationen über Wettbewerbsprodukte von entscheidender Bedeutung sind, die zuständigen Produktmanager diese aber nur selten im erforderlichen Umfang beschaffen können.

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 werde ich in der nächste Zeit im Rahmen dieses Blogs ausführliche Beiträge mit Erläuterungen und Hinweisen veröffentlichen.