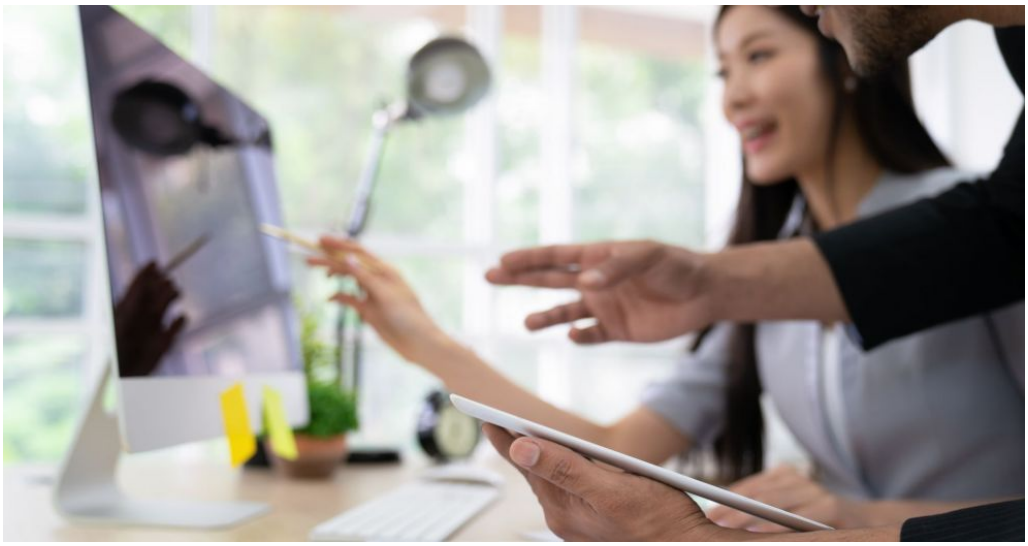
Marktanalyse

Kategorie
- Umsetzungsgrundlage

Zielgruppe
- Unternehmen

Projektphase
- Analyse
- Planung



Quelle: Krisanapong Detraphiphat / Getty Images

Was ist eine Marktanalyse?

Im Rahmen einer Marktanalyse werden verschiedene Parameter untersucht, um Erkenntnisse darüber zu erlangen, ob ein neues Mobilitätsangebot im bestehenden Markt Erfolg haben wird. Dafür werden unter anderem die Kundinnen und Kunden, mögliche Alternativangebote oder Wettbewerber und das regulatorische Umfeld betrachtet.

Die Marktanalyse verfolgt den Zweck, einen Überblick über den relevanten Markt zu geben. Das bedeutet, dass alle Parameter analysiert werden, die wesentlich zum Erfolg eines Angebotes beitragen. Auf dieser Grundlage wird eine zielgerichtete und effiziente Angebotsentwicklung ermöglicht.

Welche Vorteile bietet eine Marktanalyse?

Mithilfe einer Marktanalyse kann ein gutes, bedürfnisorientiertes und wettbewerbsfähiges Angebot entwickelt werden. Der Erfolg einer Markteinführung oder einer Anpassungsanpassung kann entscheidend von dieser Passung abhängen.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Die konkrete Ausgestaltung der Marktanalyse ist abhängig von dem zu untersuchenden Markt bzw. dessen Marktsegment. In der Regel werden dabei die folgenden Aspekte betrachtet:

- Marktgröße und -struktur: Wie groß ist der Markt und in welche wesentlichen Bestandteile kann er gegliedert werden?
- Marktakteure/Wettbewerberinnen und Wettbewerber: Welche Akteure treten im Markt auf? Handelt es sich um Wettbewerber oder potenzielle Kooperationspartner?
- Markttrends: Welche Veränderungen lassen sich in den letzten Jahren beobachten? Mit welchen Veränderungen ist in Zukunft zu rechnen?
- Kundenstruktur: Welche Kundengruppen bestehen und gewinnen oder verlieren diese in Zukunft an Bedeutung (z. B. durch den demografischen Wandel)?

- Regulatorisches Umfeld: Was sind die zentralen regulatorischen Vorgaben, die den Markt prägen?
- Erfolgsfaktoren: Welche Faktoren sind erfolgsentscheidend?
- Rentabilität: Mit welchen Kosten und Erlösen ist im Markt zu rechnen? Sind kostendeckende Angebote möglich oder ist mit einem Zuschussbedarf zu rechnen?

Dabei können sowohl der lokale Markt als auch vergleichbare Märkte betrachtet werden, um die dort gewonnenen Erkenntnisse auf die Situation vor Ort zu übertragen. Eine Marktanalyse sollte möglichst frühzeitig durchgeführt werden, um die Entwicklung von Parallelangeboten zu vermeiden und mögliche Kooperationsmöglichkeiten zu identifizieren.

Die Marktanalyse kann mit weiteren Untersuchungen, wie Kundinnen- und Kundenbefragungen, Bedarfsanalysen oder Bevölkerungsprognosen zusammengeführt werden, um einen übergeordneten strategischen Rahmen zur Entwicklung neuer Mobilitätsangebote zu erarbeiten.

Die Kosten einer Marktanalyse sind in erster Linie durch den Umfang und Detaillierungsgrad der Untersuchung sowie den Eigenschaften des zu betrachtenden Marktes geprägt. Sind die notwendigen Informationen öffentlich verfügbar, erleichtert dies die Erstellung einer Marktanalyse. Gegebenenfalls fallen Kosten für die Beauftragung externer Dienstleistungen an.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Für die Marktanalyse werden entsprechendes Methodenwissen als auch umfangreiche Informationen zum Markt benötigt. Stehen diese Informationen nicht oder nur eingeschränkt zur Verfügung, sinkt damit die Güte der Untersuchung. Insbesondere in stark regulierten Märkten wie dem Mobilitätssektor besteht die Gefahr, die Wettbewerbssituation und Wirtschaftlichkeit falsch einzuschätzen.

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Bedarfsanalyse (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/bedarfsanalyse)
Kosten-Nutzen-Analyse (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kosten-nutzen-analyse)
Kosten- und Erlösschätzung (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kosten-und-erloesschaetzung)
Potenzialanalyse (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/potenzialanalyse)

Quellen

Allgemeiner Automobilclub Deutschland (ADAC), 2016: Mobilitätssicherung im ländlichen Raum. München.

Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI), 2016: Integrierte Mobilitätskonzepte zur Einbindung unterschiedlicher Mobilitätsformen in ländlichen Räumen. Berlin.

Smith, Kit, 17.01.2017: Der vollständige Guide zur Marktanalyse. Zugriff: https://www.brandwatch.com/de, Ressourcen, Blog, Der vollständige Guide zur Marktanalyse [abgerufen am 18.12.2023].