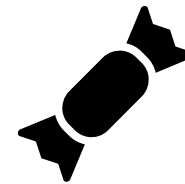
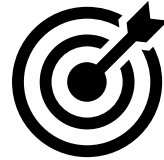
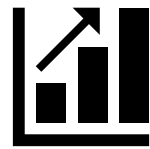




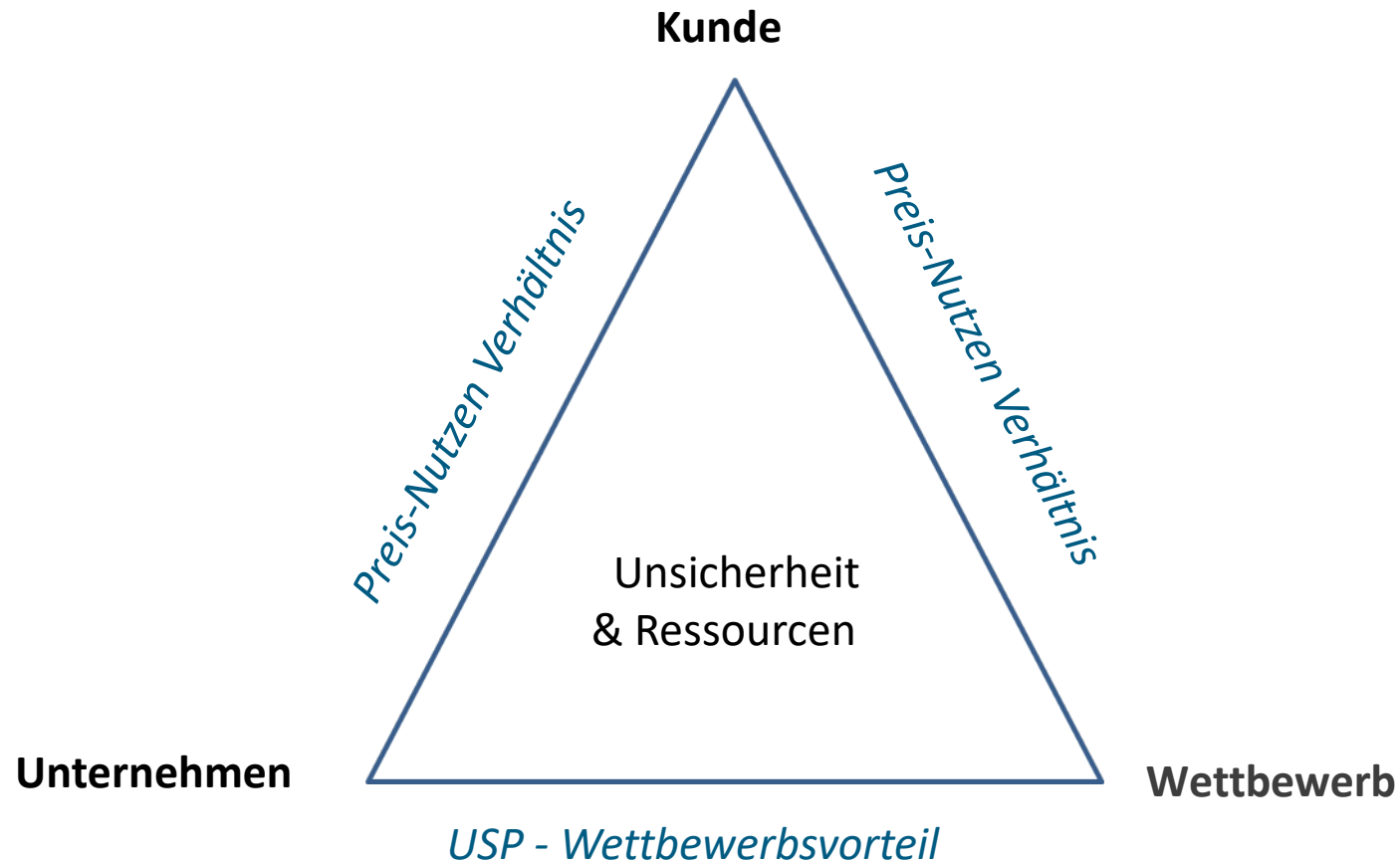
Entdecke deinen Markt

Schritt für Schritt zur Marktanalyse

Marktanalyse – ein relevantes Thema?



Marktsituation - Strategisches Dreieck

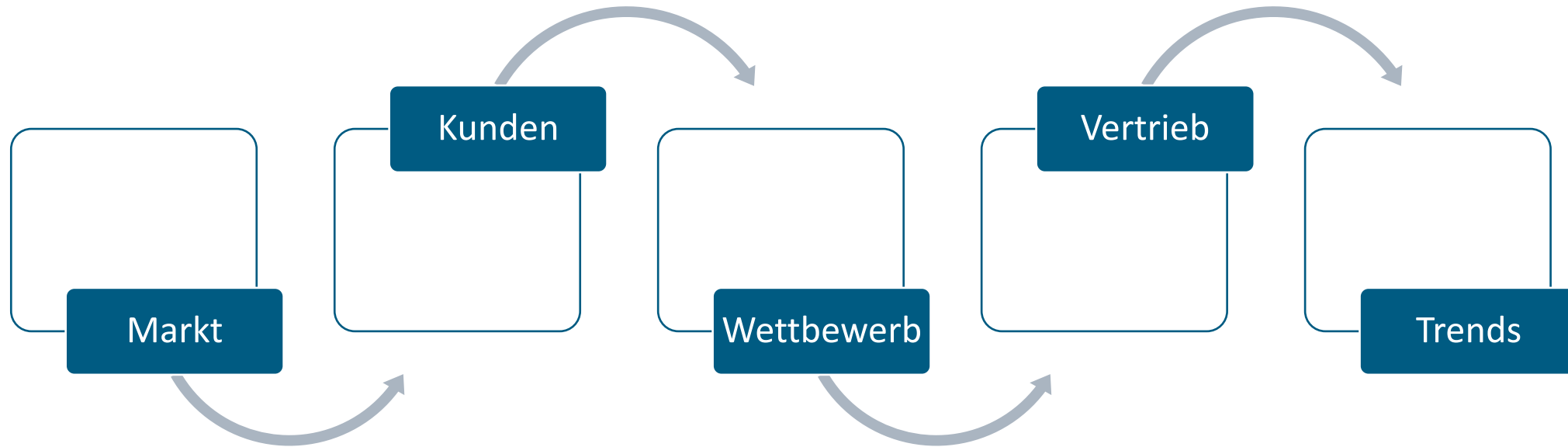


What to... ANALYSE

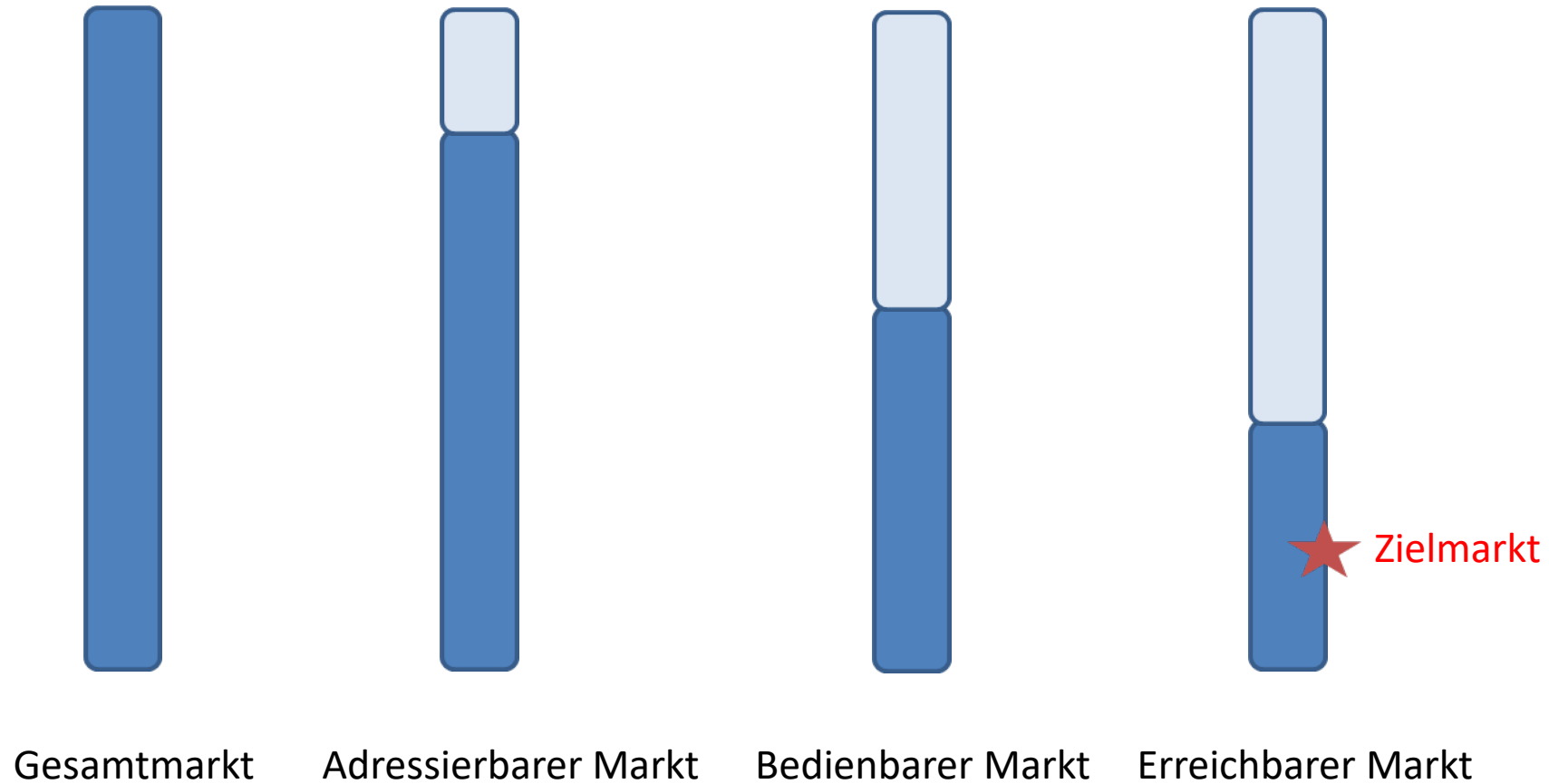
Anforderungen?

- Nennen und beschreiben Sie den **Zielmarkt** Ihres Unternehmens
- Leiten Sie konkrete Werte für das **Marktvolumen** zum **Marktpotenzial** hin zum **Marktwachstum** ab? / Wird der Markt durch einflussreiche Unternehmen oder andere **Stakeholder** beeinflusst?
- Gibt es für mich relevante **Markteintrittsbarrieren**?

How to... ANALYSE



1. Zielmarktbestimmung

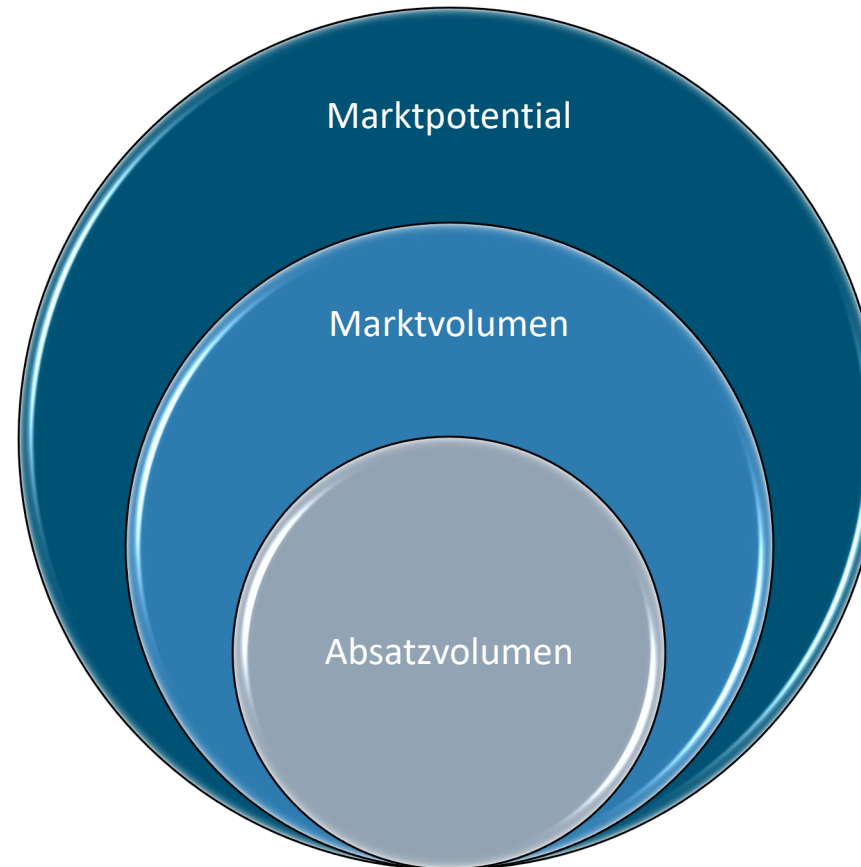


2. Kennzahlen

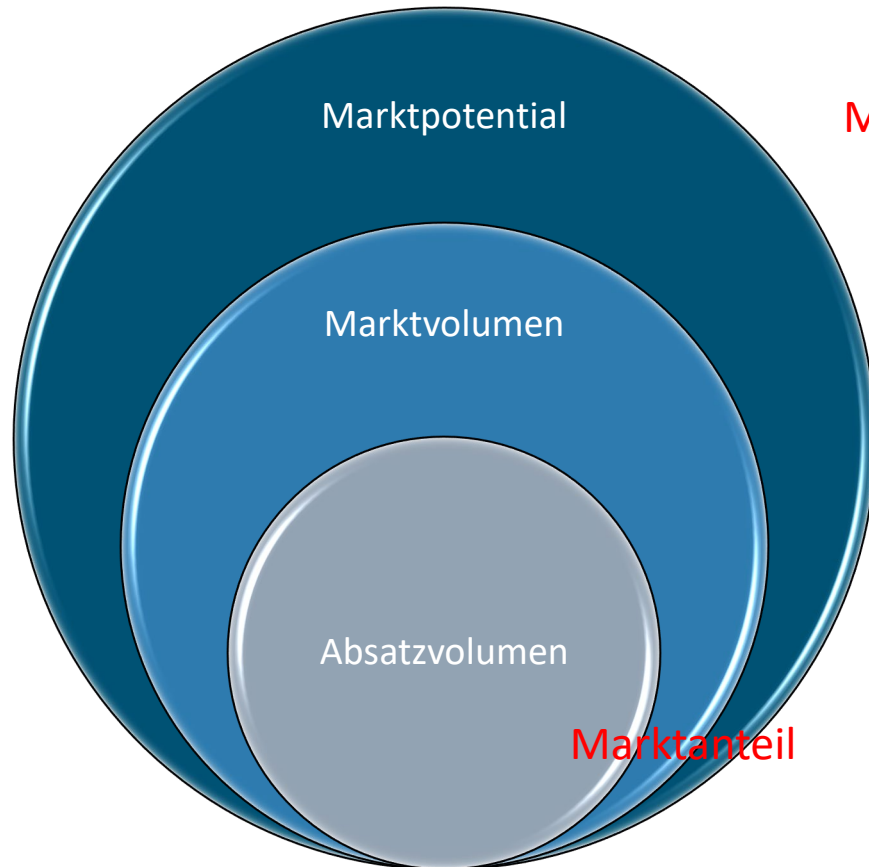
Aufnahmefähigkeit des Marktes:
Gesamtheit möglicher Absatzmengen für ein bestimmtes Produkt oder eine Produktkategorie.

Realisierte Mengen (Absatz) / Werte (Umsatz) einer Produktgruppe oder Branche auf einem definierten Markt in der betrachteten Periode.

Tatsächlicher Absatz eines Unternehmens in einer Periode



2. Kennzahlen



Marktwachstum

**Veränderung des Marktvolumens
gegenüber dem Marktvolumen der
Vorperiode**

Marktanteil

**Kennzeichnung der Bedeutung des
Unternehmens am Markt/ im Vergleich
zum stärksten Konkurrenten**

2. Kennzahlen

Marktpotential:

Aufnahmefähigkeit des Marktes: Gesamtheit möglicher Absatzmengen für ein bestimmtes Produkt oder eine Produktkategorie.

Sie produzieren Lockenstäbe für kunstvolle Frisuren und bieten diese zum Preis von EUR 100.- an. Aktuell nur in Deutschland. Die Gesamtbevölkerung umfasst ca. 80 Millionen Einwohner.

- Gehen wir also davon aus, dass die Männer wegfallen (=50%), und von den Frauen 10 % Kurzhaar-Frisuren tragen. Zudem sind zusätzlich 5 % Kinder unter 10 Jahren.
- Anzahl der Käufer x Menge pro Käufer pro Jahr x Preis =
28 Mio x 1 x 40 Euro = 1,12 Mrd Euro

2. Kennzahlen

Marktvolumen:

Realisierte Mengen (Absatz) / Werte (Umsatz) einer Produktgruppe oder Branche auf einem definierten Markt in der betrachteten Periode. I.d.R. nur ein Teil des Marktpotentials. Notwendig zur Berechnung des Marktanteils.

Marktanteil:

Kennzeichnung der Bedeutung des Unternehmens am Markt:

$$\frac{\text{Eigener Absatz (Umsatz)}}{\text{Gesamtabsatz (Umsatz) aller Anbieter}} * 100$$

2. Kennzahlen

Relativer Marktanteil:

Kennzeichnung der Bedeutung des Unternehmens im Vergleich zum Marktanteil des größten Konkurrenten (Konkurrenzstärke):

$$\frac{\text{Eigener Absatz (Umsatz)}}{\text{Gesamtabsatz (Umsatz) des stärksten Wettbewerbers}} * 100$$

Haben Sie für das eigene Unternehmen einen relativen Marktanteil größer als 100 % errechnet, sind Sie der Marktführer.

2. Kennzahlen

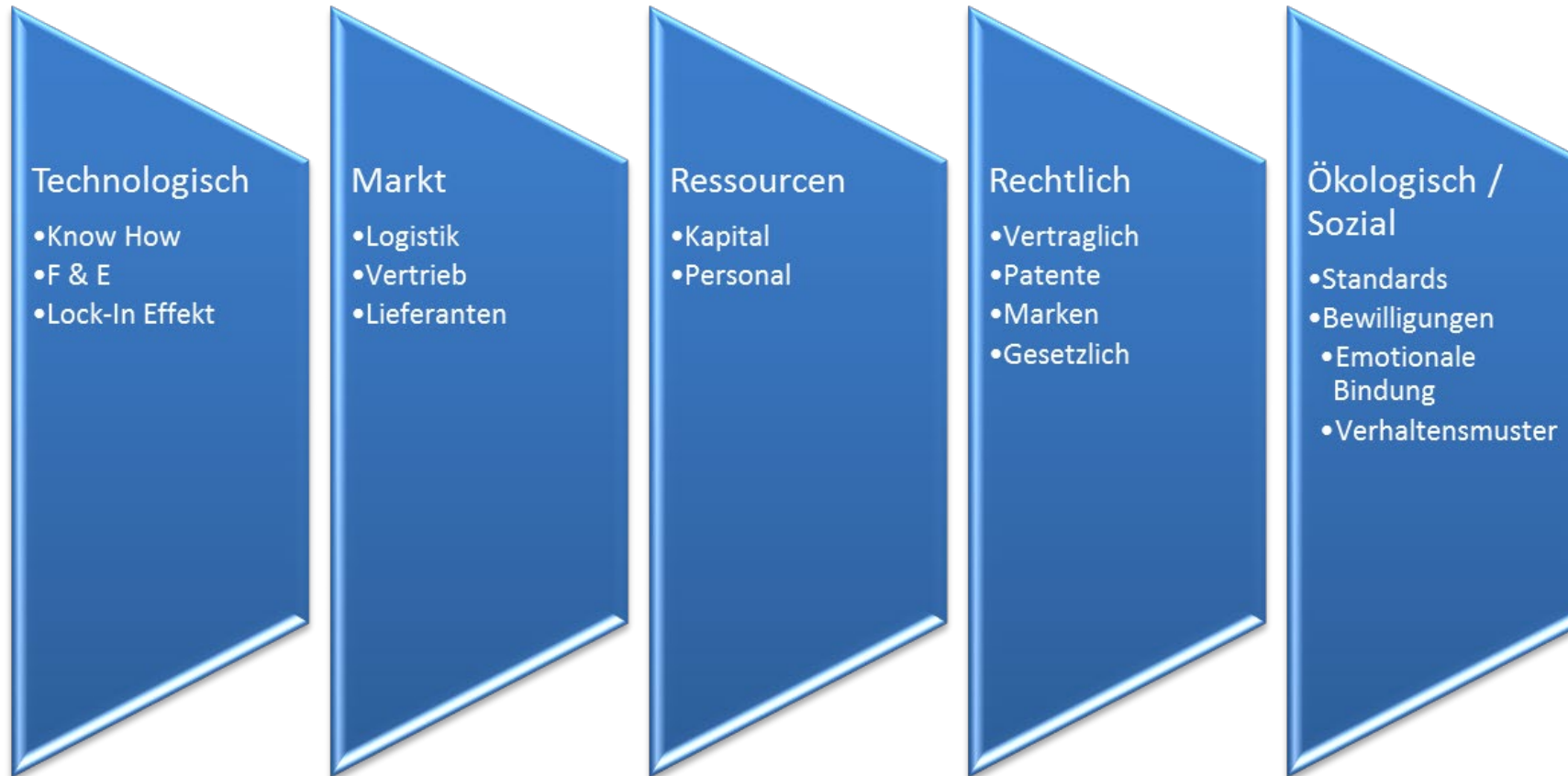
Marktwachstum:

Das Marktwachstum drückt die Veränderung des Marktvolumens gegenüber dem Marktvolumen der Vorperiode aus:

$$\text{Marktwachstum (\%)} = \frac{\text{Zusätzliches Marktvolumen}}{\text{Marktvolumen der Vorperiode}} / * 100$$

- Absolute Zunahme des Um- oder Absatzes in einem Markt (i.d.R. Umsatz)
- Bietet hohe Gewinnpotentiale

3. Marktbarrieren



Ansprechpartnerin

TU Bergakademie Freiberg

Gründernetzwerk SAXEED

Co-Working Space DBI

Halsbrücker Str. 34

09599 Freiberg

M.Sc. Isabel Schulze

Technologiescout

Tel.: 03731/39 4883

isabel.schulze@saxeed.net

