

## Wettbewerbsanalyse



© j-mel / Adobe Stock

### Wer Ihnen in die Quere kommen kann

Wenn Sie Ihrer Konkurrenz genau auf die Finger schauen, lernen Sie deren Produkte und Dienstleistungen sowie deren Stärken und Schwächen gründlich kennen und sind in der Lage, Ihr eigenes Angebot so weiterzuentwickeln, dass es sich (noch mehr) von dem Ihrer Mitbewerber abhebt. So verschaffen Sie sich Wettbewerbsvorteile. Die Wettbewerbsanalyse ist also ein wichtiger Bestandteil Ihres Businessplans.

### Vergleich mit Wettbewerbsunternehmen

Erörtern Sie, welche Ihrer Mitbewerber die wichtigsten in Ihrer Branche sind, wie diese auftreten, welche Produkte sie anbieten, und wie sie arbeiten. Wichtig ist, inwiefern sich Ihre Produkte von denen der Konkurrenz unterscheiden. Definieren Sie die Unterschiede, beispielsweise was die Eigenschaften oder Qualität angeht. Überlegen Sie, wieso Kunden Konkurrenzprodukte Ihren Produkten vorziehen könnten. Betrachten Sie die Preisstrategien Ihrer Wettbewerber und mögliche Reaktionen auf Preisänderungen. Und denken Sie darüber nach, welche Unternehmen Ihnen das Leben schwer machen könnten, und womit. Positionieren Sie Ihr Unternehmen

Stellen Sie dar, wie, womit und warum Ihr Unternehmen der Konkurrenz überlegen ist, und welche Position es auf einer Rankingliste einnehmen würde. Liegt Ihr Unternehmen hinter der Konkurrenz, überlegen Sie, welche Gründe es dafür gibt.

### Mögliche Kooperationen

Möglicherweise kann Ihr Unternehmen von Kooperationen profitieren. Wenn Sie zum Beispiel in Gemeinschaft mit anderen Unternehmen zur Vielfalt des Sortiments- und Leistungsangebots in Ihrem Stadtteil beitragen, bieten Sie gleichzeitig einen höheren Gesamtnutzen für den Kunden.

## Zukünftige Entwicklungen

Die Situation auf dem ausländischen Markt kann zukünftig eine Rolle für Ihre Unternehmensentwicklung spielen. Treten plötzlich ausländische Konkurrenten in den Markt ein, kann sich das negativ auswirken – beispielsweise, weil diese ihre vergleichbaren Produkte günstiger anbieten. Auch der Zusammenschluss von Konkurrenten stellt ein Risiko dar. Denken Sie daher über Maßnahmen nach, die Ihre eigene Stellung stärken und helfen, Ihr Geschäft auszubauen.

## Informationen über den Wettbewerb

Informationen über Ihre Konkurrenten erhalten Sie unter anderem aus Internetrecherchen, Marktstudien, Absatzstatistiken, Verbandsnachrichten, Wirtschafts- und Fachzeitschriften oder Branchenverzeichnissen. Auch Gespräche mit Kunden oder Lieferanten können aufschlussreiche Ergebnisse liefern. Lernen Sie Ihre Wettbewerber zudem durch eigene Marktforschung kennen. Handelt es sich um einen Einzelhandelsbetrieb, schlüpfen Sie in die Rolle des Kunden und machen Sie Testkäufe. So erhalten Sie einen Einblick in sein Sortiment, die Preispolitik und die Qualität seiner Serviceleistungen. Auch auf Messen oder bei Betriebsbesichtigungen können Sie Ihre Konkurrenz kennenlernen.

## Ansprechpartner

### Pascal Görigk

Telefon: +49 2161 241-120

Telefax: +49 2151 635-44120

E-Mail:

Bismarckstraße 109

41061 Mönchengladbach

## Dokument-Infos

Webcode: 25512

Ausdrucksdatum: 20.10.2021