

Marktanalyse

aus Wikipedia, der freien Enzyklopädie

Die **Marktanalyse** ist Teilgebiet des Marketings und wird meist als Synonym für Marktforschung (im weitesten Sinne) und Marktinformationsbeschaffung verwendet. Die Marktanalyse ist der grundlegende Baustein eines Marketingplans oder eines Marketingkonzeptes, aus dem anschließend strategische und operative Ziele und Maßnahmen abgeleitet werden. Auch ist die Marktanalyse ein wichtiger Baustein im unternehmensübergreifenden Benchmarking.

Die Marktanalyse ist im Gegensatz zur Marktbeobachtung nur eine punktuelle Darstellung der Marktsituation, weshalb man auch von einer Zeitpunktbetrachtung spricht. Hierbei werden nur die Daten erhoben, die gerade aktuell sind und so für Entscheidungen herangezogen werden können. Die Marktbeobachtung geht hier um einiges weiter und liefert umfassendere Informationen. Allerdings ist sie auch langwieriger bei der Erstellung, da sie einen Zeitraum betrachtet.

Zur Marktanalyse können entweder interne Marktdaten (z. B. Verkaufszahlen, Produktionskosten) oder externe Marktdaten (z. B. makroökonomische Trends) verwendet werden. Nach Art der Sachverhalte werden diese auch in demoskopische (Meinungen) und ökoskopische Daten (Fakten) unterschieden.

Zur Marktanalyse gehören insbesondere:

- Marktpotential bei innovativen Produkten oder Dienstleistungen
- Marktvolumen und Marktentwicklung (Wachsen, Stagnieren, Schrumpfen)
- Marktstrukturierung nach Teilmärkten
 - Nach Regionen/Ländern
 - Nach Produktgruppen
 - Nach Kundentypen (z. B. ABC-Kunden)
 - Nach Vertriebskanälen
- Konkurrenzanalyse (siehe auch Benchmarking)
- Potenzielle Substitutionsprodukte
- Produktlebenszyklusanalyse

Eine bekannte Methode zur Marktanalyse ist die so genannte Portfolio-Analyse. Dabei werden beispielsweise der Marktanteil und das Wachstumspotenzial von verschiedenen Produkten oder Produktgruppen in einem Koordinatensystem jeweils auf x- und y-Achse aufrufen und so verglichen.

Die Marktanalyse wird zusammen mit der Marktbeobachtung dazu verwendet, um eine Marktprognose (Vorhersage) zu erstellen.

Von „<http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Marktanalyse&oldid=119825435>“

Kategorien: Marktforschung | Marketing

-
- Diese Seite wurde zuletzt am 23. Juni 2013 um 14:52 Uhr geändert.
 - Abrufstatistik

Der Text ist unter der Lizenz „Creative Commons Attribution/Share Alike“ verfügbar; Informationen zum Lizenzstatus eingebundener Mediendateien (etwa Bilder oder Videos) können im Regelfall durch

Anklicken dieser abgerufen werden. Möglicherweise unterliegen die Inhalte jeweils zusätzlichen Bedingungen. Durch die Nutzung dieser Website erklärst du dich mit den Nutzungsbedingungen und der Datenschutzrichtlinie einverstanden.

Wikipedia® ist eine eingetragene Marke der Wikimedia Foundation Inc.