

Marktanteilsanalyse

(In Bezug zur Präsentation Nr. 10)

Eine Marktanteilsanalyse ist ein wichtiger Aspekt des strategischen Managements und des Marketings. Sie gibt an, wie viel Prozent des Gesamtmarkts auf ein bestimmtes Unternehmen oder Produkt entfallen. Hier ist, wie man eine Marktanteilsanalyse durchführt und den Marktanteil berechnet:

Schritte zur Durchführung einer Marktanteilsanalyse:

1. Marktdefinition:

Zuerst muss der relevante Markt definiert werden. Dies kann geografisch (z.B. global, regional, national, lokal) oder nach Produkt/Dienstleistungskategorien erfolgen.

2. Datensammlung:

Daten über den Gesamtumsatz des Marktes und die Umsätze der einzelnen Unternehmen im Markt müssen gesammelt werden. Diese Informationen können aus Branchenberichten, Unternehmensfinanzberichten, Marktstudien oder Verkaufsdatenbanken stammen.

3. Berechnung des Marktanteils:

Der Marktanteil eines Unternehmens wird typischerweise durch den Vergleich des Unternehmensumsatzes mit dem Gesamtumsatz des Marktes berechnet.

Formel zur Berechnung des Marktanteils:

$$\text{Marktanteil} = \left(\frac{\text{Umsatz des Unternehmens}}{\text{Gesamtumsatz des Marktes}} \right) * 100 \%$$

Analyse:

4. Vergleich:

Vergleiche die Marktanteile verschiedener Unternehmen, um die Marktstellung zu verstehen.

5. Trends:

Analysiere die Marktanteilsentwicklung über die Zeit, um Trends, Wachstum oder Rückgang im Marktanteil zu erkennen.

6. Segmentierung:

Untersuche den Marktanteil in verschiedenen Marktsegmenten, um Stärken und Schwächen in spezifischen Bereichen zu identifizieren.

Aktionsplan:

7. Strategische Schlussfolgerungen:

Entwickle Strategien basierend auf den Analyseergebnissen, um den Marktanteil zu steigern oder zu verteidigen.

8. Implementierung:

Setze die geplanten Maßnahmen um, um den Marktanteil zu verbessern.

9. Monitoring:

Überwache regelmäßig die Marktanteilsentwicklung, um die Effektivität der umgesetzten Strategien zu bewerten.

Beispiel:

Angenommen, das Gesamtvolumen des Marktes für eine spezifische Kategorie von Softwareprodukten beträgt 100 Millionen Euro pro Jahr. Wenn das Unternehmen A einen Jahresumsatz von 15 Millionen Euro mit dieser Software erzielt, wäre der Marktanteil von Unternehmen A:

$$\text{Marktanteil} = \left(\frac{15 \text{ Millionen €}}{100 \text{ Millionen €}} \right) * 100 \% = 15 \%$$

Der Marktanteil gibt Auskunft über die Position des Unternehmens A im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern und zeigt, wie groß sein "Stück des Kuchens" im Vergleich zum Gesamtmarkt ist. Unternehmen nutzen diese Information, um die Wirkung ihrer Geschäftsstrategien zu bewerten und um zukünftige Entscheidungen zu treffen, wie sie ihre Marktposition verbessern können.

