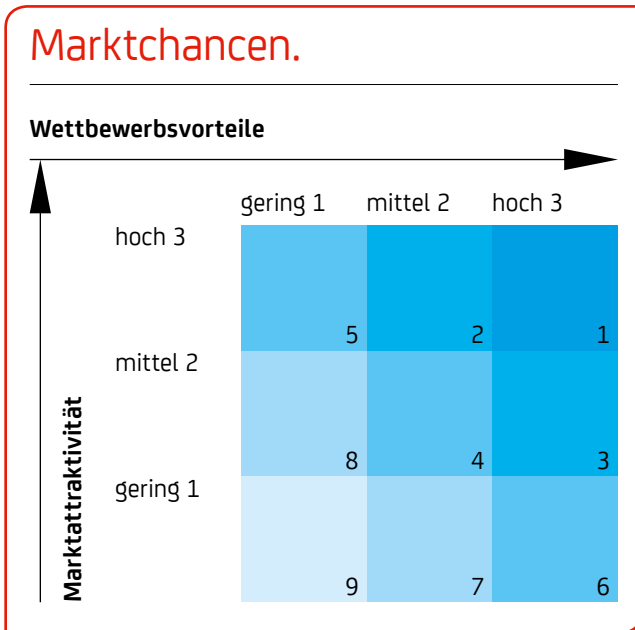


So berechnen Sie Ihre Marktchancen.

Bestimmen Sie die Marktattraktivität und Ihre Wettbewerbsvorteile, und sehen Sie, ob sich Ihr Engagement lohnt.



Beurteilung der Marktattraktivität:

	Bewertung
Das Geld ist bei den potenziellen Kunden vorhanden.	
Bessere Leistungen/Angebote werden auch besser bezahlt.	
Es gibt viele potenzielle Kunden.	
Es herrscht ein geringer Wettbewerb innerhalb des Segments.	
Die Zielgruppe lässt sich leicht ansprechen.	
Es besteht auf dem Markt ein großer Bedarf an Ihren Leistungen/Angeboten.	
Die Kunden wissen bereits, dass sie Ihr Angebot/Ihre Leistung benötigen.	
Sie befinden sich genau am richtigen Ort.	
Die ausgewählte Zielgruppe ist eine wertvolle Empfehlung für andere Geschäfte.	
Summe	

1 = nein, 2 = vielleicht, 3 = ja

Dividieren Sie nun die Summe durch 9 (= Anzahl der Fragen). Das Ergebnis ist der Faktor Ihrer Marktattraktivität.

Beispiel: Die Summe Marktattraktivität ist 17, dividiert durch 9 ergibt 1,9 als Faktor Ihrer Marktattraktivität. Tragen Sie diesen Wert auf der vertikalen Ebene der Matrix „Wettbewerbssituation“ ein und ziehen Sie von ihm ausgehend eine waagrechte Linie.

Das Leben ist voller Höhen
und Tiefen. Wir sind für Sie da.

Willkommen bei der
Bank Austria
Member of **UniCredit**

Beurteilung der Wettbewerbsfähigkeit im Vergleich zum stärksten Konkurrenten

	Bewertung
Standort	
Geschäftsausstattung	
Technische Ausstattung	
Räumliche Gegebenheiten	
Lizenzberechtigungen	
EDV	
Beschaffungskosten	
Produktionsverfahren	
Auslastung	
Produktionspalette/Sortiment/Leistungsangebot	
Anpassungsfähigkeit an Kundenwünsche	
Produkt- und Verfahrensinnovation	
Patente	
Technologie	
Lager	
Logistik	
Personalqualifikation	
Aus- und Fortbildungssystem	
Führungs- u. Motivationssystem	
Preis	
Werbung	
Image	
Markenname	
Bekanntheitsgrad	
Kundenservice und -betreuung	
Referenzen	
Marktpräsenz	
Marketingkosten	
Verkauf	
Kontakte	
Erfahrungen	
Finanzierung	
Vorteile aus der Betriebsgröße	
Wissen über und Erfahrung mit der Zielgruppe	
Summe	

1= schlechter, 2= gleich, 3= besser

Dividieren Sie nun die Summe durch 34 (=Anzahl der Fragen). Das Ergebnis ist der Faktor Ihrer Wettbewerbsvorteile.

Beispiel: Die Summe Wettbewerbsvorteile ist 78, dividiert durch 34 ergibt 2,3 als Faktor Ihrer Wettbewerbsvorteile. Tragen Sie diesen Wert auf der horizontalen Ebene der Matrix „Wettbewerbssituation“ ein und ziehen Sie von ihm ausgehend eine senkrechte Linie.

Das Leben ist voller Höhen
und Tiefen. Wir sind für Sie da.

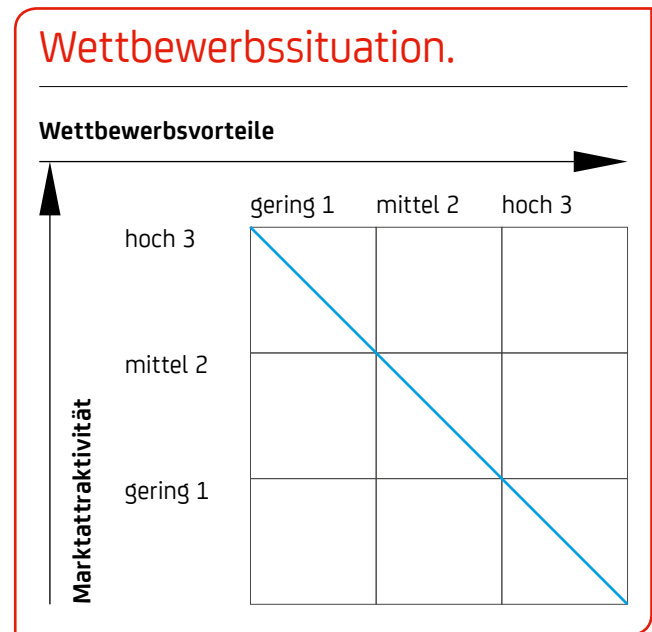
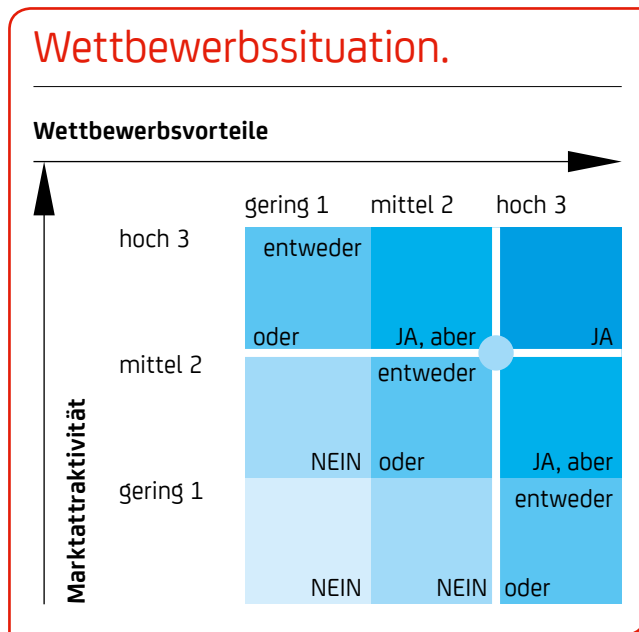
Willkommen bei der
Bank Austria
Member of **UniCredit**

Sie haben nun zwei Werte in die Matrix eingetragen: auf der horizontalen Ebene Ihren Wettbewerbsvorteil und auf der vertikalen Ebene Ihre Marktattraktivität. Und Sie haben, ausgehend von diesen Werten, zwei Linien gezogen. Den Punkt, an dem sich diese beiden Geraden schneiden, kennzeichnen Sie jetzt mit einem Kreis: Dieser Punkt markiert Ihre Wettbewerbssituation.

Beispiel für die Gesamtbeurteilung Ihrer Wettbewerbssituation:

Angenommen, Ihr (fiktiver) Faktor für die Marktattraktivität beträgt 1,9 und Ihr (fiktiver) Faktor für die Wettbewerbsvorteile 2,3, dann stellt sich die Gesamtbeurteilung wie folgt dar:

Und in Ihrem Fall:



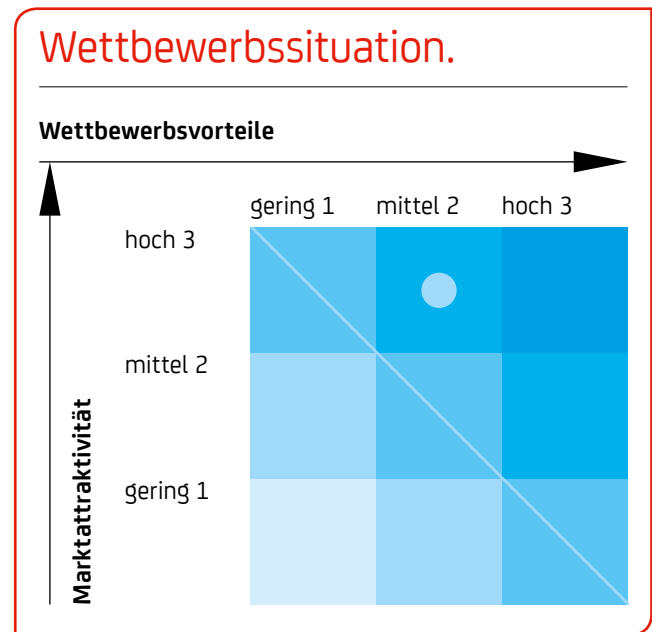
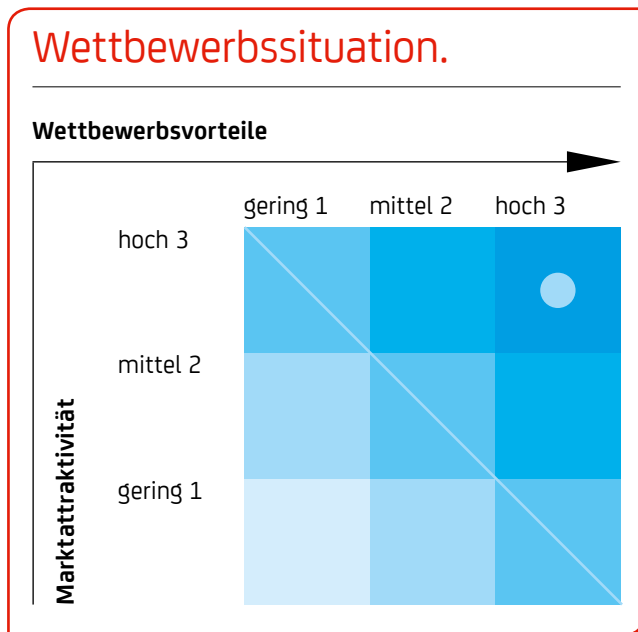
Das Leben ist voller Höhen
und Tiefen. Wir sind für Sie da.

Die Beurteilung Ihrer Wettbewerbssituation.

Anhand des Quadrates, in dem sich der von Ihnen eingezeichnete Kreis befindetet, können Sie jetzt beurteilen, wie erfolgreich Ihre Unternehmensgründung aus heutiger Sicht sein wird.

Feld 1: Wenn sich der Kreis im Feld 1 befindet, so ist Ihre Wettbewerbssituation ideal. Der Markt ist für Sie überaus attraktiv und Ihre Wettbewerbsvorteile sind absolut überzeugend.

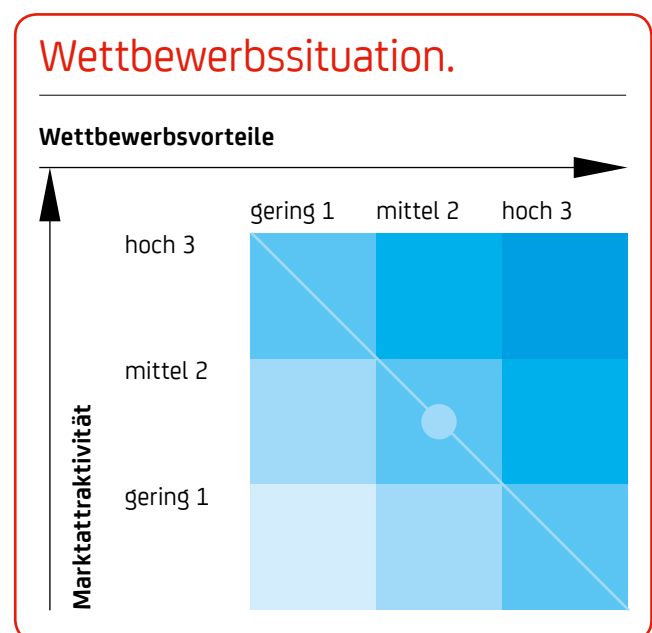
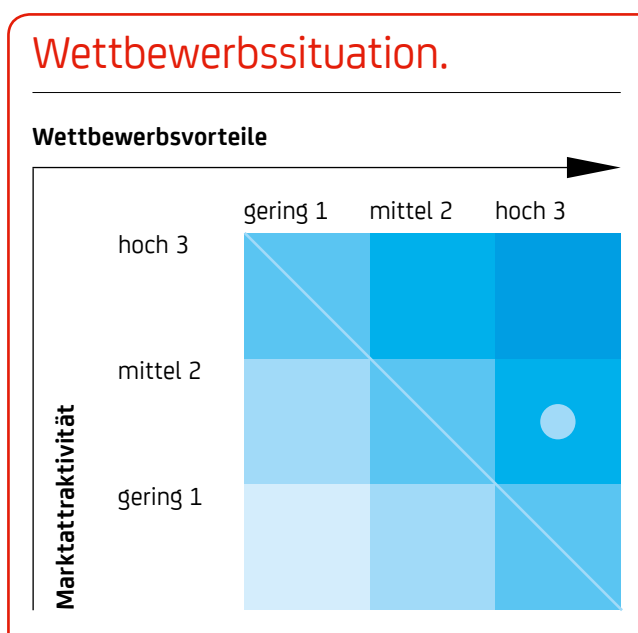
Feld 2: Wenn sich der Kreis im Feld 2 befindet, dann ist für Sie die Marktattraktivität hoch, Ihre Wettbewerbsvorteile sind jedoch nur mittelmäßig ausgeprägt. Beschäftigen Sie sich daher weiter damit, wie Sie Ihre Wettbewerbsvorteile ausbauen können.



Feld 3: Wenn sich der Kreis im Feld 3 befindet, dann sind Ihre Wettbewerbsvorteile hoch, die Marktattraktivität ist jedoch nur mittelmäßig ausgeprägt. In diesem Fall sollten Sie genau überprüfen, warum die Marktattraktivität nur mittelmäßig ist und wie sich jene Faktoren, welche die Attraktivität schmälern, in den nächsten Jahren entwickeln werden. Analysieren Sie diesen Markt noch einmal ganz genau, bevor Sie investieren.

Feld 4: Wenn sich der Kreis im Feld 4 befindet, sind sowohl die Branchenattraktivität als auch Ihre Wettbewerbsvorteile nur mittelmäßig ausgeprägt. Überprüfen Sie in diesem Fall, ob eine Spezialisierung möglich und sinnvoll ist und ob sie ein anderes Ergebnis brächte. Wenn es Ihnen nicht gelingt, durch die Spezialisierung Ihre Wettbewerbsposition maßgeblich zu verbessern, sollten Sie Ihr Vorhaben besser nicht realisieren.

Dieses Tool bietet bloß eine Entscheidungshilfe, ersetzt aber keinesfalls eingehende Beratung.

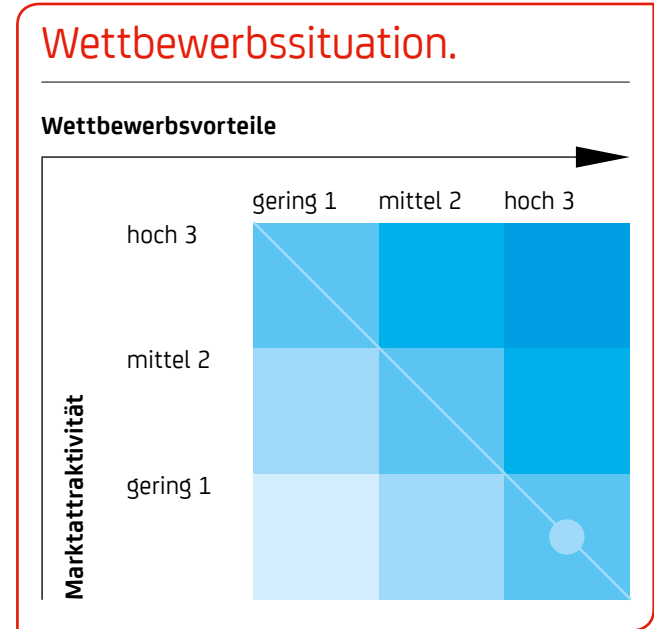
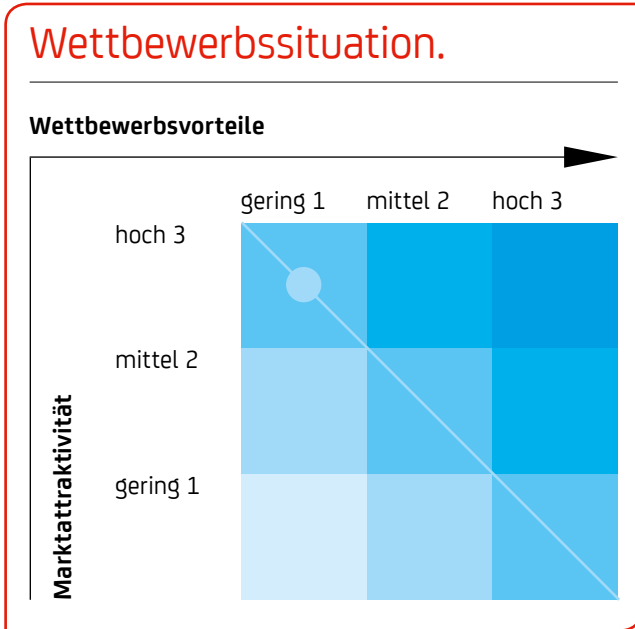


Das Leben ist voller Höhen
und Tiefen. Wir sind für Sie da.

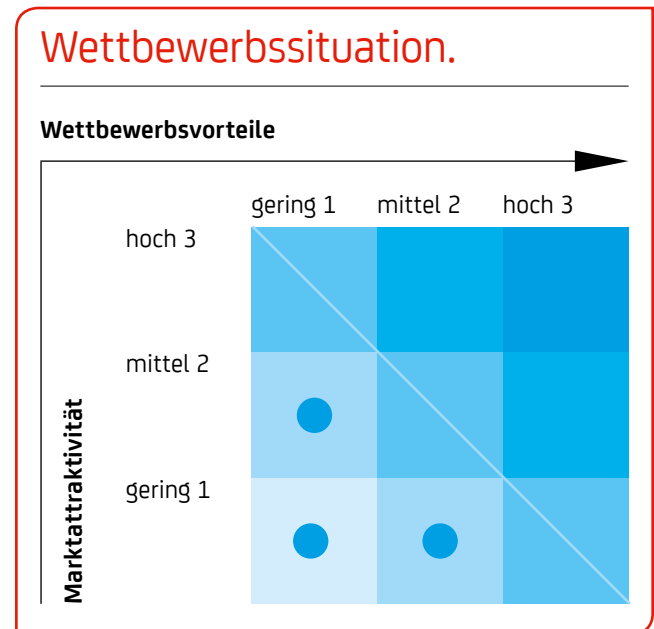
Willkommen bei der
Bank Austria
Member of **UniCredit**

Feld 5: Wenn sich der Kreis im Feld 5 befindet, dann ist Ihre Marktattraktivität hoch, Ihre Wettbewerbsvorteile sind jedoch nur gering ausgeprägt. In diesem Fall ist eine Entweder-oder-Entscheidung angesagt. Entweder Sie schaffen es, Ihre Wettbewerbsvorteile massiv zu verbessern, oder Sie vergessen das Vorhaben.

Feld 6: Wenn sich der Kreis im Feld 6 befindet, sind Ihre Wettbewerbsvorteile hoch, die Marktattraktivität ist jedoch nur sehr gering ausgeprägt. Versuchen Sie festzustellen, auf welche Ursache das zurückzuführen ist und wie sich das in Zukunft entwickeln wird. Wenn nicht absehbar ist, dass die Marktattraktivität in kürzester Zeit zunimmt, ist es nur in einer speziellen Situation sinnvoll, sich in der Branche selbstständig zu machen, nämlich dann, wenn Sie mit einer absoluten Innovation oder einem absolut unschlagbaren Wettbewerbsvorteil in die Branche einsteigen.



Übrige Felder: Wenn sich der Kreis in einem der verbleibenden drei Felder (sieben, acht oder neun) befindet, sollten Sie Ihr Vorhaben besser nicht realisieren. Finden Sie eine neue, andere oder bessere Geschäftsidee. (Quelle 4)



Das Leben ist voller Höhen
und Tiefen. Wir sind für Sie da.