

ARBEITSBLATT 3.2

WETTBEWERBSANALYSE (SCHRITT 3)

DATUM: _____ VERSION: _____

		aktuell						zukünftig								
Nr.	Wettbewerbskräfte	Merkmale	sehr unattraktiv	mässig unattraktiv	neutral	mässig attraktiv	sehr attraktiv	Merkmale	Merkmale	sehr unattraktiv	mässig unattraktiv	neutral	mässig attraktiv	sehr attraktiv	Merkmale	
1 Bedrohung durch neue Wettbewerber																
	Ähnliche Wettbewerber	viele						keine	viele						keine	
	Branchenwachstum	hoch						schwach	hoch						schwach	
	Umfang der notwendigen Fixkosten, um in den Markt einzusteigen	hoch						tief	hoch						tief	
	Differenzierung erfolgt über	Preis						Qualität	Preis						Qualität	
2 Bedrohung durch Ersatzprodukte oder - dienste																
	Reale oder potentielle attraktive Ersatzprodukte	vorhanden						nicht vorhanden	vorhanden						nicht vorhanden	
	Marketing für Ersatzprodukte und Ersatzdienstleistungen	offensiv						nicht vorhanden	offensiv						nicht vorhanden	
	Abwehrmöglichkeiten bspw. durch Standards	vorhanden						nicht vorhanden	vorhanden						nicht vorhanden	
	Technologiesprung	in weiter Ferne						steht bevor	in weiter Ferne						steht bevor	
3 Verhandlungsstärke der Lieferanten																
	Vorteile des gelieferten Produkts	gross						gering	gross						gering	
	Zahl der potentiellen Lieferanten	gering						gross	gering						gross	
	Bedeutung des Produkts für die Qualität der Kundenleistung	gross						marginal	gross						marginal	
	Umstellungskosten beim Wechsel der Lieferanten	hoch						gering	hoch						gering	
	Bedeutung des Kunden für den Lieferanten	gering						gross	gering						gross	
	Interesse an einer Vorwärtsintegration	ausgeprägt						nicht vorhanden	ausgeprägt						nicht vorhanden	
4 Verhandlungsstärke der Kunden																
	Marktmacht der Kunden	gross						gering	gross						gering	
	Standardisierte, austauschbare Produkte bzw. Anbieter	vorhanden						nicht vorhanden	vorhanden						nicht vorhanden	
	hohe Kosten- & Markttransparenz	vorhanden						nicht vorhanden	vorhanden						nicht vorhanden	
	Konzentration der Kunden	hoch						gering	hoch						gering	
	Umstellungskosten und Risiken bei Wechsel	gering						hoch	gering						hoch	
5 Wettbewerbsintensität																
	Größenvorteile (Economie of Scale)	vorhanden						nicht vorhanden	vorhanden						nicht vorhanden	
	Käuferloyalität	hoch						gering	hoch						gering	
	Kapitalbedarf für einen Markteintritt	hoch						gering	hoch						gering	
	Umstellungskosten für den Käufer	hoch						gering	hoch						gering	
	Vertriebskanäle	teuer						preiswert	teuer						preiswert	
	Größenunabhängige Kostenvorteile (Patente, Standort, etc.)	vorhanden						nicht vorhanden	vorhanden						nicht vorhanden	