

ARBEITSBLATT 3.2

WETTBEWERBSANALYSE (SCHRITT 3)

DATUM: 14.02.16 VERSION: 1

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