

Möglichkeiten der Marktanalyse

am Beispiel der Audi AG

Definition »Marktanalyse«:

Unter einer Marktanalyse versteht man eine einmalige, tiefgründige Untersuchung eines Marktes (sowohl Absatz- als auch Beschaffungsmarkt) zu einem bestimmten Zeitpunkt. Dabei wird die Struktur des Zielmarktes meist vor Produkteinführungen analysiert.

Die Marktanalyse ist zusammen mit der Marktbeobachtung der Marktforschung unterstellt, aus deren Erkenntnissen eine Marktprognose erstellt werden kann.

Verwendung:

Die Marktanalyse wird zur punktuellen Darstellung der Marktsituation verwendet, weshalb sie auch »Zeitpunkt Betrachtung« genannt wird. Es werden hierbei neue, noch nicht erfasste Daten erhoben, wobei man diese in zwei Datentypen unterteilt:

- *Primärmaterial*: ist auf den Untersuchungszweck zugeschnitten, als Quellen dienen Befragungen und Beobachtungen
- *Sekundärmaterial*: ist bereits aus früheren Untersuchungen vorhanden, als Quellen dienen Jahrbücher und das Statistische Bundesamt

Bestandteile:

Es werden bei einer Marktanalyse unterschiedliche Bereiche untersucht:

- *Produktlebenszyklus*:

- I. Phase: Einführung des neuen Autos => Modell wird neu eingeführt/aktualisiert
- II. Phase: Steigende Verkaufszahlen => durch Werbung wird der Absatz des Modells gefördert
- III. Phase: Marktreife => Auto ist am Markt etabliert, Verkaufszahlen stagnieren
- IV. Phase: Stättigung des Absatzmarktes => Verkaufszahlen sinken, Modellaktualisierung

- *Portfolio-Analyse*: Einteilung nach Marktchancen (Question Marks, Stars, Cash Cows, Poor Dogs)

- *Marktstruktur*: Unterteilung in Teilmärkte nach

- I. Ländern
- II. Kundentypen
- III. Vertriebskanälen

➔ Anpassung an spezielle Anforderungen (Bsp.: A4 Langversion für chinesischen Markt)

- *Konkurrenzanalyse*: lernt Stärken und Schwächen der Konkurrenten kennen

- I. Bezeichnet legale Sammlung von Informationen über Mitbewerber
- II. Ziel: Wettbewerbsvorteile gegenüber Konkurrenz

➔ Anpassung der Modellpalette an die Konkurrenz (Bsp.: Audi A7 als Mercedes CLS-Konkurrenz)

Quellen: - Audi Finanz- und Geschäftsberichte (Jahre 2003-2009)
- Handouts aus dem Wirtschaftsunterricht, Kapitel 9 (Marketing)
- <http://www.foerderland.de/fachbeitraege/beitrag/Die-strategische-Marktanalyse-Themen-und-Inhalte-einer-strategischen-Marktanalysefb3c55657da/>
- <http://de.wikipedia.org/wiki/Marktanalyse>
- <http://de.wikipedia.org/wiki/Produktlebenszyklus>

[Stand: 06. Juli 2010, 19:00 Uhr]