

## MARKTANALYSE UND BENCHMARKING

Ob eine Firma erfolgreich ist, hängt unter anderem von ihrem Standort ab. Standortfaktoren wie die Kaufkraft der Kunden, die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber der örtlichen Konkurrenz und die Standortkosten beeinflussen, wie erfolgreich sich ein Unternehmen am Markt behaupten kann. Wer seine Firma gewinnbringend führen will, führt daher regelmäßig Marktanalysen durch, misst sich beim Benchmarking mit den Marktführenden – und bringt das eigene Unternehmen so auf Erfolgskurs.

### BENCHMARKING

Benchmarking ist eine Methode, bei der eine Firma sich selbst mit dem marktführenden Unternehmen vergleicht. Die Merkmale, die dabei miteinander verglichen werden, werden Benchmarks (zu Deutsch: Maßstäbe) genannt. Das können zum Beispiel Produkte, Standortfaktoren, aber auch Führungstechni-

ken oder Mitarbeitermotivation sein. Der Vergleich soll zeigen, was das marktführende Unternehmen besser macht und welche Schwächen die eigene Firma im Vergleich dazu hat. Ziel ist es, das eigene Unternehmen zu verbessern und so erfolgreicher zu machen.

### STANDORTFAKTOREN

#### KAUFKRAFT DER KUNDSCHAFT

(Die Geldsumme, die Kunden vor Ort zur Verfügung steht, d. h. die Netto-einkommen plus Kredite minus Schuldentilgung. *Hat die Kundschaft eher ein hohes, mittleres oder niedriges Einkommen?*)

Eigene Firma:

---

Marktführendes Unternehmen:

---

#### STANDORTKOSTEN

(Die Kosten für den Standort: alle fixen Kosten wie Miete plus alle variablen Kosten wie Strom und Heizung. *Wie viel bezahlt die Firma für Miete, Strom, Heizung, Wasser, Müllentsorgung etc.?*)

Eigene Firma:

---

Marktführer:

---



#### WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

(Fähigkeit, mit Anbieterinnen und Anbietern ähnlicher Produkte oder Dienstleistungen um Kundschaft zu konkurrieren. *Ist das Angebot hinsichtlich Qualität, Preis, Herstellungskosten etc. konkurrenzfähig?*)

Eigene Firma:

---

Marktführer:

---

#### ALLEINSTELLUNGSMERKMALE

(Positive Merkmale, die das eigene Angebot deutlich von anderen Angeboten unterscheiden. *Welche Eigenschaft hebt das Angebot deutlich von der Konkurrenz ab, z. B. Preis, Service, Verpackung, Qualität?*)

Eigene Firma:

---

Marktführer:

---

## MARKTANALYSE UND BENCHMARKING

### ARBEITSAUFTRÄGE:

1. Ermitteln Sie in Gruppenarbeit die Standortfaktoren Ihrer eigenen Schülerfirma (oder für ein selbst gewähltes Unternehmen aus Ihrem Wohnort). Tragen Sie Ihre Ergebnisse in den leeren oberen Feldern der Grafik ein.
2. Führen Sie nun ein Benchmarking durch: Bestimmen Sie das marktführende Unternehmen und notieren Sie dessen Standortfaktoren in den leeren Feldern darunter. Recherchieren Sie hierzu ggf. Informationen auf dessen Firmenwebsite oder im Internet.

### ERGEBNISSE DES BENCHMARKINGS

#### Schwächen der eigenen Firma gegenüber dem marktführenden Unternehmen:

|       |       |
|-------|-------|
| <hr/> | <hr/> |
| <hr/> | <hr/> |
| <hr/> | <hr/> |

#### Möglichkeiten zur Verbesserung:

|       |       |
|-------|-------|
| <hr/> | <hr/> |
| <hr/> | <hr/> |
| <hr/> | <hr/> |

### ARBEITSAUFTRAG:

Werten Sie in Gruppenarbeit Ihre Notizen in der Grafik aus:  
Welche Schwächen hat Ihre Schülerfirma (oder das Unternehmen aus Ihrem Wohnort) gegenüber dem dem marktführenden Unternehmen? Welche Verbesserungen können zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit und somit zu einem größeren Erfolg führen? Präsentieren Sie Ihre Ergebnisse im Plenum.