

Hinweise zu Marketing und Vertrieb

Ein Marketingplan verbessert in der Regel die Qualität Ihrer Voraussagen bzw. Ihrer Planrechnungen und kann mögliche Risiken aufzeigen.

1. Marktanalyse

Kennen Sie den Markt Ihrer Genossenschaft? Brauchen Sie Zahlen und Daten, um den künftigen Markt Ihrer Genossenschaft beurteilen zu können?

► **Mögliche Informationsquellen:**

- Statistische Bundes- und Landesämter
- Veröffentlichungen von Marktforschungsinstituten
- Branchenbriefe der Volksbanken und Raiffeisenbanken
- Untersuchungen der IHKs und HWKs
- Allgemeine Wirtschaftsdaten bei Wirtschaftsforschungsinstituten
- Branchenzeitschriften oder Verbandsstatistiken
- Wirtschaftspresse
- Firmenportraits/Geschäftsberichte
- Preislisten/Prospekte der Wettbewerber
- Veranstaltungen/Messen
- Messekataloge
- Datenbankrecherchen

► **Daten und Informationen, die für Sie relevant sein können:**

- Gesamtwirtschaftliches Wachstum
- Verfügbares Einkommen
- Einkommensentwicklung
- Zukunftsaussichten
- Arbeitslosigkeit
- Einwohnerzahlen
- Bevölkerungsentwicklung
- Bevölkerungsstruktur
- Kaufkraftkennziffern der Bevölkerung
- Investitionspotentiale/-tätigkeit
- Bildungsniveau
- Technologische Entwicklung

- Trendaussagen
- Prognosen über allgemeine Entwicklung, Branchen, Produkt- oder Zielgruppen
- Verbraucherverhalten und -gewohnheiten
- Preisentwicklung

2. Wettbewerbsanalyse

Wer sich am Markt bewegt, muss sich dem Wettbewerb stellen. Neben bestehenden oder potentiellen Konkurrenzfirmen sollten Sie auch an die Gefahr möglicher Substitutionsprodukte denken. Erfassen Sie hier Ihre wichtigen Mitbewerber und deren Stärken und Schwächen. Bewerten Sie diese nach Kriterien wie Umsatz, Preisgestaltung, Marktanteil, Zielkundengruppen oder Vertriebskanäle. Nehmen Sie auch das zu gründende Unternehmen in die Bewertung auf und leiten Sie daraus einen Vergleich ab.

► Folgende Fragen sollten Sie im Rahmen Ihres Geschäftsplans beantworten

- Wer sind Ihre Mitbewerber (Anzahl, Standort, Umsatz- und Mitarbeitergröße [absolut und im Durchschnitt], Rechtsform, besteht seit ..., Öffnungszeiten, Reputation, Marktgebiet [Umkreis x-km, national, regional])
- Was bieten Ihre Mitbewerber an?
- Wie beurteilen Sie das Produkt-/Dienstleistungsangebot der Mitbewerber hinsichtlich Breite, Tiefe, Qualität, Preis, Service, Nutzen etc. – besser, schlechter, identisch?
- Worin unterscheiden Sie sich hinsichtlich Preis oder Leistung vom Wettbewerb?
- Welche Vorteile haben Ihre Mitbewerber, z. B. besserer Standort, Einbettung in Konzern oder qualifizierteres Personal?
- Welche Kundengruppen sprechen Ihre Mitbewerber an und in welcher Form?
- Welche Marktanteile haben die Wettbewerber? (Schätzung)
- Wie erfolgreich sind Ihre Mitbewerber zurzeit und in Zukunft? (Schätzung)
- Lasten die Mitbewerber ihre Produktionskapazitäten voll aus?
- Kennen Sie die Top-Unternehmen der Branche?
- Was zeichnet diese Top-Unternehmen aus?
- Welche Strategien verfolgen die Mitbewerber?
- Welche Vertriebskanäle nutzen die Mitbewerber?
- Welche Lieferantenkontakte haben die Mitbewerber?
- Haben sich innerhalb der letzten drei Jahre Neulinge etablieren können? Wenn ja, wie? Wenn nein, warum nicht?
- Was waren aus Ihrer Sicht die bisherigen Erfolgs- oder Misserfolgskriterien der Mitbewerber?
- Welches sind die spezifischen Erfolgsfaktoren in Ihrer Branche?