

# Checkliste Markt und Wettbewerb



## Markt und Wettbewerb

Entscheidend für den dauerhaften Erfolg Ihres Unternehmens ist, dass Sie sich mit Ihrem Produkt nahe am Markt und an den Bedürfnissen Ihrer Kunden befinden. Bei aller Planung: Wenn das Produkt oder die Dienstleistung nicht bestimmten Kundenbedürfnissen entspricht, kann die Existenzgründung nicht erfolgreich sein. Entscheidend ist die Frage: Warum ist es für einen Kunden vorteilhaft, mein Produkt oder meine Dienstleistung dem des Wettbewerbs vorzuziehen? In welchem Punkt oder Punkten bin ich oder ist mein Produkt besser? Im Folgenden sind einige konkrete Fragen zusammengestellt, die sich jede Existenzgründerin und jeder Existenzgründer stellen sollte, um die eigenen Stärken besser zu erfassen:

- ✓ Ist die Qualität meines Produkts oder meiner Dienstleistung besser als die des Wettbewerbs? Beahlt der Kunde vielleicht auch einen höheren Preis für die bessere Qualität?
- ✓ Ist es ein besonders günstiges Preis-, Qualitäts- oder Mengenverhältnis?
- ✓ Haben Sie besonders günstige Beschaffungsquellen? Können Sie damit bei gleichem Preisniveau profitabler arbeiten?
- ✓ Ist vielleicht Ihr Service so viel besser, dass er auch einen höheren Preis aus Sicht des Kunden rechtfertigt?
- ✓ Haben Sie spezifische Erfahrungen mit dem Produkt oder mit der Zielgruppe?
- ✓ Haben Sie in Bezug auf Ihre Zielgruppe einen besonders günstigen Standort?
- ✓ Sind es Ihre Verbindungen, die Sie vielleicht aus Ihrem früheren Beschäftigungsverhältnis einbringen? Können Sie damit wirklich Kunden gewinnen?
- ✓ Welche Erfahrungen haben Sie beim Umgang mit potenziellen Kunden? Konnten Sie bisher schon Kunden durch das Gespräch mit Ihnen gewinnen?
- ✓ Wo liegen die Schwächen und die Stärken Ihrer Mitbewerber? Wie können diese Schwächen für die eigene Existenzgründung positiv umgesetzt werden?
- ✓ Existiert eine Marktnische? Wie groß ist sie?

Als Existenzgründerin oder Existenzgründer ist es unabdingbar, dass Sie nicht nur einmal bei der Erarbeitung Ihres Gründungskonzeptes, sondern kontinuierlich Ihren Markt im Blick halten. Hierzu zählen die Angebote des Marktes, die Konkurrenz sowie die potenziellen Kunden. Nicht vernachlässigen sollten Sie auch den Blick „über den Tellerrand“ hinaus: Wie wird sich Ihre Branche mittel- und langfristig entwickeln? Die kontinuierliche, marktorientierte Beobachtung, Planung und das danach ausgerichtete Handeln ist wesentliches Steuerungselement für Ihr Unternehmen und wird Marketing genannt.

Marketing hat immer zum Ziel, Ihr Angebot möglichst gut am Markt zu platzieren, also zu verkaufen.