

Checkliste 1: Struktur einer Marktanalyse

Marktstruktur/-teilnehmer

Abnehmer der Produkte
Endprodukt-Verwender
Vertriebswege
Konkurrenz
Beeinflusser

Marktsegmente/Zielgruppen

Marktvolumen/Marktanteile
Marktpotential
Wachstumsraten
Anforderungen

Umwelt-/Marktfaktoren

Zölle, Gesetze, Normen etc.
Entwicklungen und Trends (bis zum Endprodukt!!)

Vertriebswege

Vertriebskanäle (inkl. Bedeutung!)
Beschaffungswege der Zielgruppe
Die Kunden unserer Kunden

Konkurrenz

Direkte / indirekte Konkurrenz
Ausländische / lokale Konkurrenz
Aktivitäten der Konkurrenz
Benchmarks in der Branche
Konkurrenzstärke/-Intensität
Daten zum Marketing-Mix der Konkurrenz