

Marktentwicklungen und Trends

23.08.2012, 16:53 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *RESEARCH FELLOWS*

Einschätzung des eigenen Wachstums- und Entwicklungspotentials im Rahmen einer Marktanalyse

Neben der Analyse der Ist-Situation richtet sich eine strategische Marktstudie in den meisten Fällen auch auf zukünftige Ziele und Entwicklungspotentiale, die ab und an auch sehr langfristig geplant sein können. Da eine sichere Voraussage leider nicht möglich ist, muss sich jede Prognose auf bereits bekannte Veränderungen, Erfahrungswerte und Zeitreihen stützen. Letztere kommen vor allem bei der Berechnung von Umsatz- oder Nachfrageentwicklungen zum Tragen. Das Marktwachstum oder der Rückgang von Nachfragekapazitäten ist die Zahl, um die sich die gesamte Entwicklungsvorhersage dreht. Natürlich muss diese Zahl wieder individuell auf die eigene Position umgemünzt werden und das gestaltet sich als schwierig. Ein kleiner Markt kann bei hohen Wachstumsprognosen trotzdem sehr interessant sein, vor allem wenn die erwartete Eigenleistung einen großen Beitrag zur zukünftigen Absatzentwicklung liefert (z.B. eine bahnbrechende Innovation). Ebenso kann bei Übersättigung ein Nicht-Einstieg oder Ausstieg sinnvoll sein, wenn der eigene Marktanteil zu gering ist und nicht ausgebaut werden kann.

Wachstumsraten basieren immer auf den Erfahrungswerten der Vergangenheit und der Einbeziehung von möglichen externen Faktoren, die bereits als sicher eintretend vorhergesagt werden können und von denen man wiederum weiß, ob sie sich positiv oder negativ auf zukünftige Absatzchancen oder Gewinnmargen auswirken.

Vorherrschend spiegelt das Marktwachstum und auch dessen Zukunftsprognose die Veränderung des Umsatzes in der Branche oder im Unternehmen gegenüber dem Vorjahr wider. Denkbar sind – falls das für die individuellen Ziele der Marktanalyse sinnvoller erscheint – auch Wachstumsraten anderer Maßeinheiten, wie Gewinn, Zahl der im Markt aktiven Unternehmen, oder auch andere Größen.

Außerdem berücksichtigt werden müssen externe Faktoren. Hierzu gehören alle relevanten Umweltfaktoren, wie beispielsweise die Bevölkerungsstruktur, politische Konstellationen und Einstellungen oder gesetzliche Rahmenbedingungen (Auflagen oder Marktbeschränkungen, aber auch Förderungen und Subventionen).

Auch vom Markt selbst können Umweltgegebenheiten gesetzt und verändert werden. Beispielsweise sind bei einem Markteintritt bestimmte Reaktionen der anderen Marktteilnehmer zu erwarten, sowohl von Konkurrenten, als auch von Lieferanten und Kunden. Eintritts- und Austrittsbarrieren existieren und variieren.

Ob sich externe Faktoren negativ oder positiv auf die Marktentwicklung auswirken, muss in der Marktanalyse separat geklärt werden. Am sinnvollsten erscheint hier eine Liste von sog. Treibern und Bremsern, die das Marktwachstum beschleunigen bzw. abschwächen. Da viele Umstände nur unsicher vorhergesagt werden können und sich oftmals gegenseitig ausschließen (z.B. kooperatives oder aggressives Verhalten der Wettbewerber), ist eine Bewertung auf subjektiver Basis nicht zu umgehen. Die Liste von Treibern und Bremsern hilft dabei, dass jedermann die Berechnung von zukünftigen Entwicklungen und Prognosen selbst evaluieren und eventuelle Prognosen seitens der die Studie durchführenden Personen korrigieren kann. Dies wird vor allem notwendig, wenn sich ab dem Zeitpunkt der Beendigung der Datenrecherche weitere Veränderungen ergeben oder andere, die zuvor als unsicher galten, nun der Realität entsprechen.

Portrait

RESEARCH-FELLOWS ist ein spezialisiertes Beratungsunternehmen mit Sitz in München. Wir fokussieren uns auf die Bereiche strategische Marktanalysen und Marktstudien sowie Ad Hoc Research zu Märkten und Unternehmen (qualitative Marktforschung). Ein Team aus ca. 10 spezialisierten und erfahrenen Researchern, Analysten und Projektmanagern stellt die hohe Qualität unserer Leistungen sicher. Das Unternehmen wurde 2005 von Dipl. Kfm. Matthias Meyer gegründet. Matthias Meyer war zuvor als Consultant bei einer führenden europäischen Strategieberatung tätig und leitete dort das europaweite Research Center.

News-ID: 657800 • Views: 670 (Stand: 03.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/657800/Marktentwicklungen-und-Trends.html>