Markt- und Standortanalyse

Diese Analyse beinhaltet:

* Kunden- /Zielgruppenanalyse
* Wettbewerbsanalyse
* Unternehmensanalyse

Die **Standortfaktoren** können in zwei Gruppen aufgeteilt werden:

|  |  |
| --- | --- |
| **Kostenorientierte Faktoren*** Grundstückspreise/Mietkosten
* Höhe der Steuern und Abgaben
* Arbeitskosten
* Lohnniveau (oder sogar staatl. Unterstützung in Gebieten mit hoher Arbeitslosigkeit)
* Energieversorgung
* Entsorgungspreise
* Behördliche Abgaben
 | **Erlösorientierte Faktoren*** Kundennähe
* Verkehrsanbindung
* Entwicklungstendenzen des Ortes
* Entwicklungstendenzen der Kaufkraft
* Wettbewerbssituation
* Verbrauchersituation
* Konkurrenz
 |

In Standortvergleichen gilt folgendes Punktesystem:

* Gewichtung: Von 10 (besonders wichtig) bis 0 (völlig unwichtig)
* Bewertung Von 5 (sehr gut) bis 0 (schlecht)

Marketing ist die konsequente Ausrichtung des gesamten Unternehmens an den Bedürfnissen des Marktes