



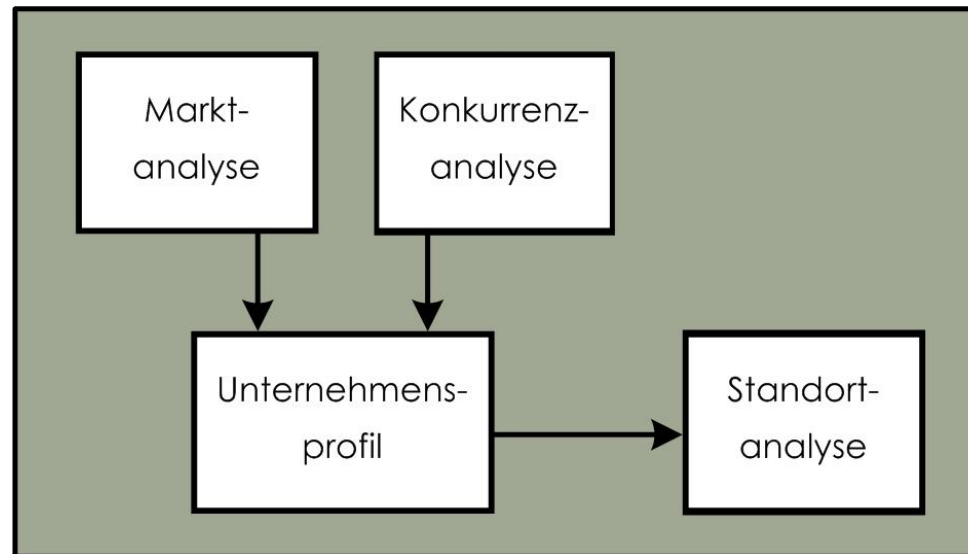
## Markt-, Konkurrenz- und Standortanalyse von BrainWork

Vortragende:  
Mandy Weitzel  
Andreas Partzsch

## Gliederung

- |                       |          |
|-----------------------|----------|
| 1. Einführung         | Seite 3  |
| 2. Marktanalyse       | Seite 6  |
| 3. Konkurrenzanalyse  | Seite 11 |
| 4. Unternehmensprofil | Seite 15 |
| 5. Standortanalyse    | Seite 18 |
| 6. Fazit              | Seite 26 |
| 7. Quellenangaben     | Seite 27 |

## 1. Einführung - Abhängigkeiten der einzelnen Analysen



- ohne Markt- und Konkurrenzanalyse keine Lösung der Standortfrage
- im Unternehmen wirken Markt- und Konkurrenzanalyse ständig auf das Unternehmensprofil

# 1. Einführung – Konkurrenz-Informations-System

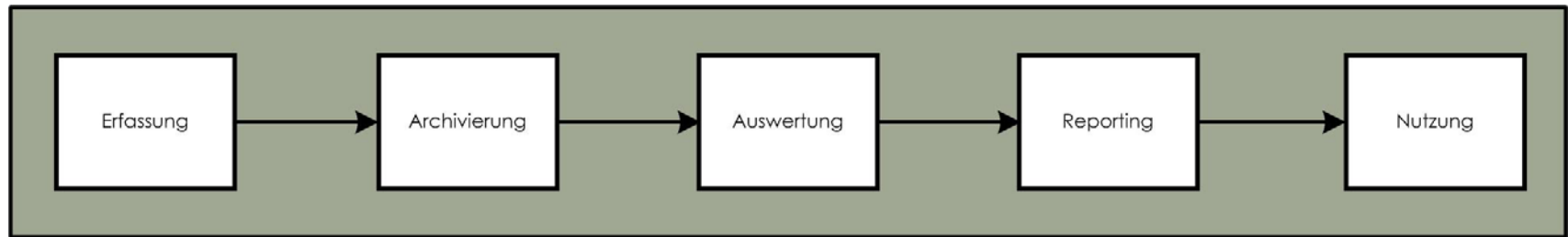
die folgenden Grundregel zeigt die Notwendigkeit des Konkurrenz - Informations-Systems:

- „Zur langfristigen Sicherung des Markterfolges ist die permanente Überwachung der Konkurrenz unerlässlich“

Ziele des Konkurrenz - Informations - Systems:

- die Sammlung & Auswertung von Informationen über Konkurrenzunternehmen, Wettbewerbsprodukte, Marktentwicklungen ...
- dynam. Anpassung der Unternehmensstrategie an die sich ändernden Wettbewerbsstrukturen

## 1. Einführung - Ablauf einer Analyse



- Datenerfassung: Unterscheidung Primärforschung und Sekundärforschung (Desk-Research)
- Vollständigkeit/Korrektheit der Daten entscheidet über Qualität der Analyse

## 2. Marktanalyse - Definition

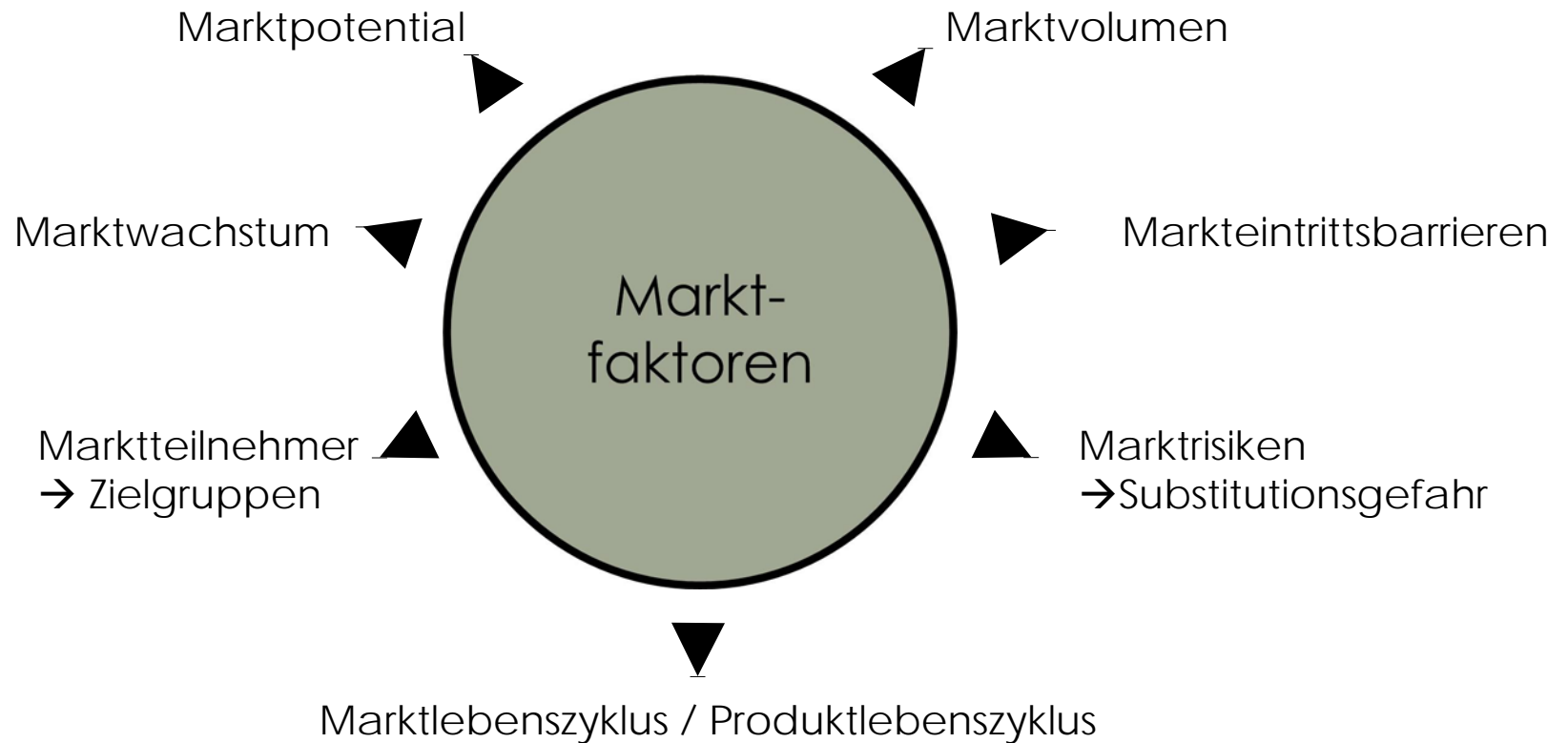
Markt:

ökonomischer Ort eines bestimmten Gutaustausches unter dem Aspekt der Preisbildung

Marktanalyse:

Ermittlung von vollständigen Informationen über die Marktsituation zu einem bestimmten Zeitpunkt und daraus Ableitung der zukünftigen Marktsituation

## 2. Marktanalyse - Marktfaktoren



▶ in Marktfaktoren enthalten

## 2. Marktanalyse - BrainWork

Marketing: am Markt orientiertes, unternehmerisches Führungskonzept  
→ auf alle Bereiche eines Unternehmens anwendbar

### **BrainWork**

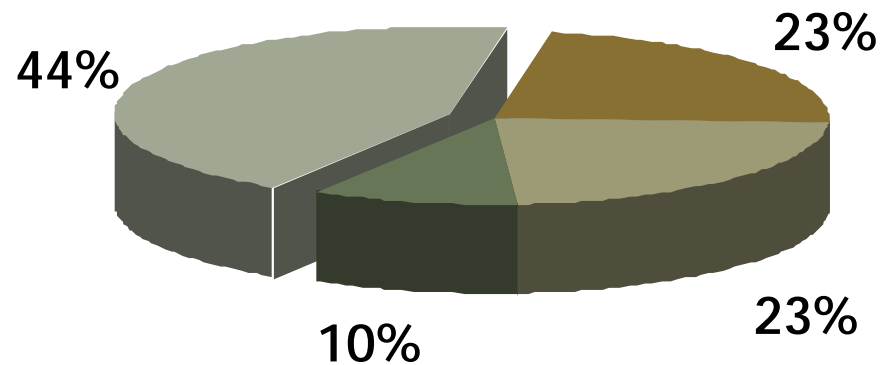
Marketing: für BrainWork ist eine Fokussierung auf das Marketing in den Unternehmensbereichen Öffentlichkeit, Distribution und Produktpolitik sinnvoll

konkret: Werbung, Image, Corporate Identity

## 2. Marktanalyse - BrainWork

Unternehmensstruktur  
IIm-Kreis

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastgewerb
- sonstiges



Quelle: [www.ihk.de](http://www.ihk.de)

Gesamtanzahl der  
Unternehmen: ca. 7000

## 2. Marktanalyse - BrainWork

- eine Vielzahl von kleinen und mittelständischen Unternehmen setzen sich mit dem Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und Distribution unzureichend auseinander
- Bsp: der Internetauftritt vieler Unternehmen wirkt bei schlechter Umsetzung als Negativwerbung für das Unternehmen
- daraus impliziert sich ein Marktpotential, vor allem ist ein qualitatives Marktwachstum möglich
- Markteintrittsbarrieren (z.Bsp: Verhinderung des Markteintritts durch andere Konkurrenten )und Marktrisiken (z.Bsp: Substitutionsgefahr) sind kaum vorhanden

### 3. Konkurrenzanalyse - Definition

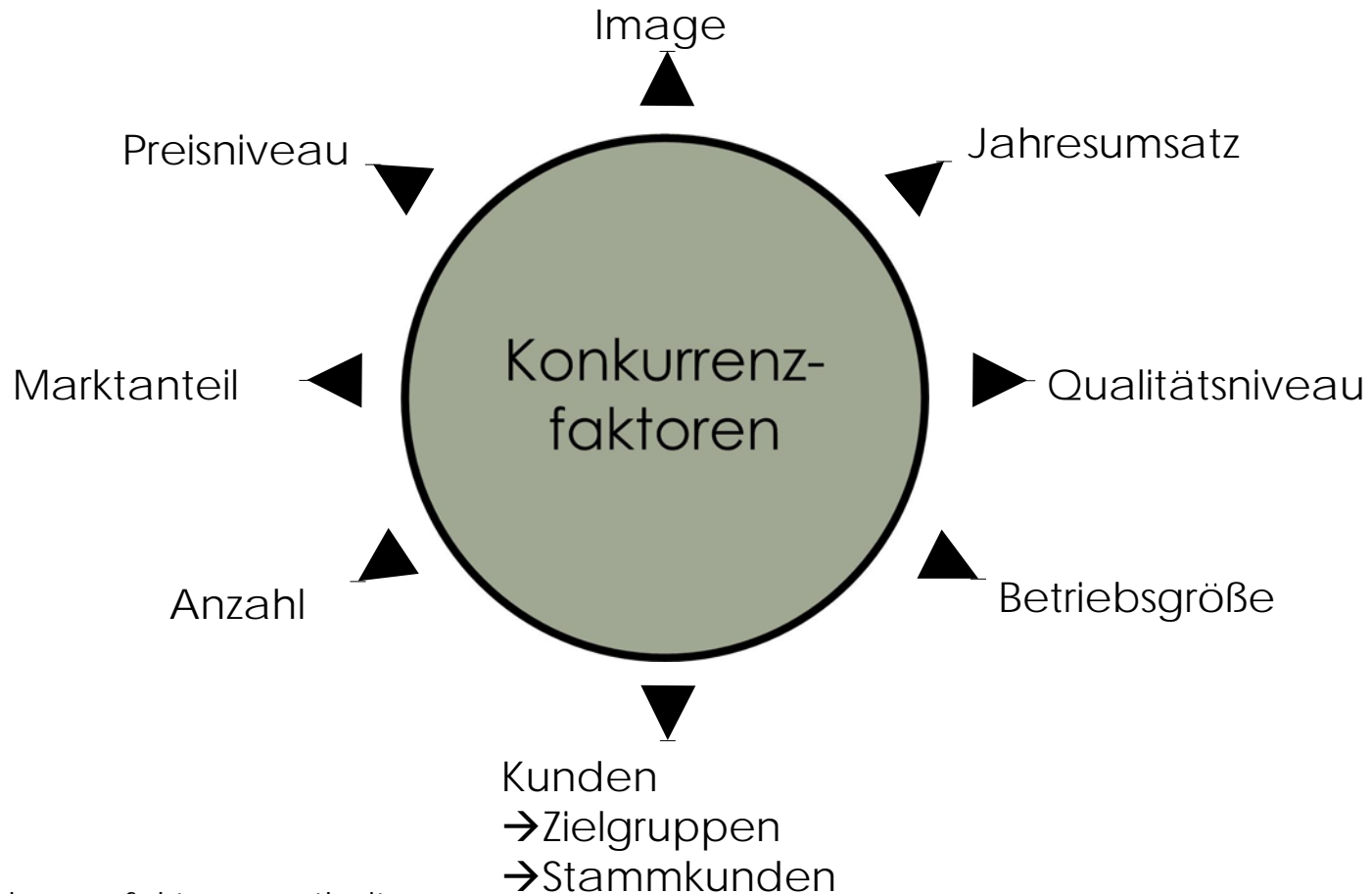
Konkurrenz:

Rivalität zwischen Unternehmen auf dem Markt um Marktanteile, Konkurrenzprozess(Wettbewerb)= wechselseitiger Prozess

Konkurrenzanalyse:

Ermittlung von Informationen über die Konkurrenzsituation um rechtzeitig Bedrohung und Chancen im Wettbewerb zu erkennen und zu reagieren

### 3. Konkurrenzanalyse - Konkurrenzfaktoren



▶ in Konkurrenzfaktoren enthalten

### 3. Konkurrenzanalyse - BrainWork

Konkurrenzunternehmen von BrainWork

in Ilmenau:

5 Werbebüros

2 Werbeagenturen

2 Marketingagenturen

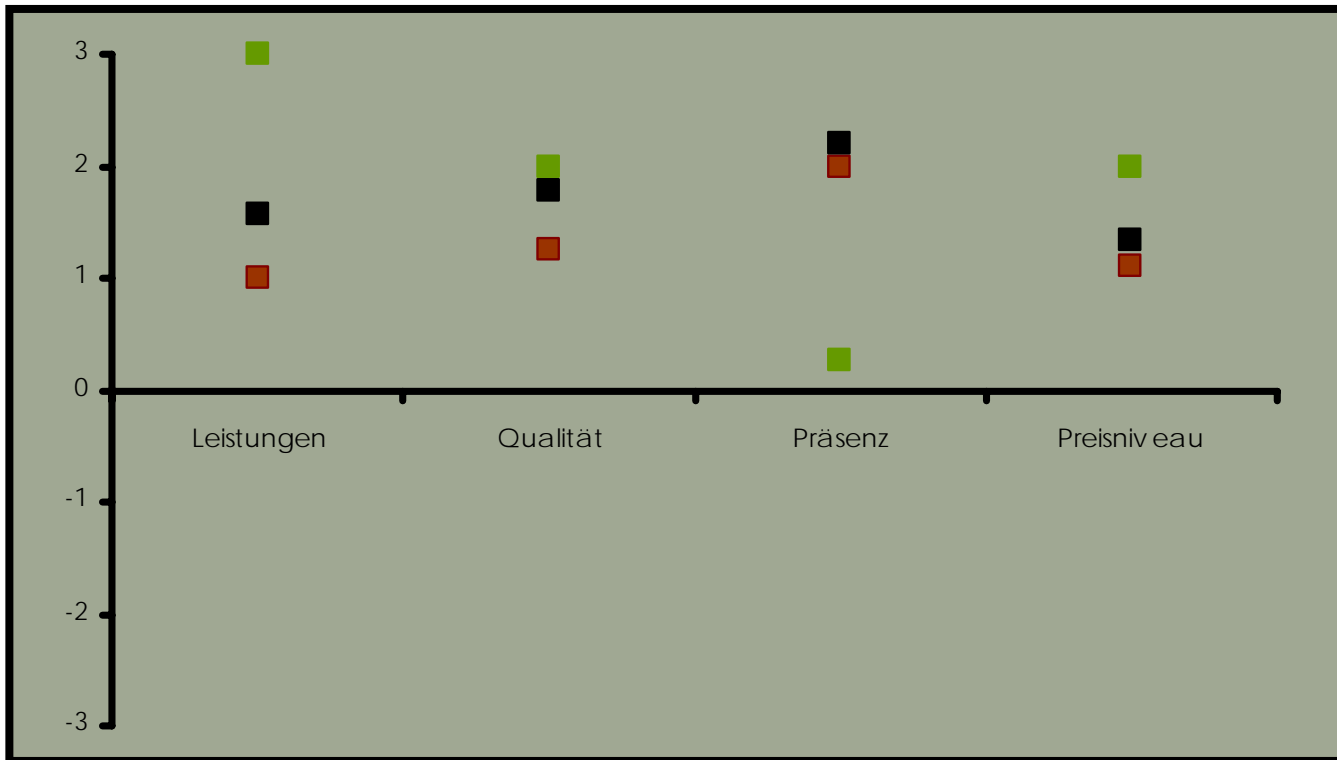
im Ilm-Kreis:

ca. 50 Marketing- und Werbeunternehmen

- anhand dieser Daten ist erkennbar, dass sich die meisten Unternehmen entweder auf Marketing oder auf Werbung spezialisieren
- mögliche Nische für BrainWork ist die Verknüpfung von Werbung und Marketing

### 3. Konkurrenzanalyse - BrainWork

#### Stärken-Schwächen-Analyse



### 3. Konkurrenzanalyse - BrainWork

#### Stärken-Schwächen-Analyse

- „saladmedia“ ist ein Unternehmen mit gutem Leistungsangebot, jedoch gibt es Schwächen in der Öffentlichkeitspräsenz
  - das Unternehmens- und Angebotsprofil von „CEMEDIA“ ist durchschnittlich
  - „NICHT NUR“ hat Stärken in der Präsenz des Unternehmens und in der Produktqualität
- „saladmedia“ stellt durch ein ähnliches Angebot als Hauptkonkurrenten zu BrainWork dar



## 4. Unternehmensprofil - BrainWork

Produkt-/ Dienstleistungs-  
angebot:

Gestaltung von Marketingkonzepten mit folgenden  
Schwerpunkten:

- Corporate Identity / Design
- Werbekonzepte / -realisierung (web, print)
- Marktanalyse / Produktentwicklung

→ von der Idee bis zum fertigen Endprodukt

Gestaltung von Lehrveranstaltungen und Seminaren  
an der TU Ilmenau

## 4. Unternehmensprofil - BrainWork

Kooperationspartner:

Neon Böhm  
mämpel druck  
unicopy

Zielgruppen:

kleine und mittelständische Unternehmen  
Studenten und Absolventen der TU Ilmenau

## 4. Unternehmensprofil - BrainWork

das Image von BrainWork ist:

jung  
dynamisch  
professionell  
innovativ

das Angebot von BrainWork ist:

kundenorientiert  
zielgruppenspezifisch

## 5. Standortanalyse - Definition

Standort:

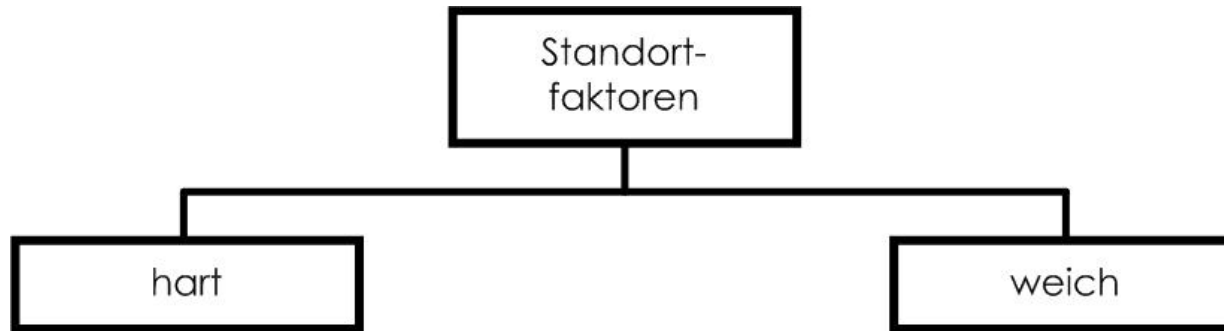
stellt im Bereich der Wirtschaft und Wirtschaftsgeographie die räumliche Lage eines Wirtschaftssubjekts dar

Standortanalyse:

Entscheidungsgrundlage für die Auswahl eines potenziellen Standortes

relevante Faktoren, die einen Standort gegenwärtig wie auch zukünftig ausmachen, prüfen und gewichten

## 5. Standortanalyse - Standortfaktoren



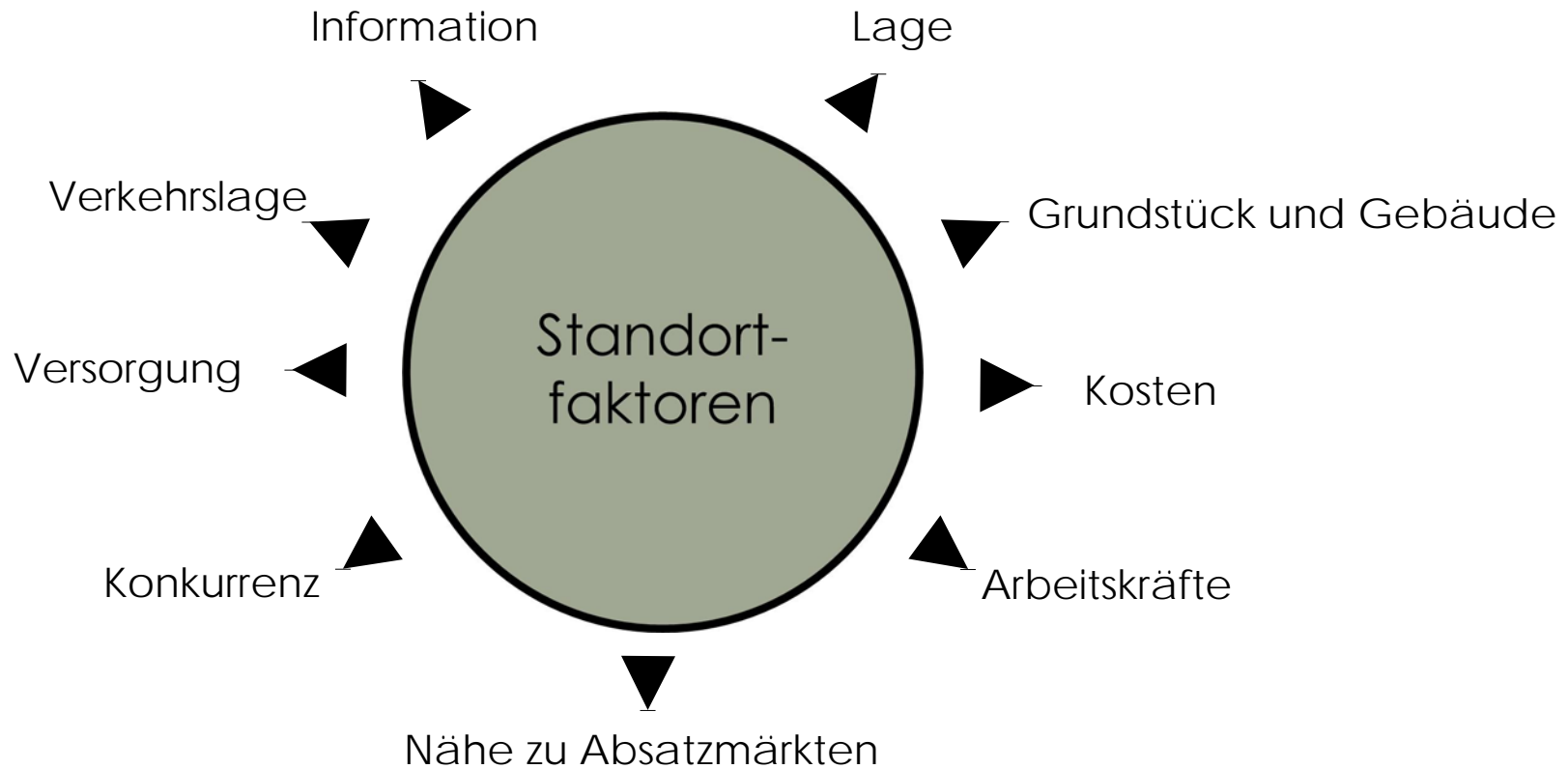
messbarer Einfluss auf die  
Unternehmenstätigkeit

Bsp: Kosten  
Kapitalgeber  
Verkehrsanbindung

schwer messbar, wichtige Rolle  
für die Arbeitsmotivation

Bsp: Freizeitwert  
Wohnumfeld  
Umweltqualität

## 5. Standortanalyse - Standortfaktoren

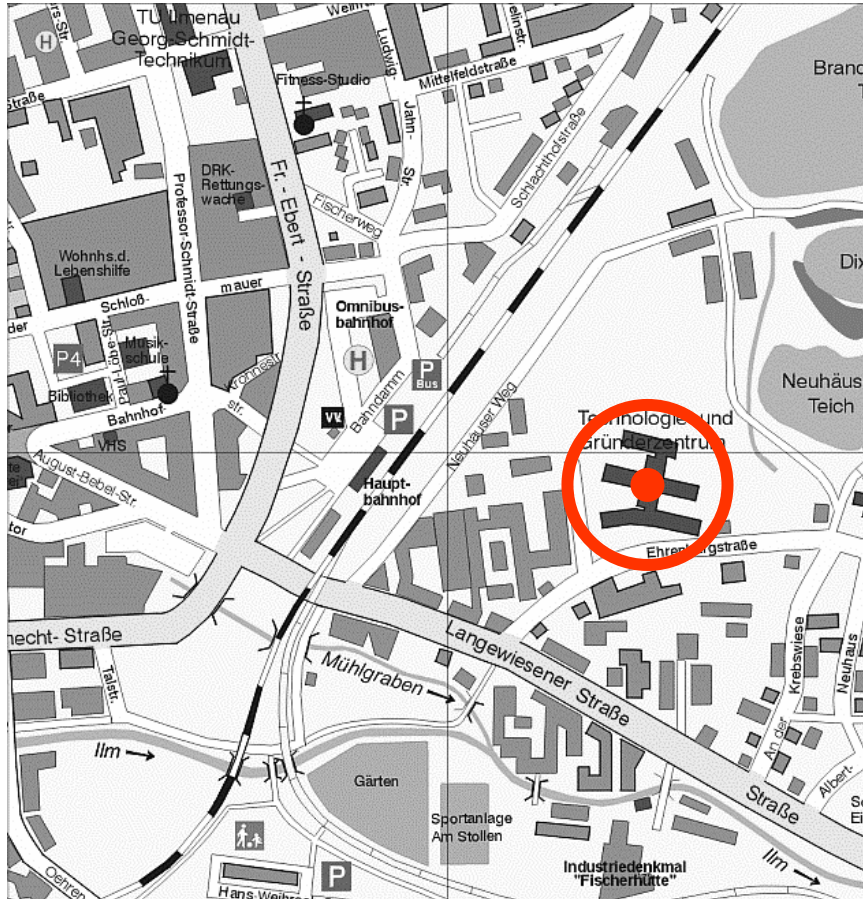


▶ in Standortfaktoren enthalten

## 5. Standortanalyse - BrainWork

- attraktiver, repräsentativer, kreativer Standort für Kunden und Mitarbeiter
- zentral gelegen
- kostengünstig
- Büro-, Konferenz- und Präsentationsräume
- gute Erreichbarkeit für Kunden (Parkplatzmöglichkeiten)

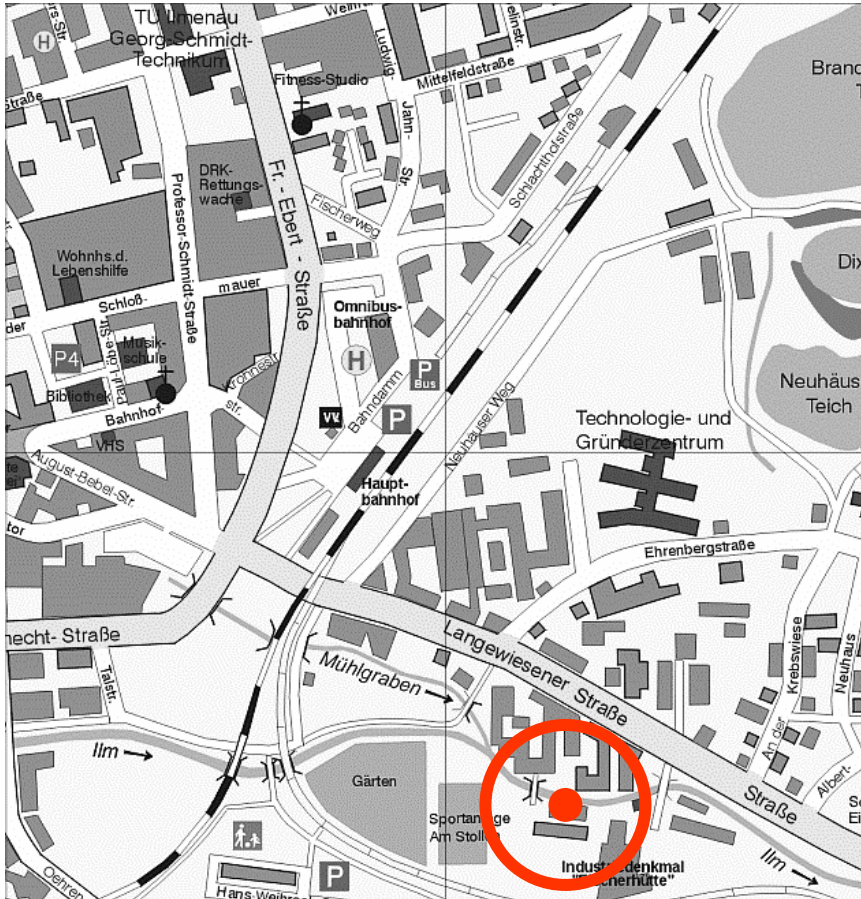
## 5. Standortanalyse - TGZ Ilmenau



Eigenschaften:

- hochwertige Büro-/Präsentationsräume
- neben dem Campus der TU
- Image: technologie- und zukunftsorientiert

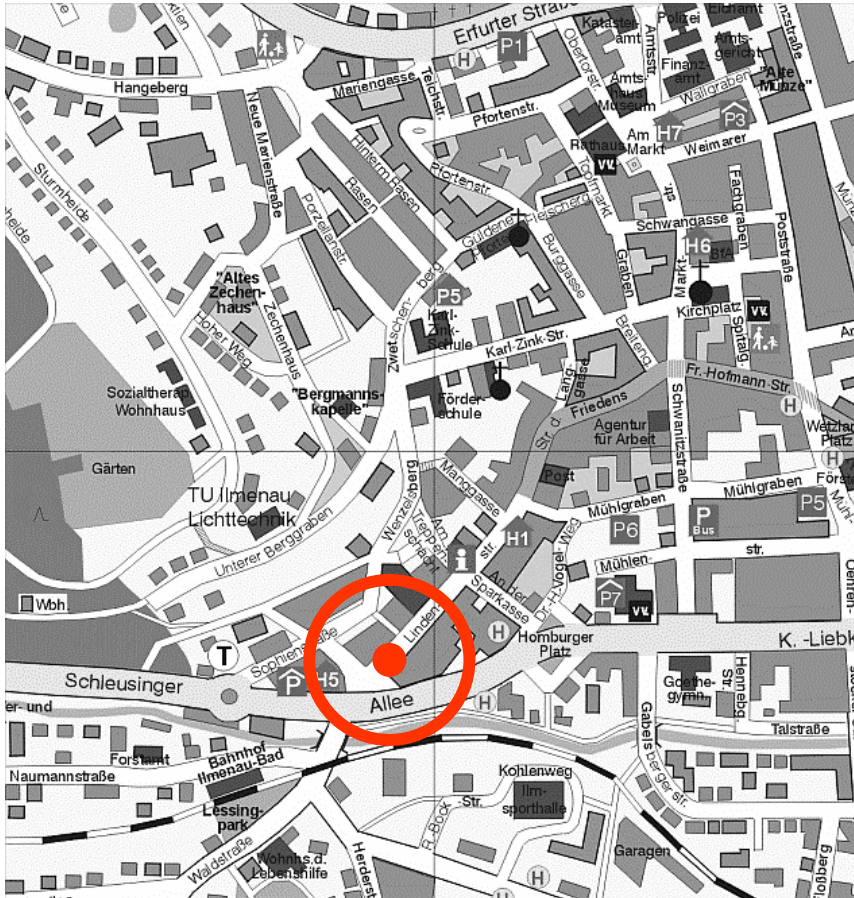
## 5. Standortanalyse - Kontorhaus



Eigenschaften:

- zentrale Lage zwischen TU und Stadt
- repräsentative Immobilie mit Flair
- hoher Identifizierungsgrad der Immobilie mit Unternehmen

## 5. Standortanalyse - Lindenstraße



Eigenschaften:

- direkt im Innenstadtbereich
- individuell ausbaubar

## 5. Standortanalyse - Entscheidung

Gründe:

- unterstützt das Unternehmensprofil
  - überzeugt durch attraktive Lage
  - verspricht BrainWork Nähe zu Kunden in der Innenstadt wie auch zur TU Ilmenau
- idealer Standort für die Entwicklung und das Wachstum von BrainWork



**Kontorhaus**

## 6. Fazit

professionelles Marketing sowohl für OfenMüller als  
auch für Globalplayers wie Fraunhofer IDMT

Innovative Ideen und Konzepte

das ist

**BRAIN  
WORK**  
professional marketing

## 7. Quellenangaben

Graumann, Jens / Weissman, Arnold: *Konkurrenzanalyse und Marktforschung. Preiswert selbst gemacht*. München: mvg-Verlag, 1998.

Kairies, Peter: *So analysieren Sie Ihre Konkurrenz. Konkurrenzanalyse und Benchmarking in der Praxis*. 4. Auflage. Renningen: expert verlag, 2003.

[www.ilmenu.de](http://www.ilmenu.de)

[www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)

[www.newcome.de](http://www.newcome.de)

[www.ihk.de](http://www.ihk.de)

[www.heise.de/newsticker/meldung/61357](http://www.heise.de/newsticker/meldung/61357)

Vielen Dank für ihre Aufmerksamkeit!

Haben sie Fragen?