

# Mitbewerberanalyse

**Kurzbeschreibung:** Die Mitbewerberanalyse ist eine systematische Untersuchung eines oder mehrere Wettbewerber:innen und deren am Markt angebotenen Produkte, Dienstleistungen oder Substitute. Als angehende/r Gründer:in ist es notwendig, die Stärken und Schwächen der Konkurrenten zu kennen, um darauf aufbauend Optimierungspotenziale für das eigene Unternehmen bzw. die eigenen Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln.

**Kurzanleitung:** Fülle die Mitbewerberanalyse am besten von oben nach unten der Reihe nach aus. Starte mit **1** der Beschreibung deiner Idee, der vorhandenen Alternativen im Markt sowie der bereits bestehenden direkten Wettbewerber. In einem nächsten Schritt **2** kannst du eine Stufe konkreter werden und gewisse Produkte und Dienstleistungen der Konkurrenten im Detail anschauen, indem du deren Alleinstellungsmerkmal (USP) sowie Stärken und Schwächen auflührst. Danach **3** vergleichst du die Produkte und Dienstleistungen der Konkurrenz anhand von mehreren von dir definierten Kriterien miteinander. Die Mitbewerberanalyse schliesst du ab, indem du **4** die Ergebnisse zusammenfasst und die nächsten Schritte dokumentierst.

|   |  |   |  |   |  |
|---|--|---|--|---|--|
| <b>Ihre Idee</b><br><i>Was sind die Bedürfnisse deiner Kunden?</i><br><i>Was sind die wichtigsten Merkmale?</i> |  | <b>Vorhandene Alternativen</b><br><i>Was sind die Bedürfnisse deiner Kunden?</i><br><i>Was sind die wichtigsten Merkmale?</i> |  | <b>Direkte Wettbewerber</b><br>Unternehmen:      Produkt:      Bedrohung: |  |
| <b>Produkt A</b><br>Name:<br><br>USPs:<br><br>Stärken:      Schwächen:  |  | <b>Produkt B</b><br>Name:<br><br>USPs:<br><br>Stärken:      Schwächen:  |  | <b>Produkt C</b><br>Name:<br><br>USPs:<br><br>Stärken:      Schwächen:    |  |
| <b>Produkt D</b><br>Name:<br><br>USPs:<br><br>Stärken:      Schwächen:  |  |   |  |   |  |

1

2

