

Marktdurchdringung

Die Marktdurchdringung gibt das Verhältnis des Marktanteils eines Produktes zum Marktpotenzial an. Damit werden unternehmensinterne Daten externen Marktdaten gegenüber gestellt und somit ein Vergleich des vorhandenen Marktpotentials mit dem Absatzpotential vorgenommen. Jene Gebiete werden sichtbar, in denen noch Absatzchancen für die eigenen Produkte vorhanden sind bzw. solche Gebiete, deren gesamtes Potenzial bereits gut erschlossen ist.

Die Marktdurchdringung bezieht sich stets auf einen bestimmten Raumausschnitt und spiegelt damit das Einzugsgebiet wider. Es sind Analysen möglich, die den gesamten Markt, unabhängig von einzelnen Filialen, abdecken. Andererseits lassen sich einzelnen Filialen durch ihre jeweilige Marktdurchdringung gut miteinander vergleichen. Mit Hilfe Geographischer Informationssystemen ist es im Geomarketing möglich, den Raumausschnitt exakt bei der Bestimmung der Marktdurchdringung zu berücksichtigen.

Analyseschritte

Zur Bestimmung der Marktdurchdringung (auch einzelner Filialen) werden folgende Daten verwendet:

- Einzugsgebiet des Unternehmens bzw.
- Einzugsgebiete der Filialen,
- Potenzial innerhalb der Einzugsgebiete,
- Unternehmensdaten (z. B. Kundenkontakte, Anzahl verkaufter Einheiten etc.)

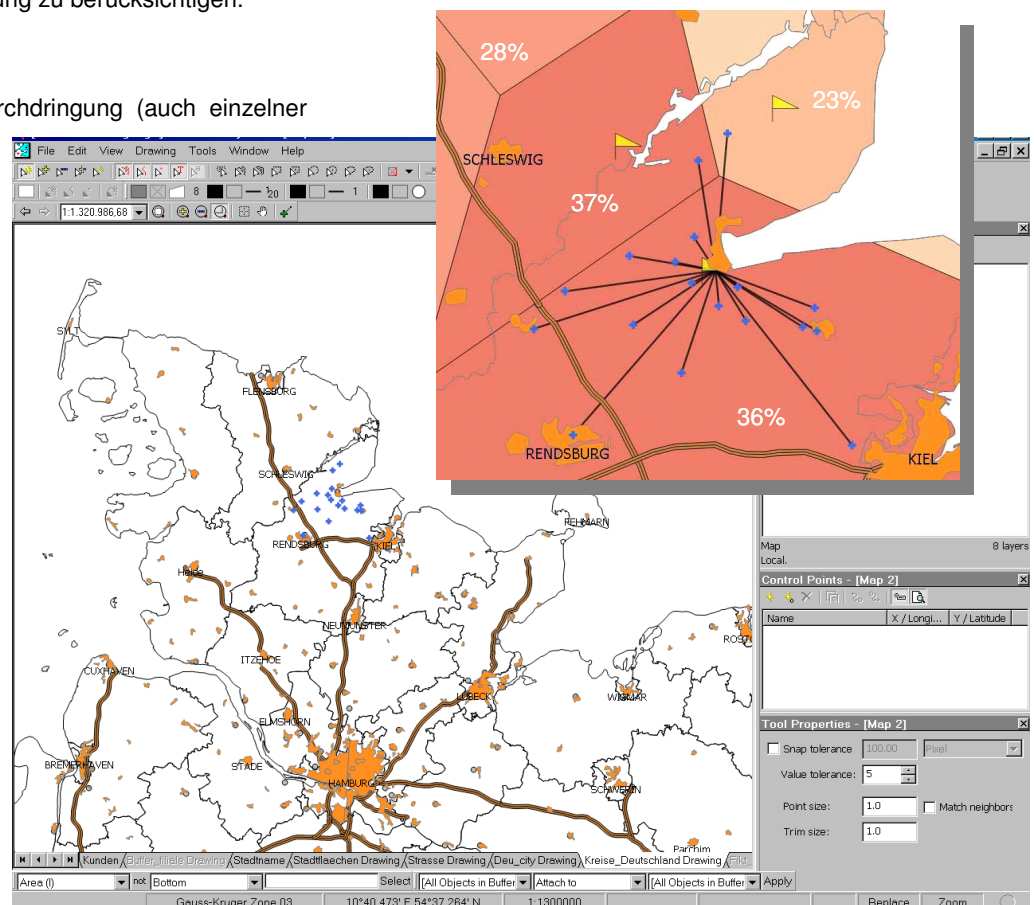
Das Marktpotenzial einer Flächeneinheit wird aus externen Daten für den jeweiligen Flächenausschnitt abgeleitet. Ausgehend von den Besonderheiten der anvisierten Zielgruppe kommen insbesondere statistische Bevölkerungsdaten und Marktforschungsdaten zum

Konsumverhalten der Bevölkerung, evtl. unterschieden nach Altersgruppen, zum Einsatz. Die exakte Zuordnung zu den Einzugsgebieten eines Unternehmens wird durch die Nutzung Geographischer Informationssysteme sichergestellt. Geeignete Anonymisierungsverfahren sichern ggf. sensible Unternehmensdaten.

Sie möchten die Marktdurchdringung Ihres Unternehmens oder Ihrer Filialen darstellen?

Die wissenstransfer-kiel

- *geocodiert Ihre Filialen und Ihre Kunden,*
- *ermittelt Ihren Einzugsbereich,*
- *fügt externe Daten hinzu,*
- *ermittelt das Potenzial sowie die Marktdurchdringung und*
- *berücksichtigt zusätzlich die Standorte der Mitbewerber.*



wissenstransfer-kiel GbR

Dr. Thomas Fels Dr. Malte Kersten
Universität Kiel
eXist
Christian-Albrechts-Platz 4
D-24098 Kiel

Telefon: 0431 – 880 5153
Fax: 0431 – 880 2044
Internet: www.witra-kiel.de
eMail: info@witra-kiel.de