



Danube Transnational Programme

INDEED

COACH: Zielgruppe & Markt

INDEED

Innovation für
Demenz im Donauraum

Von der Europäischen Union kofinanziertes Projekt
A stream of cooperation

Zielgruppe & Markt: Marktanalyse



Ein wichtiger Bestandteil eines jeden Businessplans ist die **Marktanalyse**. Hier analysieren Sie Ihre Zielgruppe und deren Bedürfnisse (**Nachfrage**) sowie Ihre Konkurrenten, Substitute und die Wahrscheinlichkeit neuer Markteinsteiger (**Angebot**). Die Interaktion zwischen der Nachfrage- und der Angebotsseite - oder anders gesagt zwischen Kund:innen, die bestimmte Bedürfnisse haben und Organisationen, die bestimmte Dienstleistungen oder Produkte anbieten - wird als **Markt** bezeichnet.

Ein gutes Verständnis über den Zielmarkt zu haben, hilft Ihnen dabei, Ihr Projekt umzusetzen. Es gibt Ihnen auch eine klare Vorstellung davon, welchen Mehrwert Sie für Ihre Zielgruppe darstellen und wie Sie sich von anderen Dienstleistungen oder Produkten unterscheiden.

Zielgruppe & Markt: Nachfrage / Zielgruppe



Zielgruppe ist definiert als die spezifische Gruppe von Menschen, die Sie mit Ihrem Projekt erreichen (wollen). Es ist wichtig, dass Sie Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt auf den Bedarf und die Vorlieben Ihrer Zielgruppe abstimmen.

Bei der **Kund:innensegmentierung** teilt man die potenzielle Kund:innenbasis in Gruppen von Individuen, die bestimmte Merkmale gemeinsam haben. Das hilft dabei, die Bedarfe und Vorlieben der einzelnen Zielgruppen zu analysieren und effektiv anzusprechen.

Sie können Ihre potenziellen Kund:innen nach folgenden Kriterien segmentieren:

- Demografische Kriterien: Alter, Geschlecht, Bildungsniveau, Familienstand, ...
- Ökonomische Kriterien: (Pensions-)Einkommen, Höhe des Pflegegeldes, ...
- Geografische Kriterien: Provinz, Stadt, Stadtteil, ...
- Sonstiges: Verhalten & Gewohnheiten, Interessen, Einstellungen & Bedürfnisse

Es ist sinnvoll, für jede Zielgruppe, die Sie ansprechen wollen, ein **prototypisches Profil** zu erstellen!

 Ivana	Demografische Segmentierung - 75 Jahre alt - Pensioniert - Verheiratet mit Stefan (Mittleres Stadium Demenz)	 Geografische Segmentierung - Ländliche Kleinstadt	 Ökonomische Segmentierung € - Geringe Pension
	Verhalten & Gewohnheiten  - Pflegt ihren Mann selbst - Ist verantwortlich für Haushalt und für das Kochen - Hat einen hohen Blutdruck und Arthrose	Interessen & Einstellungen  - Mag Volksmusik - Handwerklich begabt - Skeptisch gegenüber neuen technologischen Entwicklungen	
Bedarf  - Ablenkung - Austausch mit anderen über die Erkrankung ihres Mannes			

Bei der Analyse der Angebotsseite ist die zentrale Frage:

Wie löst meine Zielgruppe derzeit ihr Problem?

Es gibt mindestens drei Arten von Marktteilnehmer:innen, die Sie bei der Analyse berücksichtigen sollten:

- 1) **Wettbewerb:** Organisationen, von denen Ihre Zielgruppe derzeit die gleiche Dienstleistung oder das gleiche Produkt bezieht.
- 2) **Substitute:** Organisationen, von denen Ihre Zielgruppe derzeit eine Dienstleistung oder ein Produkt bezieht, das einen ähnlichen Nutzen bietet.
- 3) **Neue Marktteilnehmer:innen** Organisationen, die in der (nahen) Zukunft neu in den Markt eintreten. Sie werden die gleiche Dienstleistung oder das gleiche Produkt für Ihre Zielgruppe anbieten. Es ist weniger wahrscheinlich, dass neue Marktteilnehmer:innen in den Markt eintreten, wenn sie mit vielen Barrieren konfrontiert sind (z. B. fehlende Finanzierung, keine Unterstützung durch öffentliche Stellen, ...).



Zielgruppe & Markt: Alleinstellungsmerkmal



Das Alleinstellungsmerkmal (**USP - Unique Selling Proposition**) ist das, was Ihr Projekt einzigartig und wertvoll für Ihre Zielgruppe macht. Es hilft Ihnen, sich von anderen Dienstleistungen oder Produkten abzugrenzen.

Eine Unique Selling Proposition kann geschaffen werden durch:

- **Differenzierungsvorteil:** Das bedeutet, dass Sie innovativer sind, bessere Qualität liefern oder ein stärkeres Image haben als die Konkurrenz.
- **Kostenvorteil:** Dies bedeutet, dass Sie Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt zu geringeren Kosten als andere anbieten (z. B. aufgrund ehrenamtlicher Unterstützung).
- **Zeitvorteil:** Das bedeutet, dass Sie sich beispielsweise mehr Zeit für Ihre Zielgruppe nehmen oder kurze Wartelisten bzw. erweiterte Öffnungszeiten anbieten.