

Marktanalyse-Vorlage zum Ausfüllen

Kommentierte Struktur mit Leitfragen, Prüfer-Hinweisen und typischen Fehlern — für Businessplan, Förderantrag und Investoren. Stand: Juni 2026 · kostenlos · Weitergabe unverändert erlaubt.

So nutzen Sie diese Vorlage: Eine belastbare Marktanalyse wird bottom-up gerechnet (von echten Kundenzahlen aufwärts), nicht top-down behauptet. Ersetzen Sie jeden Platzhalter durch eigene Angaben mit Quelle. Die Marktgröße (Abschnitt 2) rechnen Sie im separaten Excel-Rechner (TAM/SAM/SOM) und übertragen die Ergebnisse hierher. Die Hinweise **Prüfer erwartet** und **Häufiger Fehler** je Abschnitt zeigen, woran Banken und Investoren Standard-Templates erkennen.

Deckblatt

Vorhaben/Unternehmen, Verfasser, Datum, Zweck (z. B. „Marktanalyse als Teil des Businessplans“).

1. Marktdefinition & Abgrenzung

Leitfragen: Welcher Markt genau (Produkt, Region, Kundentyp)? Was gehört dazu, was nicht?

Prüfer erwartet: eine klare, enge Marktabgrenzung — nicht „der gesamte XY-Markt“.

Häufiger Fehler: Markt zu breit definieren, um die Zahl groß wirken zu lassen.

2. Marktgröße (TAM / SAM / SOM)

Leitfragen: Gesamtmarkt (TAM), bedienbarer Markt (SAM), realistisch erreichbarer Anteil (SOM)? Wie hergeleitet?

→ Im separaten Excel-Rechner bottom-up kalkulieren und die Kernzahlen hier zusammenfassen.

Prüfer erwartet: eine nachvollziehbare Bottom-up-Herleitung (Kundenzahl × Frequenz × Preis) mit Quelle je Annahme.

Häufiger Fehler: „1 % von einem riesigen Markt“ ohne Beleg, dass dieses 1 % erreichbar ist.

3. Zielgruppe & Segmente

Leitfragen: Wer kauft konkret (Segmente, Bedürfnisse, Zahlungsbereitschaft)? Wie groß ist jedes Segment?

Prüfer erwartet: konkrete, abgegrenzte Segmente mit Beleg für Bedarf und Zahlungsbereitschaft.

Häufiger Fehler: „alle, die X brauchen“ — keine echte Segmentierung.

4. Wettbewerbsanalyse

Leitfragen: Wer sind die 3–5 echten Wettbewerber (inkl. Status quo / Eigenlösung)? Stärken, Schwächen, Preise, Positionierung?

Prüfer erwartet: namentlich genannte, reale Wettbewerber mit Standort-/Marktbezug und eine ehrliche Positionierung dazu.

Häufiger Fehler: Wettbewerber kleinreden oder „keine Konkurrenz“ behaupten.

5. Markttrends & Treiber

Leitfragen: Welche Trends, regulatorischen oder technologischen Treiber wirken auf den Markt? Mit welcher Quelle?

Prüfer erwartet: belegte Trends mit Quelle (Destatis, Branchenverband, Studien) — und was sie für Ihr Vorhaben bedeuten.

Häufiger Fehler: allgemeine Trend-Floskeln ohne Bezug zum eigenen Geschäft.

6. Markteintritt & Positionierung

Leitfragen: Wie treten Sie in den Markt ein, wie positionieren Sie sich gegen den Wettbewerb? Welche Eintrittsbarrieren?

Prüfer erwartet: eine realistische Eintrittsstrategie, die Barrieren benennt und beantwortet.

Häufiger Fehler: Eintrittsbarrieren (Kapital, Regulatorik, Markenmacht) ignorieren.

7. Quellen & Methodik

Leitfragen: Woher stammen die Zahlen, wie wurde gerechnet (Primär-/Sekundärquellen)? Stand der Daten?

Prüfer erwartet: zitierfähige Quellen mit Datum und eine nachvollziehbare Methodik — prüfbar, nicht behauptet.

Häufiger Fehler: Zahlen ohne Quelle; veraltete oder erfundene Statistiken.

Herausgeber: PITCH & PAPER, Ginsheim-Gustavsburg — Dokumentenstudio für Geschäftsunterlagen im D-A-CH-Raum. Diese Vorlage ist ein Strukturgerüst, kein Ersatz für individuelle Recherche. Vertiefung: pitchandpaper.com/ratgeber/marktanalyse-erstellen
· Individuell erstellen lassen: pitchandpaper.com/leistungen/marktanalyse