

Vollständige Markt-Eintritts-Analyse

12 STUFEN PLAN

Diesem 12 Step Plan (Multi Step Plan) folgen

- **Stufe 1:** Unternehmens-Status quo
- **Stufe 2:** Marktpotenzialanalyse für **(Land hier eingeben)**
- **Stufe 3:** Machbarkeit des Markteintritts in **(Land hier eingeben)**
- **Stufe 4:** Branchen-, Produkt – und Trendanalyse in **(Land hier eingeben)**
- **Stufe 5:** PESTEL-Analyse für **(Unternehmen / Marke und Land hier eingeben)**
- **Stufe 6:** Deep Dive in die PESTEL-Ergebnisse (optional bei Bedarf)
- **Stufe 7:** SWOT-Analyse + Lösungsvorschläge / Ideen für Probleme / Risiken / Bedrohungen
- **Stufe 8:** Wettbewerbsanalyse **(Land hier eingeben)**
- **Stufe 9:** Stakeholder-Analyse
- **Stufe 10:** Analyse der Kundenzielgruppen / Kunde- und Zielgruppenanalyse
- **Stufe 11:** Marketing und Go-To-Market Konzept für den Markteintritt **(Land eingeben)**
- **Stufe 12:** Executive Summary & Aktionsplan

Einleitungsprompt + STUFE 1 Status Quo:

Du bist ein internationaler Marktanalyse-, Export-, Marketing- und Markteintrittsexperte mit Fokus auf Emerging Markets und internationale Expansion. Analysiere unser Unternehmen und unseren gewünschten Zielmarkt auf Basis:

- des beiliegenden hochgeladenen Unternehmensprofils
- unserer Website **HIER DIE URL EINGEBEN**
- sowie aktueller öffentlich verfügbarer Marktinformationen.

Ziel ist die Entwicklung einer vollständigen, datengetriebenen Marktanalyse und Markteintrittsstrategie für unser Unternehmen im gewünschten Zielmarkt.

Die Ausgabe soll:

- klar strukturiert, sehr detailliert, strategisch fundiert, datenbasiert, praxisnah sein.

Nutze aktuelle Marktinformationen, Trends, wirtschaftliche Entwicklungen, regulatorische Anforderungen sowie seriöse und verlässliche Quellen.

Zielmarkt: **[HIER ZIELMARKT EINFÜGEN]**

Unternehmens-Status quo

Ziel:

Verständnis des aktuellen Unternehmensstatus, der Marktpositionierung sowie der internationalen Skalierbarkeit. Analysiere den aktuellen Status unseres Unternehmens auf Basis der hochgeladenen Unterlagen und unserer Website.

Beschreibe:

- Produkt- und Leistungsportfolio
- Zielgruppen
- Marktpositionierung
- technologische und strategische Vorteile
- Wettbewerbsvorteile
- aktuelle Märkte
- bestehende Vertriebsstrukturen
- Markenpositionierung

Bewerte zusätzlich:

- internationale Skalierbarkeit
- Innovationsgrad
- Differenzierungsmerkmale
- potenzielle internationale Chancen

Fasse die Analyse als strukturierte Management-Zusammenfassung zusammen. Schreibstil informativ und einfach verständlich, zum Beispiel für Vorstände und Aufsichtsräte.

Stufe 2:

Marktpotenzialanalyse – Markt / Land hier eingeben

Ziel:

Bewertung des Marktpotenzials des Zielmarktes für das Unternehmen.

Analysiere das Marktpotenzial von **[ZIELMARKT]** für unser Unternehmen auf Basis unserer hochgeladenen Unternehmensinformationen und Produkte.

Berücksichtige insbesondere:

- Marktgröße
- Nachfrageentwicklung
- wirtschaftliche Entwicklung
- Branchentrends
- Kaufkraft
- Digitalisierung
- technologische Entwicklung
- regulatorische Rahmenbedingungen
- gesellschaftliche Entwicklungen
- Innovationsbereitschaft
- Wettbewerbsintensität

Bewerte abschließend:

- Marktattraktivität
- strategische Chancen
- Risiken
- Wachstumspotenzial
- Markteintrittschancen

Schreibstil informativ und einfach verständlich, zum Beispiel für Vorstände und Aufsichtsräte. Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse. Wenn keine belastbaren Daten verfügbar sind, kennzeichne Annahmen oder Schätzungen transparent. Nutze Tabellen, Bullet Points und Zwischenüberschriften für maximale Übersichtlichkeit.

Stufe 3: Machbarkeit des Markteintritts in (Land hier eingeben)

Ziel:

Bewertung, ob der Zielmarkt realistisch und strategisch sinnvoll erschließbar ist.

Bewerte die Machbarkeit eines erfolgreichen Markteintritts unseres Unternehmens in [ZIELMARKT].

Analysiere:

- regulatorische Anforderungen
- Zertifizierungen
- Markteintrittsbarrieren
- kulturelle Faktoren
- Preisakzeptanz
- logistische Herausforderungen
- Investitionsaufwand
- potenzielle Partnerstrukturen
- Vertriebsmodelle
- Wettbewerbssituation

Bewerte abschließend:

- geeignet
- bedingt geeignet
- nicht geeignet

Begründe die Einschätzung strategisch und datenbasiert.

Schreibstil informativ und einfach verständlich, zum Beispiel für Vorstände und Aufsichtsräte. Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse. Wenn keine belastbaren Daten verfügbar sind, kennzeichne Annahmen oder Schätzungen transparent. Nutze Tabellen, Bullet Points und Zwischenüberschriften für maximale Übersichtlichkeit.

Stufe 4: Branchen-/Produkt-/Trendanalyse in **(Land hier eingeben)**

Ziel:

Analyse relevanter Trends, Innovationen und Marktentwicklungen.

Analysiere aktuelle Branchen-, Produkt-, Technologie- und Konsumtrends in **[ZIELMARKT]**, die für unser Unternehmen relevant sind.

Berücksichtige:

- technologische Entwicklungen
- Innovationen
- Digitalisierung
- gesellschaftliche Trends
- Nachhaltigkeit
- Konsumverhalten
- Kaufverhalten
- Preisentwicklungen
- neue Geschäftsmodelle
- Zukunftstrends

Bewerte:

- Chancen
- Risiken
- mögliche zukünftige Marktveränderungen
- strategische Potenziale für unser Unternehmen

Schreibstil informativ und einfach verständlich, zum Beispiel für Vorstände und Aufsichtsräte. Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse. Wenn keine belastbaren Daten verfügbar sind, kennzeichne Annahmen oder Schätzungen transparent. Nutze Tabellen, Bullet Points und Zwischenüberschriften für maximale Übersichtlichkeit.

Stufe 5: PESTEL Analyse

Ziel: Analyse externer Einflussfaktoren im Zielmarkt.

Führe eine vollständige PESTEL-Analyse für unser Unternehmen in **[ZIELMARKT]** durch.

Analysiere:

- Political
- Economic
- Social
- Technological
- Environmental
- Legal

Berücksichtige dabei insbesondere:

- wirtschaftliche Entwicklungen
- politische Stabilität
- regulatorische Anforderungen
- gesellschaftliche Entwicklungen
- technologische Reife
- Umwelanforderungen
- rechtliche Risiken

Bewerte:

- Chancen
- Risiken
- strategische Auswirkungen
- kritische Erfolgsfaktoren

Die Ausgabe soll klar strukturiert, sehr detailliert, mit seriösen und verlässlichen Quellen, guter Gliederung mit Hervorhebungen, informativ und leicht verständlich sein. Nutze außerdem Live-Webzugang, um die aktuellsten Informationen zu Unternehmen, Markt und regulatorischen Anforderungen zu recherchieren. Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse. Wenn keine belastbaren Daten verfügbar sind, kennzeichne Annahmen oder Schätzungen transparent. Nutze Tabellen, Bullet Points und Zwischenüberschriften für maximale Übersichtlichkeit.

Stufe 6 (optional): Deep Dive in die PESTEL-Ergebnisse – **Land eingeben**

Ziel:

Vertiefung der wichtigsten Erkenntnisse aus der PESTEL-Analyse für **UNTERNEHMEN IN LAND** durch **konkrete Daten, Beispiele und belastbare Referenzen**.

Vertiefe die **relevantesten Ergebnisse** aus der **PESTEL-Analyse** für **Unternehmen in LAND**.

Wähle pro PESTEL-Faktor die **entscheidendsten Treiber und Barrieren** für den aus und ergänze diese mit **konkreten Daten** sowie **verlässlichen Quellenangaben**.

Füge je Faktor **2–3 Unterpunkte** hinzu, u. a. mit:

- **Political (Politisch):**
konkrete Maßnahmen der relevanten Wirtschaftspolitik oder einen anderen relevanten Politikzweig, relevante nationale Programme oder strategische Papiere
- **Economic (Ökonomisch):**
Kennzahlen zu Ausgaben, Investitionen in staatlichen und privaten Angeboten, Kaufkraft/Privat Ausgaben für unsere Branche, Wachstum vom vorhandenen Markt etc.
- **Social (Sozial):**
Alle für unseren Markteintritt relevanten demografischen Daten (zB Alterung, Urbanisierung),
- **Technological (Technologisch):**
Verbreitung innovativer Technologien in unserer Branche, lokale Technologie- oder Industriecluster, Innovations- und Förderlandschaft
- **Environmental (Ökologisch):**
Anforderungen an Energieeffizienz und Betrieb technischer Anlagen, Stromkosten-/Energiepreisentwicklung, relevante Umweltauflagen oder Nachhaltigkeitsstandards
- **Legal (Rechtlich):**
Kennzeichnung vorhandener Normen und Sicherheitsanforderungen für unsere Produkte, Leistungen und unseren Markteintritt, Betreiberpflichten (Arbeitsschutz, Umweltauflagen etc.), Datenschutz (DSGVO) sowie ggf. weitere Anforderungen

Nutze für die Belege und Referenzen relevante Quellen, z. B.:

GUS (Statistik-Institute), Ministerien, relevante EU-MDR/CE-Quellen, WHO, WTO, Branchenverbände, wissenschaftliche Studien sowie seriöse Medien- und Marktberichte. Das Ergebnis soll eine **strukturierte Vertiefung** sein, die die wichtigsten PESTEL-Treiber und Risiken für unseren geplanten Markteintritt in **LAND EINGEBEN** **quantitativ und qualitativ untermauert**. Wenn keine belastbaren Daten verfügbar sind, kennzeichne Annahmen oder Schätzungen transparent. Nutze Tabellen, Bullet Points und Zwischenüberschriften für maximale Übersichtlichkeit. Schreibstil informativ und einfach verständlich, zum Beispiel für Vorstände und Aufsichtsräte. Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse.

Stufe 7: SWOT Analyse für Unternehmen und Land eingeben

Ziel:

Strategische Positionierung des Unternehmens im Zielmarkt.

Erstelle eine SWOT-Analyse für unser Unternehmen in **[ZIELMARKT]**.

Analysiere:

- Strengths
- Weaknesses
- Opportunities
- Threats

Ergänze:

- konkrete Lösungsansätze
- Strategien zur Risikominimierung
- Empfehlungen zur Nutzung der Chancen
- strategische Handlungsempfehlungen

Beende die Analyse mit einer priorisierten Rangliste der Top-3-Zielregionen / Provinzen / Landkreise etc. in diesem Land für unser Unternehmen, inklusive klarer Begründung auf Basis der analysierten Kriterien.

Die Ausgabe soll klar strukturiert, sehr detailliert, mit seriösen und verlässlichen Quellen, guter Gliederung mit Hervorhebungen, informativ und leicht verständlich sein. Nutze außerdem Live-Webzugang, um die aktuellsten Informationen zu Unternehmen, Markt und regulatorischen Anforderungen zu recherchieren. Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse.

Wenn keine belastbaren Daten verfügbar sind, kennzeichne Annahmen oder Schätzungen transparent. Nutze Tabellen, Bullet Points und Zwischenüberschriften für maximale Übersichtlichkeit.

Stufe 8: Wettbewerbsanalyse – Land eingeben

Ziel: Analyse der Wettbewerbslandschaft im Zielmarkt.

Analysiere:

- wichtigste Wettbewerber
- Marktpositionierung
- Preisniveau
- Geschäftsmodelle
- Vertriebskanäle
- Innovationsgrad
- Differenzierungsmerkmale
- Marktanteile

Erstelle:

- Vergleichstabelle
- Ranking der wichtigsten Wettbewerber
- strategische Bewertung für unser Unternehmen

Untersuche und vergleiche insbesondere:

- **Unternehmensprofil & Marktpräsenz**
nationale und internationale Anbieter, Marktgröße, regionale Abdeckung im Zielland
- **Produkt- & Leistungsangebot** im Vergleich zu unseren Produkten / Leistungen
- **Zielgruppen & Einsatzbereiche**
- **Preisniveau & Geschäftsmodelle**
- **Innovationsgrad & Differenzierung**
Technologielevel, Bedienkomfort, Sicherheit, Energieeffizienz, Design, Evidenzbasierung
- **Erstattungsstatus & Marktakzeptanz**
Nutzung im öffentlichen oder privaten Sektor, Bekanntheit der Marke

Stelle die Ergebnisse auch **übersichtlich in einer Vergleichstabelle** dar und **führe Quellenangaben** (Websites, Marktberichte, Fachartikel) an.

Bewerte und **ranke die Wettbewerber nach für uns strategischer Relevanz (sehr hohe Relevanz) bis 5 (geringe Relevanz) – Top-down** nach Marktbedeutung und Wettbewerbsintensität. Die Analyse soll **klar strukturiert, datenbasiert und strategisch verwertbar** sein und eine fundierte Grundlage für die Positionierung im **LAND EINGEBEN** bieten.

Schreibstil informativ und einfach verständlich, zum Beispiel für Vorstände und Aufsichtsräte. Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse. Wenn keine belastbaren Daten verfügbar sind, kennzeichne Annahmen oder Schätzungen transparent. Nutze Tabellen, Bullet Points und Zwischenüberschriften für maximale Übersichtlichkeit.

Stufe 9: Stakeholder-Analyse – Land eingeben

Ziel:

Identifikation relevanter Akteure und Partner..

Erstelle eine Stakeholder-Analyse für unseren Markteintritt in [ZIELMARKT].

Identifiziere:

- Behörden
- Verbände
- Distributoren
- Investoren
- Medien
- Netzwerke
- Partner
- Key Opinion Leader

Kategorisiere:

- Einfluss
- Relevanz
- strategische Bedeutung

Leite konkrete Handlungsempfehlungen ab.

Kategorisiere die identifizierten Stakeholder nach **Einfluss (hoch/mittel/niedrig)** und **Interesse (hoch/mittel/niedrig)** am Markteintritt von unserem Unternehmen samt Produkten / Leistungen. Stelle die Ergebnisse **übersichtlich in einer Matrix oder Tabelle** dar und leite daraus **strategische Empfehlungen** ab, welche Stakeholder **prioritär einzubinden, aktiv zu managen** oder **informativ zu begleiten** sind. Die Analyse soll eine **klare Entscheidungsgrundlage** für **Partnerschaften, Kommunikationsstrategien** und **Go-to-Market-Maßnahmen** von unserem Unternehmen in **LAND EINGEBEN** liefern.“

Schreibstil informativ und einfach verständlich, zum Beispiel für Vorstände und Aufsichtsräte. Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse. Wenn keine belastbaren Daten verfügbar sind, kennzeichne Annahmen oder Schätzungen transparent. Nutze Tabellen, Bullet Points und Zwischenüberschriften für maximale Übersichtlichkeit.

Stufe 10: Kunden- & Zielgruppenanalyse – (Land eingeben)

Ziel

Definition und Priorisierung der Zielgruppen.

Analysiere die wichtigsten Zielgruppen und Kundensegmente in **[ZIELMARKT]**.

Untersuche:

- Bedürfnisse
- Pain Points
- Kaufmotive
- Entscheidungsprozesse
- Preisbereitschaft
- kulturelle Besonderheiten
- Mediennutzung

Erstelle:

- Buyer Personas
- Priorisierung der Zielgruppen
- Value Proposition
- strategische Empfehlungen

Analysiere für jede Kundengruppe:

- Investitions- und **Business-Ziele**
- Nutzenversprechen von unseren Leistungen / Produkten (Differenzierung, Umsatzpotenzial, Qualitätssteigerung)
- Entscheidungsprozesse und Kaufkriterien,
- Anforderungen an Service, Schulung, Wartung und Finanzierung

Stelle die Ergebnisse **übersichtlich strukturiert** dar und leite für jede Zielgruppe ein **klar formuliertes Value Proposition** für unser Unternehmen im **LAND EINGEBEN** Markt ab. Die Analyse soll als **Grundlage für Positionierung, Pricing, Vertrieb und Marketing** von unseren Produkten /Leistungen in diesem Markt dienen.“ Schreibstil informativ und einfach verständlich, zum Beispiel für Vorstände und Aufsichtsräte. Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse. Wenn keine belastbaren Daten verfügbar sind, kennzeichne Annahmen oder Schätzungen transparent. Nutze Tabellen, Bullet Points und Zwischenüberschriften für maximale Übersichtlichkeit.

Stufe 11: Marketing- & Go-to-Market-Konzept für den Markteintritt – Land eingeben (Unternehmen eingeben)

Ziel:

Entwicklung eines **praxisnahen, datenbasierten Marketing- und Go-to-Market-Konzepts** für den Markteintritt in **LAND EINGEBEN**, aufbauend auf allen vorherigen Analysen.

Strukturiere das Marketingkonzept wie folgt:

1. **Ziele (Objectives)**
Kurz-, mittel- und langfristige Marketing- und Markteintrittsziele (z. B. Markenbekanntheit, Leadgenerierung, Pilotkunden, Umsatz- und Marktanteilsziele)
2. **Marktpositionierung**
Positionierung von **UNTERNEHMEN UND LAND EINGEBEN Markt**, Alleinstellungsmerkmale, Differenzierung gegenüber Wettbewerbern
3. **Zielgruppen**
Priorisierte Zielgruppen (institutionelle Käufer und eventuell private Endanwender) inklusive Entscheidungsrollen und Buyer Personas
4. **Marketing-Mix (4P oder 7P)**
 - **Product:** Produktportfolio, Service, Schulung, Wartung
 - **Price:** Preismodell, Leasing-/Finanzierungsoptionen, Premium-Strategie
 - **Place:** Vertriebskanäle, Direktvertrieb, Partner, Distributoren
 - **Promotion:** Kommunikations- und Aktivierungsmaßnahmen
(optional: People, Process, Physical Evidence)
5. **Kommunikationsstrategie**
Integrierte Kommunikationsstrategie mit **Online- und Offline-Maßnahmen**, u. a.:
 - Digital Marketing (Website, SEO/SEM, Social Media, Content, Performance)
 - Fachkommunikation (MedTech-, Healthcare- & Sportmedien)
 - Print- & Out-of-Home-Werbung (inkl. nationale OOH-Maßnahmen)
 - Radio- und TV-/Streaming-Spots
 - Events, Messen, Kongresse
 - **Public Relations** auf nationaler Ebene (KOLs, Studien, Success Stories)
6. **Werbudget & Zeitplan (eventuell hier das eigene bereits geplante Budget eingeben)**
 - **Qualitativer Zeitplan** für das erste Markteintrittsjahr
 - **Quantitative Schätzung des Gesamtwerbudgets** für die komplette Entry-Kampagne
 - **Budget für die Kommunikationsagentur** vor Ort im Zielmarkt und für die Agentur in Österreich als Projekt Management-Agency (Full-Service-Agentur inkl. Strategie, Kreation, Projektmanagement, Medien, Nutzungsrechte – Pauschale für 12 Monate)
 - **KPIs & Erfolgsmessung** (Awareness, Leads, Conversion, ROI)

Beziehe dich explizit auf die **Erkenntnisse aus SWOT-, PESTEL- und Wettbewerbsanalysen** und leite daraus **konkrete, umsetzbare Marketingmaßnahmen** ab. Leite daraus einen konkreten Markteintrittsplan ab. Schreibstil informativ und einfach verständlich, zum Beispiel für Vorstände und Aufsichtsräte.

Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse. Wenn keine belastbaren Daten verfügbar sind, kennzeichne Annahmen oder Schätzungen transparent. Nutze Tabellen, Bullet Points und Zwischenüberschriften für maximale Übersichtlichkeit.

Stufe 12:

Executive Summary & Aktionsplan – Land eingeben

Ziel:

Zusammenführung aller Analyseergebnisse zu einer **klaren, umsetzbaren Roadmap** für den Markteintritt von **UNTERNEHMEN EINGEBEN IN LAND EINGEBEN**

Prompt-Beispiel – kann von dir selbst angepasst und optimiert werden: „Fasse **alle gewonnenen Erkenntnisse** aus den vorherigen Analysen (Marktpotenzial, Machbarkeit, PESTEL, SWOT, Wettbewerbs-, Stakeholder- und Zielgruppenanalyse sowie Marketingkonzept) zu einem **prägnanten Markteintrittskonzept** für **UNTERNEHMEN IN LAND EINGEBEN** zusammen.

Die Executive Summary soll:

- die **strategische Ausgangslage** von **UNTERNEHMEN IM LAND EINGEBEN** klar darstellen
- die **zentrale Marktchance** und die wichtigsten **Treiber und Risiken** zusammenfassen
- die **gewählte Marktpositionierung** und das Go-to-Market-Modell erläutern

Ergänze die Zusammenfassung um einen **konkreten Aktionsplan**, der folgende Punkte beinhaltet:

- **klare Handlungsempfehlungen** für die nächsten 12–24 Monate
- **priorisierte nächste Schritte** (z. B. Pilotprojekte, Markttests, Soft Launch)
- **potenzielle strategische Partnerschaften, passend für unser Angebot** (z. B. Wirtschaft, öffentliche Einrichtungen, Innovations- und/oder andere Cluster etc.)
- **kritische Erfolgsfaktoren** für den Markteintritt (z. B. regulatorische Compliance, Glaubwürdigkeit, Stakeholder-Akzeptanz, starke Vertriebspartner, effektive Kommunikation)

Das Ergebnis soll eine **klare Entscheidungsgrundlage für das Management** von **UNTERNEHMEN EINGEBEN** darstellen und als **strategischer Leitfaden** für den erfolgreichen Markteintritt **in LAND EINGEBEN** dienen.“

Schreibstil informativ und einfach verständlich, zum Beispiel für Vorstände und Aufsichtsräte. Nutze zusätzlich die Erkenntnisse und Ergebnisse aus den vorherigen Stufen dieser Analyse.

Der Autor



Fotocredits: © ideas4you.at

Thomas Klepits, M.A.

Creative Direktor, Inhaber der Kommunikationsagentur ideas4you
(www.ideas4you.at)

Thomas Klepits studierte Marketingkommunikation und ist ein anerkannter Experte mit über 25 Jahren Erfahrung in den Bereichen Marketing und Werbung sowie bei strategischer Marken-, Event- und Unternehmenskommunikation.

Er ist Träger zahlreicher nationaler und internationaler Auszeichnungen. In Großbritannien wurde er mit seiner Agentur als „Marketing-Agentur des Jahres“ prämiert, in Italien mehrfach mit Gold für erfolgreiche Kampagnen geehrt. Zudem ist Thomas Klepits der erste Kreative Österreichs, der sowohl mit dem Staatspreis Werbung der Republik Österreich als auch mit dem Österreichischen Bundeswerbepreis ausgezeichnet wurde.

Heute zählt Thomas Klepits zu den führenden Köpfen im effektiven Einsatz von Künstlicher Intelligenz in Marketing und Kommunikation.

Mit seiner Agentur ideas4you ist er u.a. spezialisiert auf Lead Agency Management und auf effektive Kampagnen zur erfolgreichen Markteinführung.

Kontakt:

Tel.: +43 676 888 098 825

t.klepits@ideas4you.at

