

Businessplan für die Gründung eines Bekleidungsgeschäfts, das auf eine bestimmte Szene ausgerichtet ist (Nischenkonzept):

Beispiel „Wettbewerbsanalyse“

Wettbewerbsanalyse:

„Da in Musterstadt und Umland das Marktsegment, d.h. das Angebot für diese spezifische Szenebekleidung nicht abgedeckt wird, erwarte ich sehr gute Chancen auf Erfolg in diesem Bereich. Die nächsten Einzelhandelsgeschäfte dieser Art befinden sich erst in weiterer Entfernung in größeren Städten wie A-, B- und C-Stadt.“

Eine Konkurrenz in Hinsicht auf das geplante Warensortiment sehe ich höchstens in Randbereichen des Sortiments in folgenden Geschäften:

Name	Lage	Angebot	Zielgruppe
A	A	Army-Kleidung, Schuhe	Gothics, Punkrocker, Rock'n Roller
B	B	Textilien, Schuhe, Taschen, Accessoires	Alternative junge Erwachsene, Studenten
C	C	Textilien, Accessoires	Gothics, Metaller
D	D	Fetisch, Schuhe, Textilien, Accessoires	Fetischisten, Gothics
E	E	Skateboards, Skaterwear (Hosen und T-Shirts bestimmter Skateboardfirmen), Schuhe (Skateschuhe) und Accessoires	Junges Klientel; Skater und Hip Hopper, ausschließlich Mode für Männer

Tabelle: Wettbewerber und ihre Angebote/Strategien

Diese Geschäfte sind jedoch auf eine ganz andere Klientel ausgerichtet als mein geplantes Geschäft. Die Überschneidung im Warenangebot ist minimal. Zumeist handelt es sich dabei um einzelne Posten, z.B. eine Schuhmarke oder eine kleine Auswahl an Accessoires eines Herstellers, welche die Antragstellerin in ihrem Geschäft ebenfalls anbieten würde.

Die Wettbewerbsintensität in Bezug auf die Kernzielgruppe ist somit vergleichsweise niedrig für ein Bekleidungsgeschäft und unterstreicht die gute Marktchance für das geplante Konzept in Musterstadt.“

Mit freundlicher Unterstützung von Dipl.-Kaufmann Maik Adam, MAConsult