

1 Herzlich Willkommen zum Podcast „Wie erstelle ich eine  
2 Konkurrenzanalyse?“ Bevor wir mit Definitionen und  
3 Fachwörtern um uns werfen, beginnen wir am besten mit einem  
4 kurzen Beispiel. Treue Hörer unserer anderen Podcasts kennen  
5 sie bereits: Unsere liebe Frau Müller. Auch dieses Mal ist  
6 sie wieder mit dabei.

7 Frau Müller lebt in Ihrer Zweizimmerwohnung in einem  
8 Mehrfamilienhaus. Ihre Tochter Jessica besucht sie  
9 regelmäßig. Sie ist gelernte Pflegekraft und merkt daher  
10 schnell, dass mit ihrer Mutter etwas nicht stimmt. Seit ein  
11 paar Wochen fragt sie sich, ob ihre Mutter mit allen  
12 alltäglichen Verrichtungen zurechtkommt. Die Wohnung ist  
13 nicht mehr so ordentlich und sauber, wie Jessica es von  
14 ihrer Mutter gewohnt ist. Generell kommt sie ihr  
15 desorientierter vor. Sie scheint auch etwas an Gewicht  
16 verloren zu haben. Isst sie ausreichend und regelmäßig?  
17 Jessica bemerkt ebenso, dass ihre Mutter sehr oft die  
18 gleiche Kleidung trägt und sie etwas streng riecht. Wäscht  
19 sie sich denn richtig und wechselt ihre Kleidung? Auf die  
20 Frage hin, ob sie denn mit allen Sachen im Haushalt so  
21 zurechtkäme und ob sie genügend isst, antwortet Frau Müller  
22 immer, dass alles wunderbar ist.

23 Doch Jessica lässt sich durch die Aussagen ihrer Mutter  
24 nicht beruhigen. Sie braucht definitiv Hilfe. Zwar kann  
25 Jessica sie unterstützen, aber was, wenn der Zustand  
26 schlechter wird? Da Jessica berufstätig ist und keine  
27 regelmäßigen Arbeitszeiten hat, ist das auf jeden Fall keine  
28 Dauerlösung. Am einfachsten wäre es, wenn der ambulante  
29 Dienst, bei dem Jessica tätig ist, ihre Mutter als Kundin  
30 aufnehmen würde. Doch sie weiß auch, dass aktuell, aufgrund

1 der fehlenden personellen Ressourcen, keine neuen Kunden  
2 aufgenommen werden können. Bei anderen ambulanten Diensten  
3 soll es nicht besser aussehen. Jessica telefoniert etwas  
4 herum und ihre Befürchtungen bestätigt sich leider.  
5 Ihre Chefin hat ihr zugesagt, dass sie ihre Mutter als  
6 Kundin aufnehmen, sobald ein Platz frei wird. Jessicas  
7 anfängliche Verzweiflung ändert sich schnell in Wut. Es gibt  
8 so viele Senioren die Hilfe brauchen und keinen ambulanten  
9 Dienst finden. Wo soll das nur enden? Jessica hat schon das  
10 ein oder andere Mal darüber nachgedacht, einen eigenen  
11 Pflegedienst zu gründen. Vielleicht ist der Moment gekommen,  
12 diese Idee in die Tat umzusetzen?

13 Nach reiflicher Überlegung entscheidet sich Jessica dafür,  
14 einen ambulanten Dienst zu eröffnen. Natürlich geht das  
15 nicht von heute auf morgen. Bevor man den ersten Kunden  
16 versorgt und pflegt, müssen zahlreiche Vorarbeiten erledigt  
17 werden. In der Regel beginnt man mit der Erstellung eines  
18 Businessplans, oder auch Geschäftsplan genannt. In einem  
19 solchen Plan wird die Geschäftsidee strukturiert dargestellt  
20 und es wird beschrieben, wie der Plan in die Realität  
21 umgesetzt werden soll. Im Endeffekt ist ein Businessplan ein  
22 genauer Fahrplan, der den kompletten Prozess der  
23 Existenzgründung beschreibt. Ein wichtiger Bestandteil eines  
24 Businessplans ist die Konkurrenzanalyse. Bei dieser werden,  
25 wie der Name schon sagt, die Konkurrenten ermittelt und  
26 genau unter die Lupe genommen. Sind deren Stärken und  
27 Schwächen bekannt, dann können diese Informationen für die  
28 Entwicklung der eigenen Strategie genutzt werden. Dadurch  
29 kann man sich von der Konkurrenz abzuheben und neue Kunden  
30 gewinnen.

1 Im ersten Schritt müssen die Konkurrenten identifiziert  
2 werden. Das bedeutet, dass ermittelt werden muss, welche  
3 Unternehmen in der Umgebung die gleiche Dienstleistung  
4 anbieten wie man selbst. Man spricht in diesem Zusammenhang  
5 von direkten Konkurrenten. Da es heutzutage jedoch nicht  
6 mehr ausreicht, nur die direkten Konkurrenten zu kennen,  
7 müssen zeitgleich auch die indirekten Wettbewerber  
8 analysiert werden. Diese sind im gleichen Segment tätig,  
9 bieten jedoch noch andere Dienstleistungen an.

10 Bei der Ermittlung der Konkurrenz sollte der Umkreis nach  
11 und nach ausgeweitet werden. Begonnen werden kann zum  
12 Beispiel mit einem Umkreis von fünf Kilometern, welcher  
13 schrittweise auf hundert Kilometer erweitert wird.

14

15 *[Abschnitt nicht in Leseprobe enthalten]*

16

17 Schauen wir wieder zu Jessica: Für sie ist klar, dass  
18 vorerst nur die ambulanten Pflegedienste in ihre genaue  
19 Betrachtung einfließen. Zuallererst hat sie öffentlich  
20 verfügbare Informationen genutzt, unter anderem durch eine  
21 Internetrecherche, Informationen aus lokalen Zeitungen und  
22 Branchenbüchern. Jessica nutzt erneut eine Tabelle, um alle  
23 wichtigen Informationen akribisch zu notieren.

24 Nun ist an der Zeit genauer ins Detail zu gehen. Jedes  
25 Unternehmen hat Stärken und Schwächen und genau diese gilt  
26 es jetzt herauszufinden. Das bedeutet, dass wir mehr  
27 Informationen benötigen. Dazu gehören unter anderem das  
28 Angebot und die Leistungspalette, die Qualität und der Preis  
29 der Pflegeleistungen, das Marketing und die  
30 Öffentlichkeitsarbeit. Im Bereich der Pflege gibt es noch

1 einen besonderen Teilbereich zu beachten: Die  
2 Personalsituation. Hier sollte auf jeden Fall versucht  
3 werden herauszufinden, wie die Konkurrenz personaltechnisch  
4 aufgestellt ist. Besonders in Zeiten des Fachkräftemangels  
5 ist eine solche Überprüfung essentiell wichtig. Denn  
6 bedenken sie folgendes: Wenn ihre Konkurrenz schon Probleme  
7 hat offene Stellen zu besetzen, warum sollte es ihnen besser  
8 gehen? Daher sollten sie sich bereits bei der  
9 Konkurrenzanalyse Gedanken über das Thema der  
10 Personalbeschaffung machen, denn ohne Mitarbeiter können sie  
11 ihr Projekt schnell zu den Akten legen.

12 Schauen wir zu Jessica: Bei der genauen Recherche konnte sie  
13 durch ihre zahlreichen beruflichen und privaten Kontakte  
14 wichtige Informationen über die Konkurrenz sammeln. Ebenso  
15 haben akribische Nachforschungen im Internet ihre Recherche  
16 vorangebracht. Zusätzlich hat sie Kontakt zu den  
17 unterschiedlichen Trägern und auch den direkten Konkurrenten  
18 aufgenommen. Selbst sie waren bereit, ihr wichtige Angaben  
19 zu machen und lieferten damit zahlreiche weitere  
20 Informationen. In der Pflege hält man schließlich zusammen.  
21 Es hat zwar etwas Zeit in Anspruch genommen, aber nun  
22 verfügt Jessica über alle wichtigen Informationen, um die  
23 Konkurrenten einzuordnen. Auf dieser Grundlage kann sie  
24 beginnen ihre eigene Strategie zu entwickeln.

25

26 *[Abschnitt nicht in Leseprobe enthalten]*

27

28 Damit ist die Konkurrenzanalyse abgeschlossen. Es wurde  
29 deutlich, dass sie einen wichtigen Baustein im Rahmen des  
30 Businessplans darstellt. Je nach Standort kann die Anzahl an

1 Konkurrenten sehr hoch sein, was die Analyse um einiges  
2 umfangreicher und komplexer macht. Für diese Fälle gibt es  
3 professionelle Software oder auch Firmen, die die  
4 Konkurrenzanalyse für sie übernehmen. Hier sollte jedoch der  
5 Kostenfaktor nicht außer Acht gelassen werden.

6 Im Endeffekt ist es egal welchen Weg man nutzt, das Ziel ist  
7 das gleiche. Wir wollen so viel wie möglich über unsere  
8 Wettbewerber wissen. Um das zu erreichen, ist eine  
9 Konkurrenzanalyse immer eine gute Investition.

10 Ein kleiner abschließender Tipp: Konkurrenz ist nicht immer  
11 Konkurrenz. Wir haben es am Beispiel von Jessica bemerkt.  
12 Sie konnte sich mit anderen Wettbewerbern, also den  
13 Leitungen von anderen Pflegediensten, austauschen, obwohl  
14 sie eigentlich „Konkurrenten“ sind. Das ist die Besonderheit  
15 am sozialen Bereich. Der alte Mensch und seine Versorgung  
16 stehen im Vordergrund und im Endeffekt sitzen wir alle im  
17 gleichen Boot und segeln auf das gleiche Ziel zu. Daher  
18 sehen sie Konkurrenten auch als wichtige Partner und  
19 vernetzen sie sich so gut es geht. Denn ein gutes Netzwerk  
20 kann in so manch schwierigen Situationen der beste Ratgeber  
21 sein.