

## Die Geschäftsidee und Marktorientierung als Grundlage für die Unternehmensgründung – Lösung

1 Ergänzen Sie den folgenden Lückentext mit den Begriffen aus der Box.

[1]

Entwicklung   Marktorientierung   Konkurrenz   Zielgruppe   Leistungen   Merkmalen   Preis   Beispiel   Nachfrage   Preisdruck   Kunden   Nachhaltigkeit   Zutaten   Produkten   Atmosphäre   Interesse   Cafébereich
---

### Wichtige Fragen zur Marktorientierung

Ein Mindestmaß an (1) **Marktorientierung** ist für jedes Unternehmen notwendig. Dabei stellt sich die Frage, für wen das Angebot interessant ist und wer die (2) **Zielgruppe** darstellt. Zielgruppen werden oft nach verschiedenen (3) **Merkmalen** wie Geschlecht, Alter, Beruf, Bildungsstand, Einkommen, sozialem Status, Eigenschaften, Interessen, Lebensstil, Motivation und geographischen Merkmalen eingeteilt. Ein (4) **Beispiel** ist eine vegane Bäckerei in einer Großstadt, deren Zielgruppe Menschen sind, die sich vegan ernähren, gesundheitsbewusst leben, Wert auf (5) **Nachhaltigkeit** legen oder allergisch auf bestimmte Lebensmittel sind.

Weiterhin ist zu klären, warum das Angebot für die Zielgruppe von (6) **Interesse** ist. Dabei kann der Geschmack, die Vielfalt der Produkte oder die Verwendung regionaler (7) **Zutaten** eine wichtige Rolle spielen. Die Bäckereileitung muss entscheiden, ob der Fokus auf süßen oder herzhaften (8) **Produkten** liegen soll und ob spezielle Diäten wie glutenfrei oder zuckerfrei berücksichtigt werden sollen. Auch die Frage, ob (9) **Kunden** bereit sind, für hochwertige Bio-Zutaten einen höheren (10) **Preis** zu zahlen, ist relevant. Zudem ist zu überlegen, ob es einen (11) **Cafébereich** geben soll, in dem Kunden die Produkte vor Ort genießen können.

Um den Markt und seine (12) **Entwicklungen** zu verstehen, muss die Bäckereileitung wissen, wie viele Kunden bereit sind, vegane Backwaren zu kaufen und ob dies ausreicht, um Kosten zu decken und Gewinne zu erzielen. Es ist wichtig zu klären, ob die (13) **Nachfrage** nach veganen Produkten wächst oder schrumpft und ob es realistisch ist, dass mehr Menschen auf eine vegane Ernährung umsteigen.

Zudem muss die (14) **Konkurrenz** analysiert werden. Die Bäckereileitung sollte wissen, wie viele Konkurrenten ähnliche Angebote haben, welche Produkte und (15) **Leistungen** diese ersetzen können und wie teuer diese sind. Es ist entscheidend, sich von der Konkurrenz abzuheben und diese Unterschiede klar an die Zielgruppe zu kommunizieren.

Um sich von der Konkurrenz abzuheben und nicht unter (16) **Preisdruck** zu geraten, muss ein Unternehmen klare Qualitätsunterschiede aufweisen und diese deutlich kommunizieren. Eine vegane Bäckerei, die eine große Auswahl an hausgemachten Produkten, regionale Zutaten und eine gemütliche (17) **Atmosphäre** bietet, sollte diese Vorteile in der Werbung hervorheben.