

Tool F: Zielmarktauswahl – Punktebewertungsverfahren



Ziel & Nutzen des Tools

Die Identifikation eines geeigneten internationalen Zielmarktes stellt für viele Unternehmen eine Herausforderung dar. Zahlreiche Faktoren sprechen für bzw. gegen eine Ausrollung des Geschäftsmodells in einen neuen Zielmarkt. Dieses Tool hilft Ihnen dabei, potenzielle Zielmärkte anhand verschiedener Kriterien systematisch zu bewerten.



Anleitung

1. Definieren Sie mindestens zwei potenzielle Zielmärkte. Tragen Sie diese in der ersten Zeile in den gekennzeichneten Feldern („Land ...“) ein.
2. Überlegen Sie, welche Faktoren (z. B. BIP pro Kopf, Digitalisierungsgrad, Importquote in einer bestimmten Produktkategorie) in den potenziellen Zielmärkten für den Erfolg Ihres Geschäftsmodells relevant sind. Schreiben Sie diese in die erste Spalte „Kriterien“. Berücksichtigen Sie dabei sowohl allgemeine Faktoren sowie konkret auf Ihr Geschäftsmodell abgestimmte Kriterien.
3. Stufen Sie die Relevanz der Kriterien ein, indem Sie jedem Kriterium einen Prozentsatz (auf einer Skala von 0% = unwichtig, 100% = sehr wichtig) in der Spalte „Gewichtung“ zuordnen. Beachten Sie dabei, dass die Summe aller Prozentsätze 100% betragen muss.
4. Bewerten Sie (Spalte „Bewertung“) jedes Land anhand der einzelnen Kriterien (auf einer Skala von 1 = trifft nicht zu, 10 = trifft zu).
5. Gehen Sie die einzelnen Kriterien nacheinander durch. Berechnen Sie das gewichtete Ergebnis pro Land (Spalte „Ergebnis“), indem Sie die Gewichtung mit der Bewertung des jeweiligen Landes multiplizieren.
6. Berechnen Sie das Gesamtergebnis pro Land, indem Sie die gewichteten Einzelergebnisse summieren.
7. Tragen Sie das Ranking der Länder in der letzten Zeile in der Tabelle ein. Das Land mit der höchsten Punktzahl (Ranking 1) stellt den attraktivsten Zielmarkt anhand den von Ihnen definierten Kriterien dar.



Tool

Kriterien (kritische Erfolgsfaktoren)	Gewichtung	Land A _____		Land B _____		Land C _____		Land D _____	
		Bewertung	Ergebnis	Bewertung	Ergebnis	Bewertung	Ergebnis	Bewertung	Ergebnis

Summe									
Ranking									



Tipps & weitere Schritte

Auf Basis des Ergebnisses des Punktbewertungsverfahrens können Sie die Auswahl der potenziellen Zielmärkte weiter eingrenzen. Märkte mit einer hohen gewichteten Punkteanzahl gilt es in einem weiteren Schritt näher zu analysieren. Eine Analyse der Marktrisiken sowie weiterer geschäftsmodellbezogener Faktoren (z. B. Kundenbedürfnisse, Wettbewerb, institutionelle Rahmenbedingungen) kann Ihnen dabei helfen, die für Ihr Geschäftsmodell am besten geeigneten Zielmärkte zu identifizieren.