

Marktgrössen und Marketingkennzahlen (Einführung)

Stichworte: Absatz, Umsatz, Marktvolumen, Marktanteil, Marktpotential, Sättigungsgrad.

Fachliche Kompetenzen: Ich kann Marktgrössen und Kennzahlen berechnen (K3), die berechneten Resultate interpretieren (K2) und Schlussfolgerungen ableiten (K4).

Fallstudie Der PC-Markt Schweiz 2020¹

3. April 2021 - 2020 konnte der Schweizer PC-Markt um 1,5 Prozent zulegen. Damit fiel das Wachstum geringer aus als in vielen anderen europäischen Ländern.

Im vergangenen, von der Coronapandemie geprägten Jahr wurden in der Schweiz ca. 1,55 Millionen PCs verkauft, was einem Wachstum von 1,5 Prozent im Vergleich mit dem Vorjahr entspricht. Dies geht aus Zahlen hervor, die die Marktforscher von IDC «Swiss IT Reseller» zur Verfügung gestellt haben.

Mit dem 1,5-Prozent-Wachstum liegt die Schweiz deutlich hinter dem globalen Marktwachstum fürs Jahr 2020 zurück, das IDC mit 12,9 Prozent beziffert. Und auch in Westeuropa hat der PC-Markt in Ländern wie Deutschland oder Grossbritannien deutlich stärker zugelegt als hierzulande. Malini Paul, Research Manager bei IDC Western European Personal Computing Devices, und damit auch verantwortlich für die Zahlen in der Schweiz, erklärt den Hauptgrund dafür: «Die Notebook-Adaption in der Schweiz im Vergleich mit dem umliegenden Europa war bereits vor der Pandemie deutlich weiter fortgeschritten. Während also die Pandemie in anderen Ländern einen grossen Bedarf an Notebooks auslöste, war dieser Bedarf in der Schweiz zumindest zum Teil bereits gedeckt, was sich nun in den Zahlen für 2020 widerspiegelt.» Daneben führt Malini Paul aber noch einen weiteren Faktor für das geringere Schweizer Marktwachstum im letzten Jahr ins Feld – das Support-Ende von Windows 7, das im Januar 2020 in Kraft getreten ist. «In der Schweiz haben Unternehmen auf dieses nahende Support-Ende frühzeitig reagiert und entsprechend Geräte geordert. Darum hat die Schweiz im zweiten und dritten Quartal 2019 auch einen starken, zweistelligen Anstieg der Nachfrage verzeichnet, während dieser Effekt in anderen Ländern erst 2020 eintrat.»

Hersteller	Stückzahlen 2019	Umsatz ² 2019	Stückzahlen 2020	Umsatz 2020
HP Inc	572000	CHF 612'629'160	564000	CHF 593'841'240
Lenovo	314000	CHF 336'303'420	349000	CHF 367'465'590
Apple	223000	CHF 238'839'690	206000	CHF 216'899'460
Acer	114000	CHF 122'097'420	137000	CHF 144'248'670
Dell	144000	CHF 154'228'320	134000	CHF 141'089'940
Andere	157000	CHF 168'151'710	159000	CHF 167'412'690
Total	1524000	CHF 1'632'249'720	1549000	CHF 1'630'957'590

Bezüglich der Marktentwicklung in der Schweiz sind sich Marketer uneinig. Dies hängt unter anderem mit Unsicherheiten in Bezug auf Corona, mit nicht abgeschlossenen Erneuerungszyklen und mit der Knappheit gewisser Komponenten zusammen. Die Marketingagentur «A» geht davon aus, dass durch geeignete Marketingmassnahmen die Umsätze um 3% erhöht werden könnten. Marketingagentur «B» schätzt die Wachstumschancen bezüglich der Umsätze auf 12%.³

¹ Aus: https://www.itreseller.ch/Artikel/Seite/93552/0/Der_PC-Markt_Schweiz_2020.html. Der Artikel ist in der [Swiss IT Reseller 2021/04](#) erschienen.

² Die Umsatzzahlen sind Schätzungen aus <https://de.statista.com/prognosen/970154/prognose-zum-umsatz-mit-pcs-inkl-tablets-in-der-schweiz>

³ Diese Zahlen sind frei erfunden.

Marktgrößen

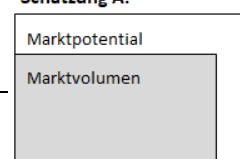
Absatz	Die Menge der in einer Zeiteinheit veräusserten Güter eines Unternehmens in einem bestimmten Markt.
	Wie gross war der Absatz von Lenovo im Jahr 2020 in der Schweiz?

Umsatz (auch Erlös)	Wert der verkauften Waren und Dienstleistungen einer Periode in einem bestimmten Markt (Absatz x Verkaufspreis).
	Geben Sie den Umsatz von Lenovo im Jahr 2020 in der Schweiz an.
	Berechnen Sie den von Lenovo im Jahr 2020 erzielten Durchschnittspreis.
	Entspricht der Umsatz dem Unternehmenserfolg?

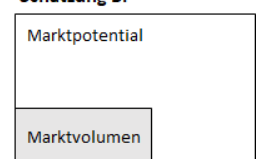
Marktvolumen (auch Marktgrösse)	In einer Periode erzielter Absatz bzw. Umsatz aller Unternehmen in einem bestimmten Markt (tatsächliche Nachfrage).
	Geben Sie das mengenmässige Marktvolumen im Jahr 2020 an.
	Geben Sie das wertmässige Marktvolumen im Jahr 2020 an.

Marktpotential	Theoretisch maximale Nachfrage unter Berücksichtigung der Kaufkraft. Es handelt sich dabei jeweils um eine Schätzung über das realisierbare Marktvolumen in einer künftigen Periode⁴.
	Berechnen Sie das Marktpotential auf Grund der in der Fallstudie angegebenen Schätzungen.
	Kann das Marktvolumen grösser als das Marktpotenzial sein?
	Interpretieren Sie die Schätzungen bezüglich der Marktentwicklung in der Schweiz.

Schätzung A:



Schätzung B:



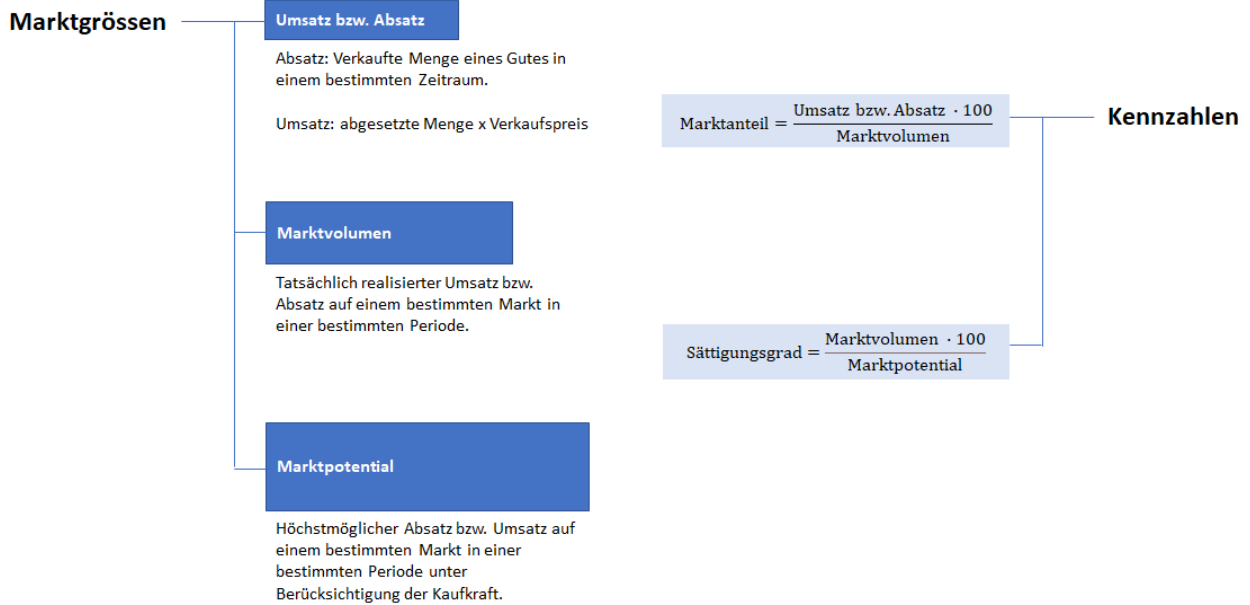
⁴ Vgl. Kühn, Vifian 2003 S. 33 in "Marketing - Analyse und Strategie" 9. Auflage Werd Verlag

Kennzahlen

Marktanteil	<p>Prozentualer Anteil des Umsatzes (oder des Absatzes) eines Unternehmens gemessen am Marktvolumen (100%).</p> $\text{Marktanteil} = \frac{\text{Umsatz bzw. Absatz} \cdot 100}{\text{Marktvolumen}}$
	Berechnen Sie den mengenmässigen Marktanteil von Lenovo im Jahr 2020.
	Berechnen Sie den wertmässigen Marktanteil von Lenovo im Jahr 2020
	Was fällt Ihnen auf?

Sättigungsgrad	<p>Marktvolumen in Prozent des Marktpotentials. Entspricht das Marktvolumen dem Marktpotential, spricht man von einem «gesättigten Markt» (Der Sättigungsgrad beträgt in diesem Fall 100%).</p> $\text{Sättigungsgrad} = \frac{\text{Marktvolumen} \cdot 100}{\text{Marktpotential}}$
	Berechnen Sie den Sättigungsgrad des PC-Marktes in der Schweiz.

Zusammenfassung



Aufgabe⁵

Die geschätzte maximal mögliche Absatzmenge eines Produktes in der Region Bern beträgt 600'000 Stück. Dies würde einem Umsatz von 90 Mio. CHF entsprechen.

Die momentane Absatzmenge aller Unternehmen in diesem Markt beträgt 400'000 Stück. Der momentane Umsatz aller Unternehmen in diesem Markt beträgt 58,5 Mio. CHF.

Die A-AG erzielt in diesem Markt einen Absatz von 80'000 Stück und einen Umsatz von 15 Mio. CHF.

- Wie hoch ist das mengen- und das wertmässige Marktvolumen?
- Berechnen Sie den mengen- und den wertmässigen Marktanteil der A-AG.
- Welche der folgenden Aussagen trifft eher zu? Begründen Sie.
 - Die Produkte der A-AG sind eher teurer als die Durchschnittspreise des Marktes.
 - Die Produkte der A-AG sind eher günstiger als die Durchschnittspreise des Marktes.
 - Die Preise der Produkte der A-AG entsprechen den Durchschnittspreisen.
- Wie hoch ist das mengen- und das wertmässige Marktpotential?
- Berechnen Sie den mengen- und den wertmässigen Sättigungsgrad.
- Welche der folgenden Aussagen trifft eher zu? Begründen Sie.
 - Die tatsächlich verkauften Produkte sind eher teurer als die Durchschnittspreise der schätzungsweise verkaufbaren Güter.
 - Die tatsächlich verkauften Produkte sind eher günstiger als die Durchschnittspreise der schätzungsweise verkaufbaren Güter.
 - Die Preise der tatsächlich verkauften Produkte entsprechen denjenigen der schätzungsweise verkaufbaren Güter.

⁵ In Anlehnung an Aufgabe 27 S. 68 aus dem Buch Basic Management von Hirschi, Graf und Lehman