

EXTERNE EFFEKTE



Betrachten Sie externe Einflussfaktoren Ihres Umfeldes und Marktes...

Was

Bei dieser Methode handelt es sich um eine erweiterte PESTEL-Analyse. Mit Hilfe der PESTEL-Analyse werden wirtschaftliche, technologische, soziokulturelle, ökologische, politische und rechtliche Einflussfaktoren identifiziert. Sie wurde um die Betrachtung von Megatrends und branchenspezifischen Einflussfaktoren ergänzt.

Als Ergebnis der Methode erhält man ein Schaubild mit einem Überblick der wichtigsten externen Effekte, die einen Einfluss auf das Unternehmen und das Angebot haben (können).

Die „Externe Effekte“-Methode kann zur Analyse und Darstellung der Situation von Markt und Umfeld vor der Entwicklung von Produkt-Service-System-Ideen eingesetzt werden.

Wie

Im Vorfeld ist es sinnvoll, Recherchen zum aktuellen Stand und zur zukünftigen Entwicklung von Markt und Umfeld durchzuführen, um für die Durchführung der Methode eine Informationsgrundlage zu haben.

Zu Beginn der Methode werden zunächst relevante Megatrends definiert. Hierfür kann als Hilfestellung auf bekannte Studien zu diesem Thema, wie z. B. von der Z punkt GmbH, zurückgegriffen werden. Daraufhin werden auf Basis der vorher gesammelten Informationen und dem Wissen der Teilnehmer vergangene, aktuelle und zukünftige Einflussfaktoren definiert und den jeweiligen Kategorien zugeordnet. Folgende Einflussfaktoren, die Gegenstand der PESTEL-Analyse sind, sollten betrachtet werden:

- Wirtschaftliche: z. B. Wirtschaftswachstum, Zinsniveau, Wechselkurse
- Technologische: z. B. Innovationen, Informations- und Kommunikationstechnologie
- Soziokulturelle: z. B. Bevölkerungsstruktur, Bildungswesen, Kultur

Wie

- **Ökologische:** z. B. Standort, Infrastruktur, natürliche Ressourcen
- **Politische:** z. B. Außenpolitik, Stabilität des politischen Systems
- **Rechtliche:** z. B. Rechtssystem und Staatsverfassung, Rechtsbewusstsein

Zusätzlich wird bei der „Externe Effekte“-Methode noch berücksichtigt, ob es besondere branchenspezifische Einflüsse gibt, welche ebenfalls beobachtet werden sollten.

Nach Anwendung der Methode kann untersucht werden, wie sich die identifizierten Faktoren aktuell verändern, wie sie sich in Zukunft verändern werden und welche Auswirkungen sich daraus für das Unternehmen ergeben. Dabei sollten auch Zusammenhänge der Faktoren untereinander beachtet werden.

An der Bearbeitung dieser Methode sollten Personen aus verschiedenen Bereichen und Funktionen eines Unternehmens teilnehmen, um vielfältige Blickwinkel auf die externen Effekte zu erhalten. Ggf. macht es auch Sinn, externe Berater mit einzubeziehen, die über spezielle Kenntnisse der Marktentwicklung verfügen.

Bei der praktischen Anwendung der Methode muss beachtet werden, dass nur externe Einflussfaktoren aufgenommen werden, auf die das Unternehmen bzw. die Branche keinen direkten Einfluss hat. Zudem sollte man versuchen, nur die wichtigsten Faktoren mit dem größten Einfluss zu identifizieren, damit die Analyse dieser im Nachgang nicht überhandnimmt.

Warum

Die Methode zielt darauf ab, externe Einflüsse strukturiert aufzubereiten, um in der späteren PSS-Entwicklungsphase diese Faktoren zu berücksichtigen. Ein weiteres Ziel besteht darin, die externen Effekte im Blick zu behalten, da deren Veränderungen sich jederzeit positiv als auch negativ auf Unternehmen und Angebot auswirken können.

Vorteile der Methode:

- **Übersichtliche** Aufbereitung der vielen unterschiedlichen Faktoren
- **Ganzheitliche** Betrachtung externer Chancen und Risiken

Literatur

Walsh, G. / Deseniss, A. / Kilian, T. (2009): Marketing. Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies. Springer: Berlin, Heidelberg.

Johnson, G. / Scholes, K. / Whittington, R. (2011): Strategisches Management. Eine Einführung. Analyse, Entscheidung und Umsetzung. Pearson: München.

Theobald, E. (2016): PESTEL-Analyse. Die wichtigsten Einflussfaktoren der Makroumwelt. Online unter: https://www.management-monitor.de/de/infotehke/whitepaper_pestel_Analyse.pdf (Abgerufen am 22.08.2017).

Z_punkt GmbH (2017): Megatrends. Die globalen Treiber des Wandels, die die Zukunft Ihres Geschäfts bestimmen. Online unter: <http://www.z-punkt.de/themen/artikel/megatrends> (Abgerufen am 23.08.17).

Voraussetzungen

- Detailliert erläutern, worauf sich die Einflussfaktoren beziehen, ansonsten ist unklar, ob Branche, Produkt oder Unternehmen gemeint ist.
- Abgrenzung Megatrends zu branchenspezifischen Einflussfaktoren erläutern

Praxistipps

- Politische und rechtliche Einflussfaktoren ggf. zusammenfassen, da diese sich häufig überschneiden.

Zeitliche Aspekte

- Dauer ca. 30 Minuten.

Gesamteindruck

- Ohne große Vorkenntnisse anwendbar