

VORGEHEN „ANALYSE DES PROJEKTUMFELDES“

ZIEL

Ziel ist es, ähnliche bzw. Konkurrenzangebote zum geplanten Projekt zu untersuchen und so die Alleinstellungsmerkmale des Vorhabens und damit den potentiellen Erfolg bei der Zielgruppe herauszuarbeiten und ggf. erfolgreiche Faktoren (z.B. die Zielgruppenansprache) bereits vorhandener Angebote für sich zu nutzen.

VORAUSSETZUNGEN

Ziele, Idee, Zielgruppe und Nutzen des geplanten Vorhabens sollten bereits zumindest grob bekannt sein. Eine bereits durchgeführte Zielgruppenbefragung oder Kontakte zur Zielgruppe sind hilfreich.

FORMAT UND TEILNEHMENDE

Die Methode besteht größtenteils aus Recherchearbeit. Sie kann allein oder mit mehreren Beteiligten durchgeführt werden. Je nach gewünschter Tiefe und der Menge vergleichbarer Angebote kann die Methode in ihrer Ausgestaltung zwischen einer Stunde Desktoprecherche und umfangreichen Recherchen, Befragungen und dem Testen von Angeboten variieren.

KURZBESCHREIBUNG

- Der Nutzen des geplanten Vorhabens wird (wenn vorhanden) aus der Zielgruppenfindung bzw. der Ziele-Feindefinition/Wirkungspfad in das Canvasboard übertragen.
- Alle relevanten Angebote, die der Zielgruppe denselben oder einen ähnlichen Nutzen bringen, werden recherchiert und gesammelt.
- Die relevantesten alternativen Angebote werden in der Tabelle mit dem eigenen Angebot verglichen, mögliche Probleme und Synergien werden identifiziert.
- Eine Abgrenzung (Alleinstellungsmerkmal) zu alternativen Angeboten wird herausgearbeitet.

VOR- UND NACHBEREITUNG

- **Vorbereitung:** Nutzen des geplanten Angebots in das Canvasboard übertragen.
- **Nachbereitung:** ggf. Überarbeitung der eigenen Projektidee oder Kontaktaufnahme für Synergie mit alternativen Angeboten.