

Marktsegmentsattraktivität

Nr.	Kriterien	Gew.	MS 1.1.2.1 klassische WA Startup		MS 2.2.2.1 Klass. Developer Startup		MS 3.2.2.2.1 Berater Retail		G x B max
			Bew.	G x B	Bew.	G x B	Bew.	G x B	
1	Marktgröße	5	5	25	5	25	4	20	25
2	Marktwachstum	5	5	25	5	25	4	20	25
3	Konjunktur max. 2 Jahre	4	4	16	4	16	4	16	20
4	Trend zu Life-Work-Balance	4	5	20	5	20	4	16	20
5	Wettbewerbsintensität	5	2	10	1	5	2	10	25
6	Markteintrittsbarrieren für neue Anbieter	5	1	5	1	5	1	5	25
7	Preisdurchsetzbarkeit	4	3	12	4	16	5	20	20
8	Gewinnerzielung	5	4	20	4	20	5	25	25
9	Innovationsanforderungen: Markt verlangt stets aktuellste Software-Version	5	5	25	5	25	5	25	25
10	Technologieakzeptanz / Diffusionsprozess	5	3	15	2	10	2	10	25
11	Substitutionsgefahr (technologisch)	2	5	10	5	10	5	10	10
12	Abnehmeranforderungen an IT-Anbieter: Spezialisierung und Erfahrung in Software und Datensicherung	4	5	20	5	20	5	20	20
13	Beratungsintensität	4	3	12	2	8	3	12	20
14	Arbeitskräftesituation	4	4	16	4	16	4	16	20
15	Abnehmerqualität: Zahlungsmoral etc.	5	3	15	3	15	3	15	25
16	Abnehmerwunsch unabhängig vom Dienstleister zu sein (z.B. bei Insolvenz des Dienstleisters)	5	2	10	2	10	2	10	25
17	Infrastruktur: Offline-Szenario oder Systemausfall	5	2	10	2	10	2	10	25
18	Datenschutz aus Sicht der Abnehmer	5	2	10	2	10	2	10	25
19	Vertragslaufzeiten zwischen Abnehmer und SaaS-Anbieter	4	3	12	3	12	3	12	20
20	Investitionsbereitschaft der Abnehmer, vor allem bei Neugründung (Hardware, Lizenzen, Schulungen, Projekteinführungskosten etc)	4	5	20	5	20	5	20	20
21	Investitionsvolumen für neue IT-Lösungen, insbesondere F&E	5	2	10	2	10	2	10	25
			Summe	318	Summe	308	Summe	312	470
			Prozent	67,66	Prozent	65,53	Prozent	66,38	100