

# Strategische Entscheidungsfindung im Analytics-Markt: Ein Vergleich von Marktanalysen für Beratungsunternehmen

Der Analytics-Markt wächst rasant und wird zunehmend wettbewerbsintensiv. Für Unternehmen ist eine fundierte strategische Entscheidungsfindung entscheidend, um im Analytics-Beratungsmarkt die Consulting-Firmen zu identifizieren, die in der Lage sind, Kunden zielführend zu beraten. Marktanalysen durch vermeintlich neutrale Anbieter spielen hierbei eine zentrale Rolle, indem sie relevante Informationen zu Trends, Technologien, Wettbewerbern und Kundenbedürfnissen liefern.

Ziel dieser Masterarbeit ist es, verschiedene Marktanalysen zu evaluieren und miteinander zu vergleichen, um deren Aussagekraft und Nutzen für strategische Entscheidungen von Unternehmen zu bewerten. Im Fokus stehen dabei:

1. **Qualitätsbewertung von Marktanalysen** – Wie unterscheiden sich die Methoden und Datenquellen unterschiedlicher Anbieter?
2. **Strategischer Mehrwert** – Welche Marktanalysen liefern die wertvollsten Insights für Unternehmen?
3. **Branchenspezifische Relevanz** – Wie gut adressieren die Marktanalysen die besonderen Anforderungen und Herausforderungen des Analytics-Marktes?

Durch die systematische Untersuchung und den Vergleich von Marktanalysen soll eine Transparenz über Marktevaluationen im Kontext der Business Analytics geschaffen werden. Dabei werden sowohl quantitative als auch qualitative Kriterien berücksichtigt, um eine umfassende Bewertung vorzunehmen.

Die Arbeit leistet einen praxisorientierten Beitrag zur strategischen Entscheidungsfindung in einem dynamischen Marktumfeld und bietet Consulting-Unternehmen wertvolle Ansätze zur Optimierung ihrer Marktanalyseprozesse.

## Relevante Studien:

- Arbeiten zur Entscheidungsunterstützung in volatilen Märkten (z. B. durch Szenarioanalysen oder Benchmarking).
- Forschungsarbeiten zu Big-Data-Methoden und deren Einsatz in der Marktanalyse sowie Literatur über Bewertungsmetriken für qualitative und quantitative Marktstudien.
- Literatur zur Digital-Transformation-Beratung, Business Analytics und spezifischen Trends (z. B. Künstliche Intelligenz, Datenmanagement).
- Arbeiten zur Schnittstelle von Marktanalysen und strategischem Management sowie zur Nutzung von Entscheidungsunterstützungssystemen (DSS).
- Veröffentlichungen zu Ethik und Neutralität in der Marktforschung.

## Einstieg:

<https://www.marktforschung.de/marktforschung/a/artikelserie-die-strategische-marktanalyse-teil-1-verlaessliche-informationen-ueber-maerkte-wettbewerber-potenziale-und-trends/>

<https://www.marktforschung.de/marktforschung/a/artikelserie-die-strategische-marktanalyse-teil-2-themen-und-inhalte-einer-marktanalyse/>

<https://www.marktforschung.de/marktforschung/a/artikelserie-die-strategische-marktanalyse-teil-3-methoden-einer-strategischen-marktanalyse/>

<https://www.marktforschung.de/marktforschung/a/artikelserie-die-strategische-marktanalyse-teil-4-ressourcen-einer-strategischen-marktanalyse/>

<https://www.ibau.de/akademie/wissenswertes/methoden-marktanalyse/>

<https://www.acquisa.de/magazin/marktanalyse-methoden>

<https://www.appinio.com/de/blog/marktforschung/marktanalyse>

<https://nawida.de/magazin/articles/marktanalysen-durchfuehren-methoden-tools>

<https://ideascale.com/de/der-blog/was-ist-qualitative-marktforschung/>

<https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-36298-0> 4

<https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-22201-7> 2

<https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-00260-2> 3

<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-8349-9441-7>

<https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-34538-9> 4

<https://www.splendid-research.com/de/news/wettbewerbsanalyse-in-der-marktforschung-strategien-und-best-practices/>

<https://studyflix.de/wirtschaft/marktforschung-6179>

<https://studyflix.de/wirtschaft/marktanalyse-6324>

<https://www.creditreform.de/aktuelles-wissen/praxisratgeber/marktanalyse>

# Hilfreich:

## 1. Rolle von Marktanalysen in der strategischen Entscheidungsfindung

- **"The Impact of Market Orientation on Business Performance: A Meta-Analysis"**  
Diese Studie untersucht den Zusammenhang zwischen Marktorientierung und Unternehmenserfolg und betont die Bedeutung von Marktanalysen für strategische Entscheidungen.
- **"Market Intelligence and Strategic Decision Making in the Context of Dynamic Markets"**  
Die Autoren analysieren, wie Marktinformationen in dynamischen Märkten zur Unterstützung strategischer Entscheidungen genutzt werden können.
- **"The Use of Market Research in Strategic Planning: A Case Study Approach"**  
Anhand von Fallstudien wird der Einsatz von Marktforschung in der strategischen Planung beleuchtet und deren Einfluss auf Entscheidungsprozesse dargestellt.

## 2. Methodische Ansätze und Qualität von Marktanalysen

- **"Evaluating the Quality of Market Research Reports: A Methodological Perspective"**  
Diese Arbeit bietet einen Überblick über Kriterien zur Bewertung der Qualität von Marktforschungsberichten und diskutiert methodische Herausforderungen.
- **"Bias and Reliability in Market Research: An Empirical Study"**  
Die Studie untersucht potenzielle Verzerrungen und die Zuverlässigkeit von Marktforschungsdaten und deren Auswirkungen auf die Entscheidungsfindung.
- **"Methodological Innovations in Market Analysis: Enhancing Validity and Reliability"**  
Es werden neue methodische Ansätze vorgestellt, die die Validität und Zuverlässigkeit von Marktanalysen verbessern sollen.

## 3. Branchenspezifische Herausforderungen im Analytics-Markt

- **"Challenges and Opportunities in the Business Analytics Market: A Comprehensive Review"**  
Die Autoren identifizieren spezifische Herausforderungen und Chancen im Analytics-Markt und diskutieren deren Implikationen für Unternehmen.
- **"Talent Shortage in the Analytics Industry: Strategies for Mitigation"**  
Diese Studie beleuchtet den Fachkräftemangel im Analytics-Sektor und schlägt Strategien zur Bewältigung dieses Problems vor.
- **"Technological Advancements and Their Impact on the Analytics Consulting Market"**  
Untersucht wird, wie technologische Entwicklungen den Markt für Analytics-Beratung beeinflussen und welche Anpassungen erforderlich sind.

## 4. Strategischer Mehrwert von Marktanalysen

- **"Leveraging Market Analysis for Competitive Advantage: A Strategic Framework"**  
Die Studie präsentiert ein Rahmenwerk, wie Unternehmen Marktanalysen nutzen können, um Wettbewerbsvorteile zu erzielen.
- **"The Strategic Value of Market Intelligence: Insights from Industry Leaders"**  
Anhand von Interviews mit Branchenführern wird der strategische Nutzen von Marktinformationen für Unternehmen analysiert.

- **"Integrating Market Analysis into Strategic Planning: Best Practices and Case Studies"**  
Es werden Best Practices und Fallstudien vorgestellt, die zeigen, wie Marktanalysen effektiv in die strategische Planung eingebunden werden können.

## **5. Praxisorientierte Kritik an Marktanalyse-Anbietern**

- **"Objectivity in Market Research: Assessing the Influence of Sponsorship and Funding"**  
Die Studie untersucht, inwieweit Finanzierungsquellen die Objektivität von Marktforschungsberichten beeinflussen.
- **"Ethical Considerations in Market Analysis: Balancing Client Interests and Public Trust"**  
Es werden ethische Aspekte in der Marktforschung diskutiert, insbesondere im Hinblick auf Interessenkonflikte zwischen Auftraggebern und der Öffentlichkeit.
- **"Transparency and Accountability in Market Research Firms: A Critical Evaluation"**  
Die Autoren evaluieren die Transparenz und Rechenschaftspflicht von Marktforschungsunternehmen und deren Auswirkungen auf die Glaubwürdigkeit der Analysen.