

Marketing Due Diligence in Technologie-Märkten

Chancen-/Risiken-Beurteilung aus Markt- und Kundensicht



1. Aufgabe

Für ein Chemieunternehmen, einen Hersteller von Rohstoffen für Batterieanwendungen, sollten die realistischen Marktchancen für Rohmaterialien bewertet werden, die in zukünftigen Batterieanwendungen eingesetzt werden könnten. Hierfür sollte eine Marketing Due Diligence angefertigt werden, die als Grundlage für eine strategische Ausrichtung eines Teilbereiches des Unternehmens dienen sollte.

Zweck einer solchen Marketing Due Diligence-Untersuchung ist hierbei eine Grundlage für eine Neu-Positionierung des Unternehmens zu schaffen, ähnlich wie bei Entscheidungen bezüglich Mergers & Acquisitions. In solchen Fällen liegt der Schwerpunkt der Untersuchung nicht im kaufmännischen Bereich, vielmehr ist die angestrebte Technologie bezüglich ihrer Zukunftsfähigkeit zu bewerten.

2. Ziel

Diese Erhebung hatte zum Ziel, alle notwendigen Daten bezüglich des zu erwartenden Marktvolumens von zukunftsweisenden Batteriemassen momentan und mittelfristig – auf die nächsten fünf Jahre – zusammenzustellen und daraus mögliche Zukunftstrends und Potentiale für ihre Anwendungen zu bewerten.

Marketing Due Dilligence in Technologie Märkten

Chancen- / Risiken-Beurteilung aus Markt- und Kundensicht



3. Methodik

- ◆ Primär- und Sekundärrecherchen wie Datenbankabfragen und Internetrecherchen.
- ◆ Recherchen zu Marktteilnehmern und telefonische Interviews bezüglich des Interesses an innovativen Batteriemassen.
- ◆ Interviews mit Händlern am Marktplatz für Metalle.
- ◆ Interviews mit Experten von F&E-Einrichtungen und Hochschulen.
- ◆ Abgleich der einzelnen Ergebnisse und Zusammenstellung.

4. Ergebnis

Der Klient erhielt eine fundierte Grundlage an marktorientierten Informationen, um weitere/künftige Investitionsentscheidungen in Bezug auf Elektrodenmaterialien bestmöglich realisieren zu können. Diese Studie diente schlussendlich als Informationsgrundlage für den Vorstand des betreuten Chemieunternehmens.