

Finden einer Markteintritts-Strategie in einem engen aber hoch profitablen Wachstumssegment für einen Maschinenbauer im Bereich Tabak



1. Aufgabe

Finden und Entwickeln einer Markteintritts-Strategie inklusive möglicher Barrieren in einem Teilbereich der Tabak- und Tabakzulieferer-Industrie. Dazu gehörend das Makroumfeld (politische-, ökonomische-, soziale- und technologische Umfeld / PEST - Analyse) sowie das Mikroumfeld der Maschinenbauer und Zigarettenproduzenten.

2. Ziel

Abschätzung des Potenzials an Umsatz und Gewinn in diesem Segment und der Frage, wie sich dieses Potenzial aufgrund der bisher bestehenden Vertriebsstrukturen bearbeiten lässt.

Weiterhin sollte eine Analyse stattfinden, inwieweit bestehendes Potenzial in einem anderen Bereich der Tabak verarbeitenden Industrie Kompetenzen-übergreifend bearbeitet werden kann.

Finden einer Markteintritts-Strategie in einem engen aber hoch profitablen Wachstumssegment für einen Maschinenbauer im Bereich Tabak



3. Methodik

- ◆ Durch persönliche Besuche bei OEM's und bei Tabakproduzenten wurden technologische Kooperations- und Verkaufsmöglichkeiten besprochen, auch solche über den möglichen aktuellen und künftigen Bedarf.
- ◆ Daneben Internetrecherche, persönliche und telefonische Befragungen bei Verbänden, Behörden, Marktexperten usw.

4. Ergebnis

Darstellung von Trends im Maschinenbau und in der Tabakindustrie, auch bei Endkonsumenten (weltweit), die wiederum Einfluss auf die gesamte Lieferkette vom Anbau des Tabaks bis hin zur Werbung haben. Abschätzung und Bestimmung von Marktgröße und -umsatz für den Maschinenbauer für die folgenden fünf Jahre. Weiterführende Kooperations- und Verkaufsansätze mit OEM's sowie innerhalb der Tabakindustrie. Vorgabe bzw. Empfehlung dazu, wie sich dieser Markt bearbeiten lässt, um neuen Umsatz zu generieren und den bisherigen auszubauen. Inzwischen ist dieser Teilbereich bei dem Maschinenbauer eine feste Größe im Umsatz -Portfolio.