

Marktpotenzialanalyse für eine urbanes E-Vehikel

Diplomand



Dominik Baltisberger

Ausgangslage: Die Elektromobilität erlebt aktuell einen bedeutenden Wandel. Insbesondere der Langsamverkehr, welcher einen Bereich der Elektromobilität darstellt, verzeichnet ein starkes Wachstum, da vermehrt Trendfahrzeuge wie E-Scooter oder E-Bikes in urbanen Gebieten anzutreffen sind. Es lassen sich verschiedene Ursachen identifizieren, die zu dieser Veränderung führen. Zum einen fördern neue und verbesserte Technologien die Elektromobilität und zum anderen lässt sich der Nachhaltigkeitsaspekt als starker Treiber benennen. Darüber hinaus besteht eine Vielzahl weiterer Gründe, die das Voranschreiten der Elektromobilität begünstigen.

Durch die aktuellen Veränderungen öffnen sich unterschiedliche Möglichkeiten für Innovationen und Neuentwicklungen. Da das Unternehmen Kappeler IBI im Bereich der Entwicklung und Realisierung innovativer Ideen tätig ist, möchte es diese Chance nutzen und prüfen, was der Einführung eines neuartigen Produkts in den Markt der Elektromobilität entgegensteht.

Ziel der Arbeit: Mithilfe dieser Arbeit soll für das Unternehmen Kappeler IBI erfasst und dokumentiert werden, welche Erfolgsfaktoren auf dem Markt der Elektromobilität erkennbar sind und wie sich dieser Markt zukünftig entwickeln wird. Weiter sollen Informationen über die potenzielle Kundschaft gewonnen und daraus wichtige Kaufkriterien abgeleitet werden. Schlussendlich soll ein umfassendes Bild über den Markt, die potenzielle Kundschaft und die Konkurrenz entstehen. Ebenso sollen wichtige Kaufkriterien in Produkteigenschaften übertragen werden, die von der angesprochenen Kundschaft gefordert werden. Letztendlich sollen alle gesammelten Informationen die Entscheidung unterstützen, ob eine erfolgreiche Markteinführung möglich ist.

Ergebnis: Die Bachelorarbeit konnte folgende Ergebnisse gewinnen:

- Identifizierung von Ursachen und Treibern, welche die Mobilität beeinflussen werden
- Untersuchung des strategisch relevanten Marktpotenzials
- Marktforschung und Destillation relevanter Kundenbedürfnisse und Leistungsanforderungen
- Analyse der Konkurrenz
- Erarbeiten eines möglichen Geschäftsmodelles

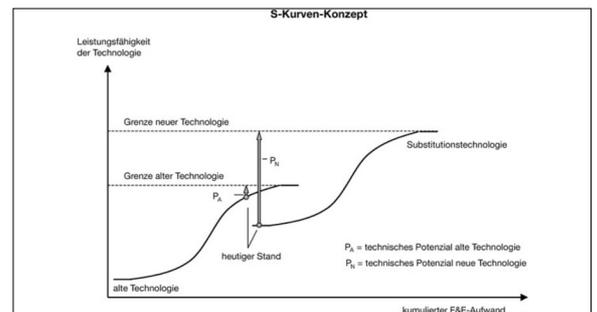
Referent
Prof. Dr. Stefan Nertinger

Korreferent
Samuel Böhni

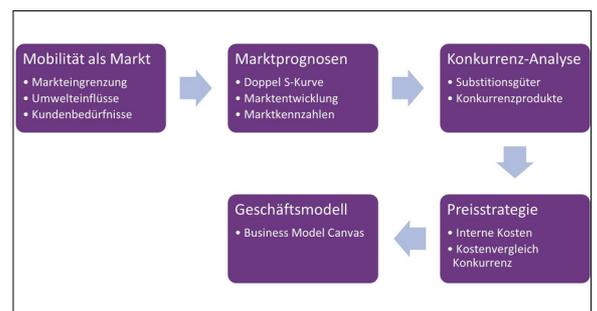
Themengebiet
Geschäftsmodell,
Marketing und Vertrieb

Projektpartner
Kappeler IBI, Wiezikon,
TG

S-Kurven-Konzept Möhrlé und Specht 2018



Vorgehen Bachelorarbeit Eigene Darstellung



Auszug aus der Umfrage Eigene Darstellung