

# SSP II: Technologiemarketing

---



Dozent: Herr Prof. Dr. Uwe Kleinkes

Erstellt von: Julia Abbenhaus, Sophia Doukas, Lars Hartmann,  
Adriana Kaluza, Carsten Klasberg, Miriam Mannheim,  
Stefanie Pechoel, Malte Pierburg, Vivien Schäder, Sabrina  
Schleicher, Jana Seewald, Alina Tietz

Sommersemester 2017

# Agenda

---

## 1. Vorstellung Unternehmen

- **1.1 Produktportfolio**
- **1.2 Unternehmensleitbild**
- **1.3 Produktanalyse**

## 2. Marktanalyse

## 3. Zwischenfazit (SWOT-Analyse)

## 4. Marketingziele

## 5. Marketingstrategie

## 6. Marketingmix

## 7. Fazit

# 1. Das Unternehmen

---

- Gründung: 1999
- börsenorientiertes Unternehmen
- Stammsitz in Hamm
- 1000 Mitarbeiter
- 100 Mio. € Umsatz pro Jahr
- SBAG, TECDAX

# 1.1 Produktportfolio

---

## Art der Batterie

Lithium-Ionen-Akku

## Technische Daten

- 24V/10 Ah bis 400 V
- Ausgangsspannung: 24 - 400 V
- Ausgangsleistung: 8 bis 160 kW
- Kapazität: 5 – 25kWh

Glas-Akku (neu!)

- bisher keine zu kommunizierenden Daten
-

# 1.2 Unternehmensleitbild

---

“All electric devices in our business segment will be equipped with Smart Batteries.” –That is our **vision**. We are guided by our **mission**: Performance, quality and reliability as a set standard for our customers.

Smart Battery AG

# 1.3 Produktanalyse

	Vorteile	Nachteile
<b>Lithium-Ionen-Akku</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• hohe Lebensdauer von ca. 20 Jahren</li> <li>• hohe Anzahl an Ladezyklen und Entladetiefe</li> <li>• leichtes Material -&gt; Gewichtseinsparung</li> <li>• kompakt -&gt; benötigt wenig Platz zum einbauen</li> <li>• Selbstentladung</li> <li>• müssen nicht vollgeladen werden</li> <li>• geringe Innenwiderstände</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfindlichkeit ggü. Tiefentladung, Überladung und zu hohen Temperaturen oder zu niedrigen Temperaturen</li> <li>• Preisgestaltung</li> <li>• nicht ausreichende Laufleistung</li> </ul>
<b>Glas-Akku</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preisgestaltung</li> <li>• leistungsfähiger als bisher bekannte Batterien -&gt; Haltbarkeit</li> <li>• nicht brennbar -&gt; Sicherheit</li> <li>• 1.200 Ladezyklen ohne großen Leistungsverlust</li> <li>• Dreimal höhere Energiedichte als bei Lithium-Ionen- Akku</li> <li>• kleiner und leistungsfähiger</li> <li>• besteht aus Natrium statt Lithium</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bisher noch keine entdeckten Nachteile, da fehlende Werte</li> <li>• noch nicht vollwertig eingesetzt und intensiv getestet</li> </ul>

# Agenda

---

1. Vorstellung Unternehmen

## **2. Marktanalyse**

- **2.1 PEST Analyse**
- **2.2 Trend Analyse**
- **2.3 Konkurrenzanalyse**
- **2.4 Kundenanalyse**

3. Zwischenfazit (SWOT-Analyse)

4. Marketingziele

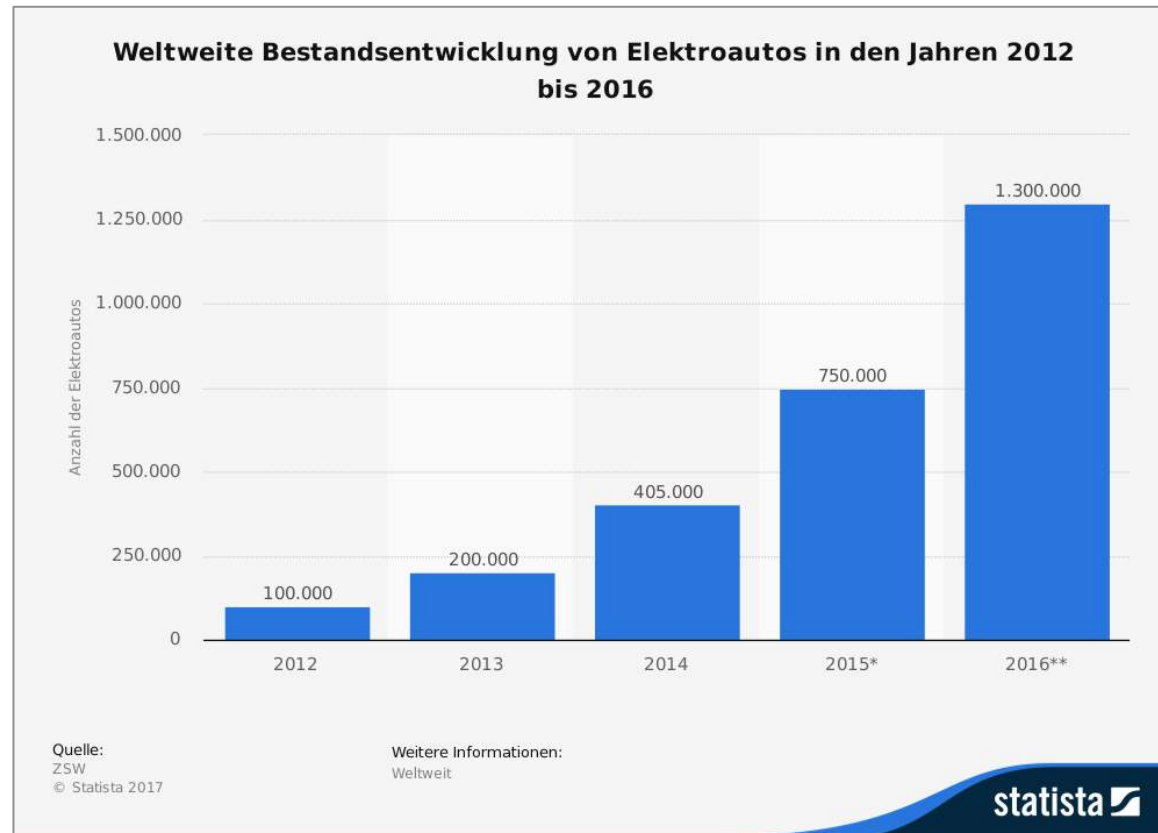
5. Marketingstrategie

6. Marketingmix

7. Fazit

# 2. Marktanalyse

## Elektroautos weltweit

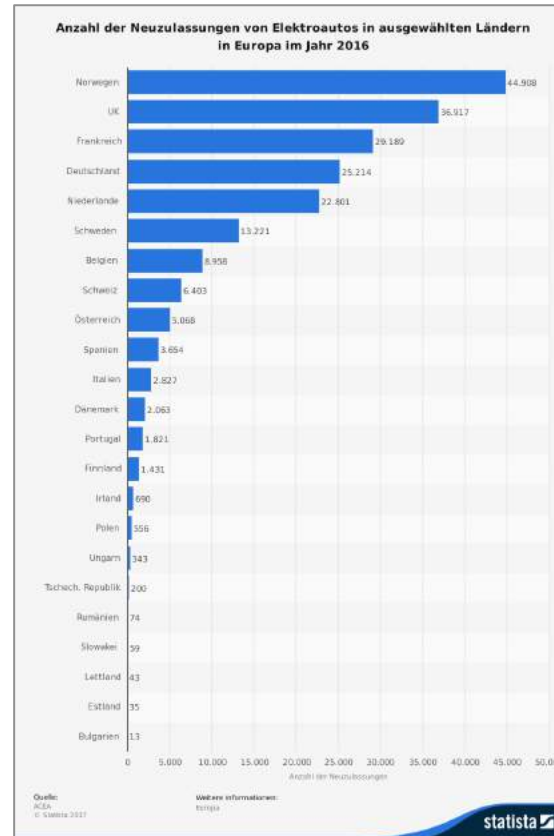


Bildquelle: ZSW; Weltweite Bestandsentwicklung von Elektroautos in den Jahren 2012 bis 2016; <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/168350/umfrage/bestandsentwicklung-von-elektrofahrzeugen/>; abgerufen am 17. Mai 2017



# 2. Marktanalyse

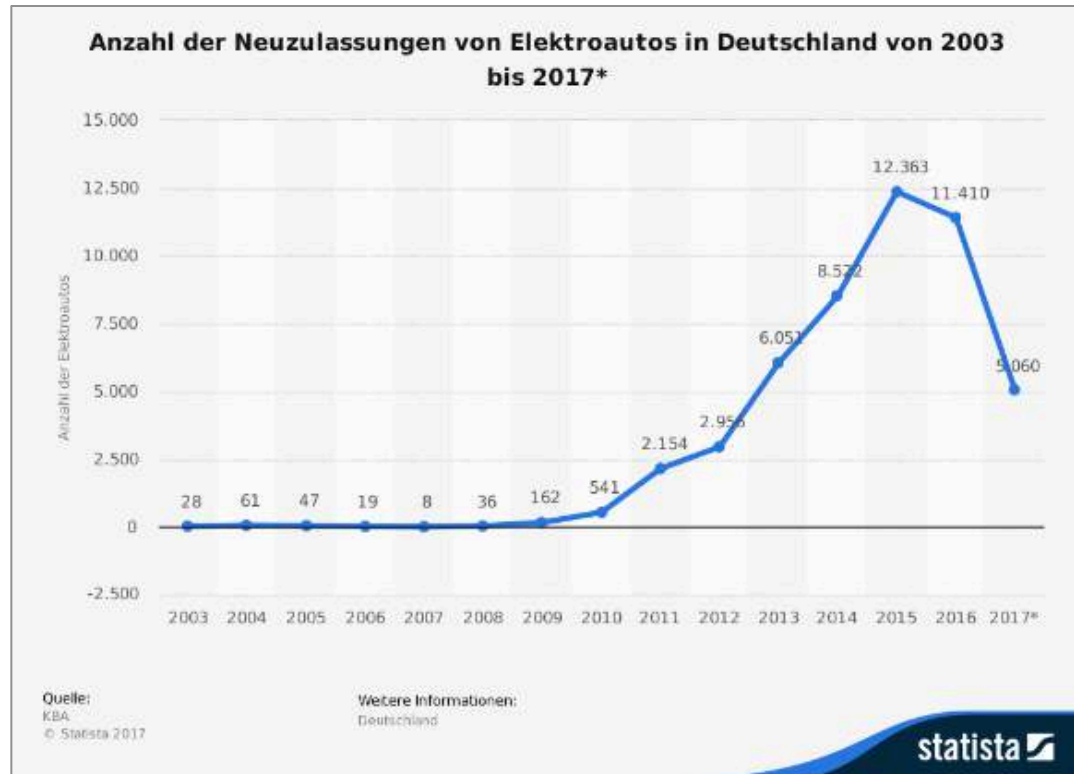
## Elektroautos europaweit



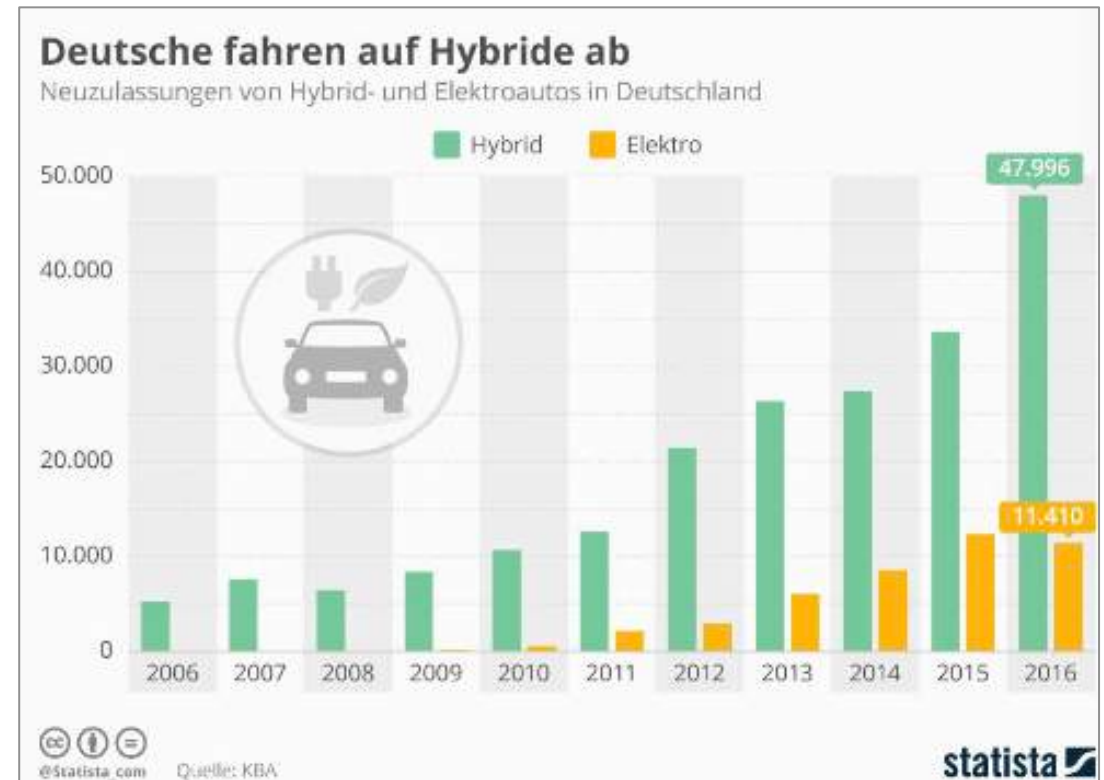
Bildquelle: ACEA; Anzahl der Neuzulassungen von Elektroautos in ausgewählten Ländern in Europa im Jahr 2016.; <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/245784/umfrage/anzahl-der-verkaeufe-von-elektroautos-nach-laendern>; abgerufen am 17. Mai 2017

# 2. Marktanalyse

## Elektroautos deutschlandweit



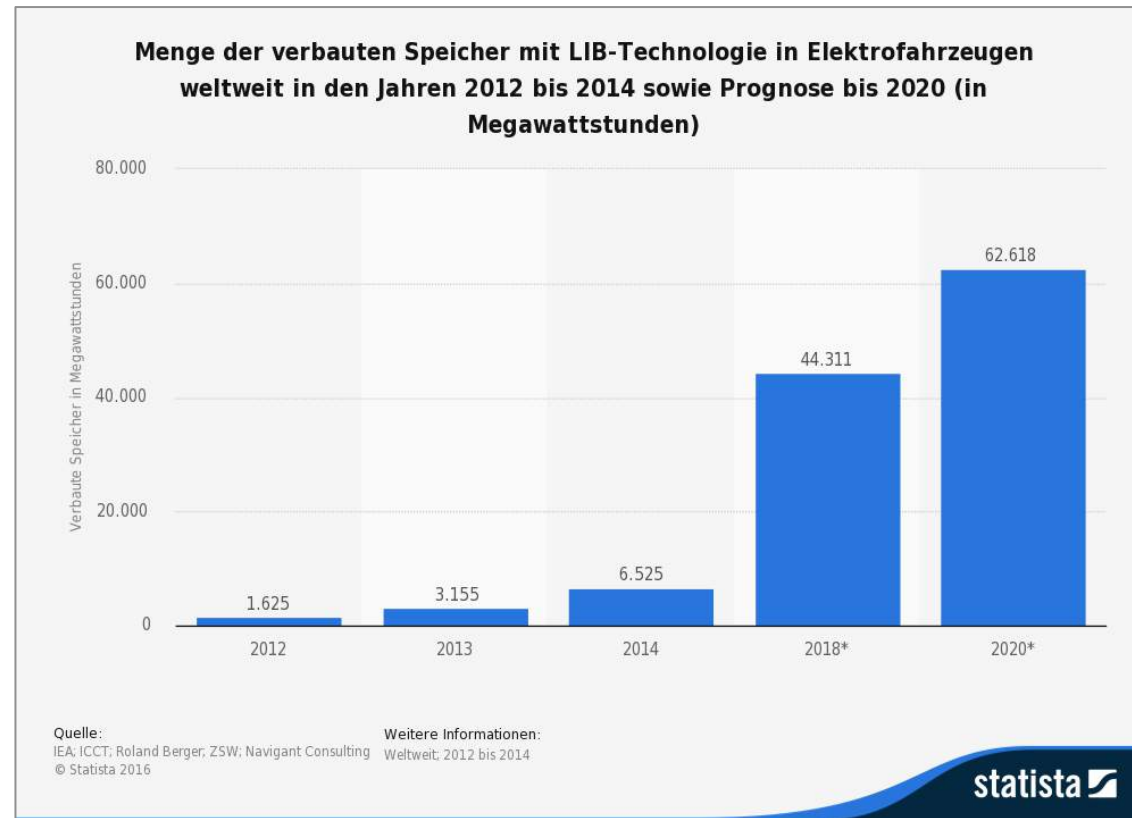
Bildquelle: KBA; Anzahl der Neuzulassungen von Elektroautos in Deutschland von 2003 bis 2017\*; <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/244000/umfrage/neuzulassungen-von-elektroautos-in-deutschland/>; abgerufen am 17. Mai 2017



Bildquelle: KBA. Deutsche fahren auf hybride ab; <https://de.statista.com/infografik/2870/neuzulassungen-von-hybrid-und-elektroautos-in-deutschland/>; abgerufen am 17. Mai 2017

# 2. Marktanalyse

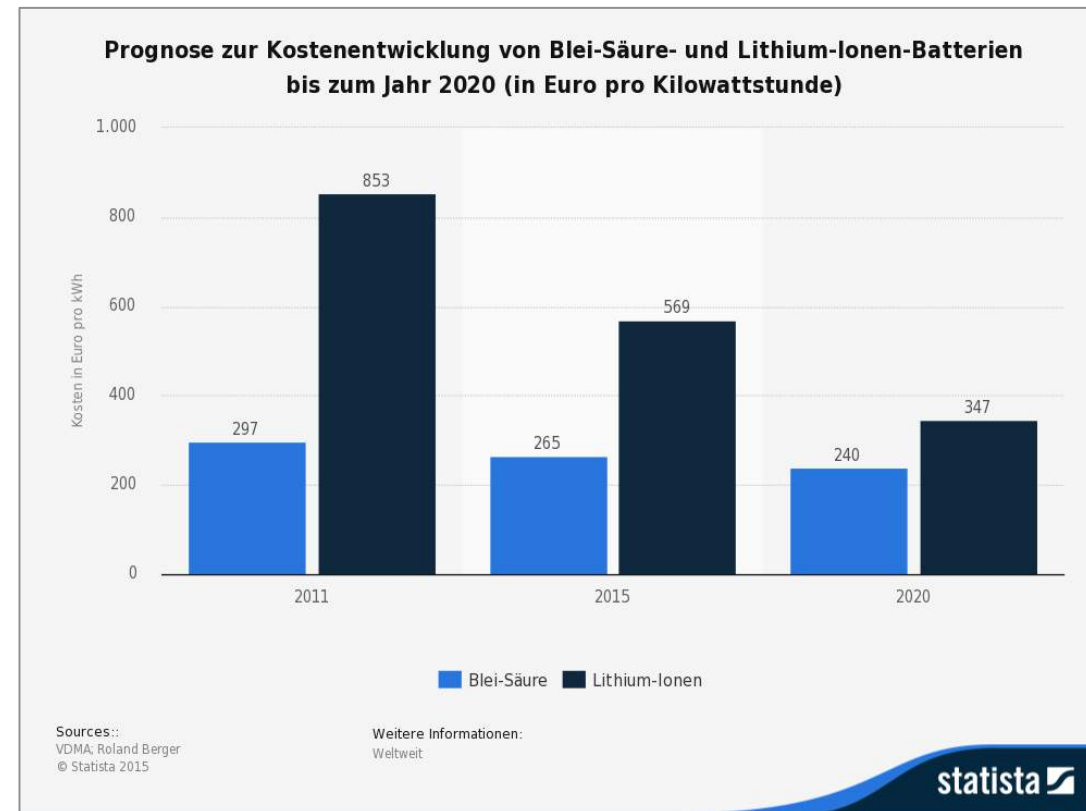
## Lithium-Ionen-Akkumulatoren



Bildquelle: VDMA; RWTH Aachen; Menge der verbauten Speicher mit LIB-Technologie in Elektrofahrzeugen weltweit in den Jahren 2012 bis 2014 sowie Prognose bis 2020 (in Megawattstunden); <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/493187/umfrage/prognose-zum-absatz-von-lib-speichern-in-elektrofahrzeugen-weltweit/>; abgerufen am 17. Mai 2017

# 2. Marktanalyse

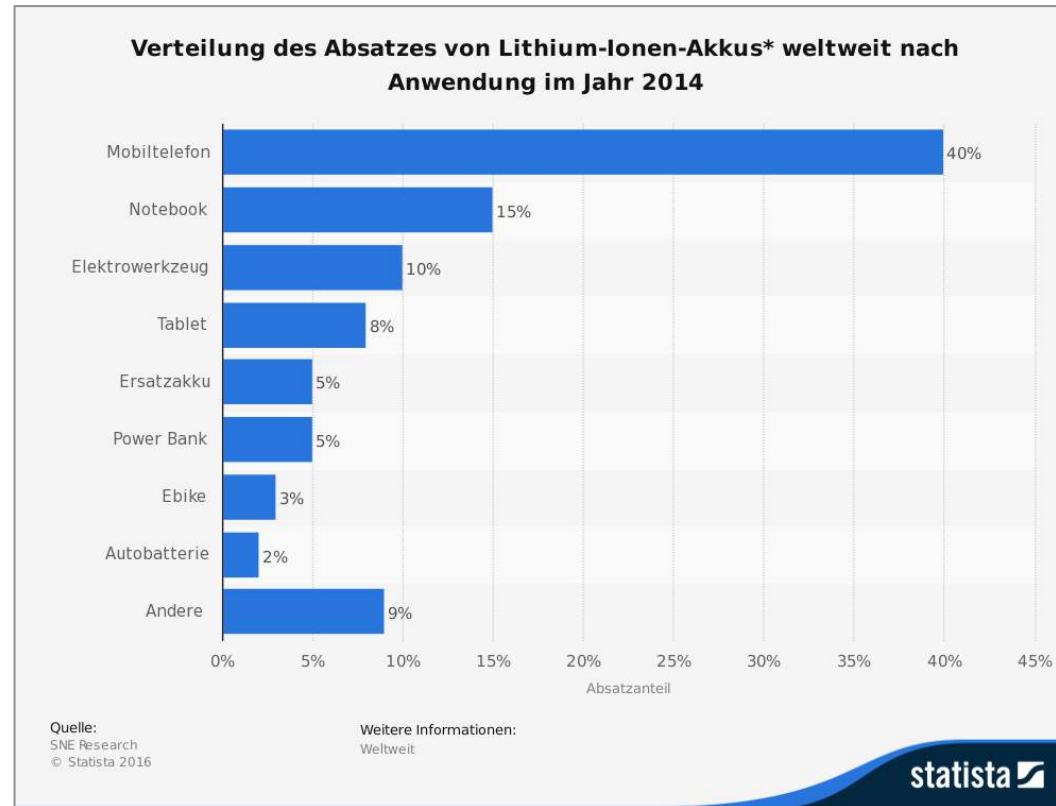
## Lithium-Ionen-Akkumulatoren



Bildquelle: VDMA; Prognose zur Kostenentwicklung von Blei-Säure- und Lithium-Ionen-Batterien bis zum Jahr 2020 (in Euro pro Kilowattstunde); <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/241773/umfrage/prognose-zur-kostenentwicklung-von-blei-saeure-und-lithium-ionen-batterien/>; abgerufen am 17. Mai 2017

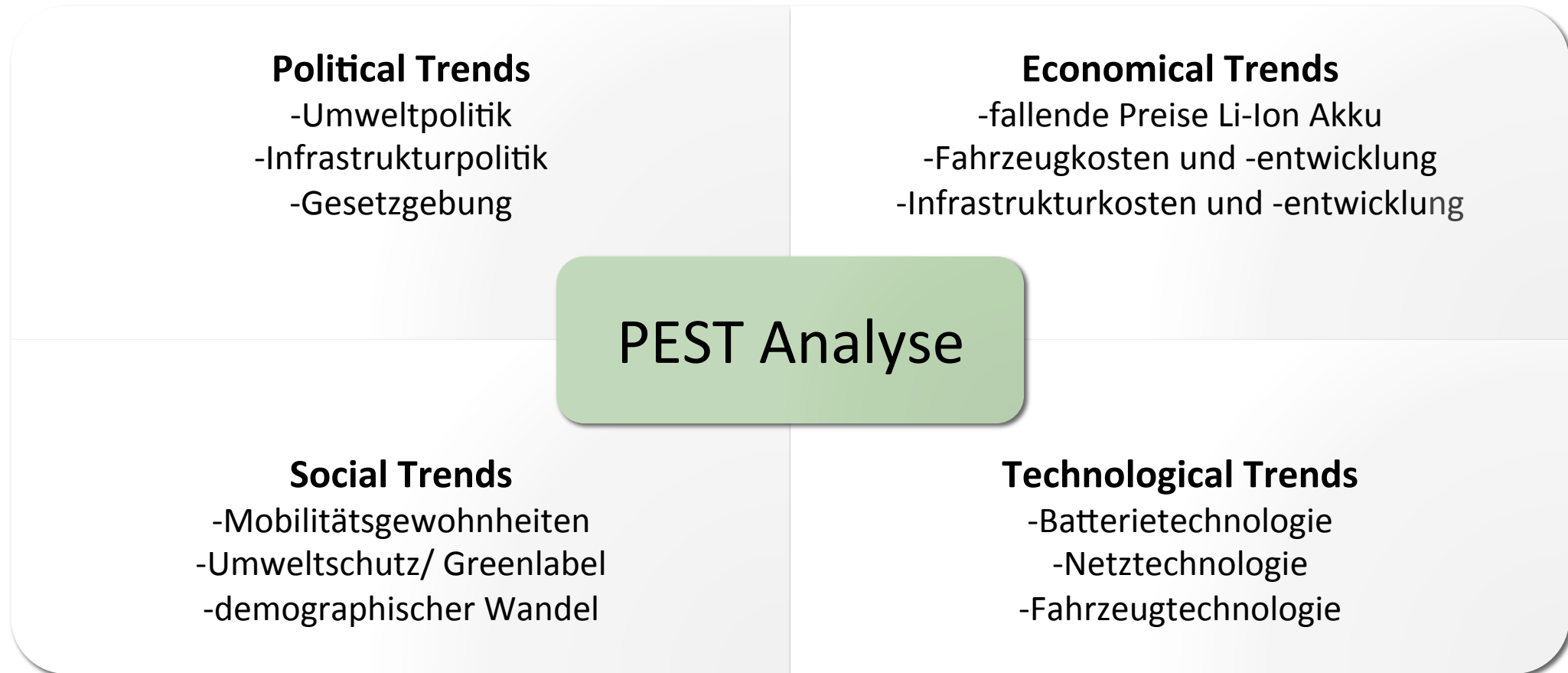
# 2. Marktanalyse

## Lithium-Ionen-Akkumulatoren



Bildquelle: SNE Research; Verteilung des Absatzes von Lithium-Ionen-Akkus\* weltweit nach Anwendung im Jahr 2014; <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/490619/umfrage/absatz-von-lithium-ionen-akkus-weltweit-nach-anwendung/>; abgerufen am 17. Mai 2017

## 2.1 PEST Analyse



Quelle: Siehe Notiz

# 2.2 Trendanalyse

## Anwendermärkte

---

- Elektromobilität
- Pufferung von erneuerbaren Energien
- Konsumgüter

# 2.2 Trendanalyse

## Zentrale Leistungsparameter

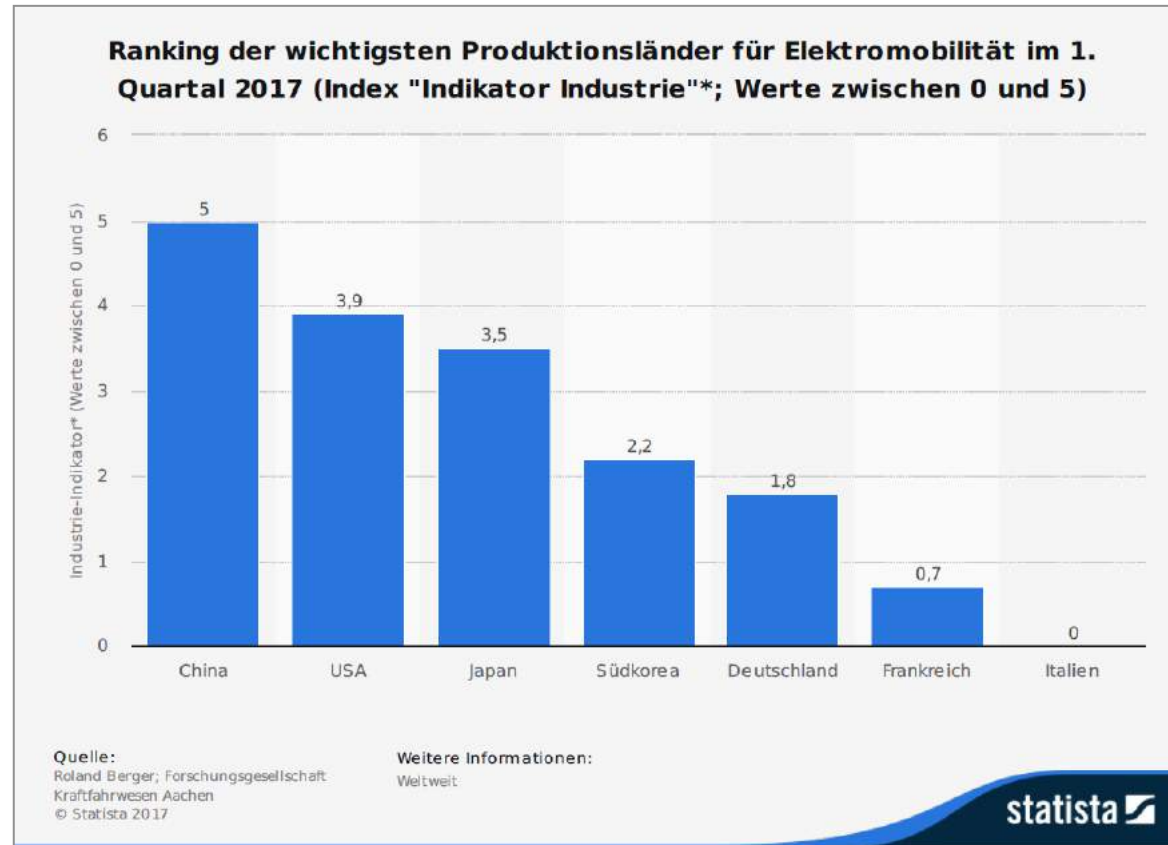
---

- Energiedichte, gravimetrisch in Wh/kg und volumetrisch in Wh/l
- Leistungsdichte, gravimetrisch in W/kg und volumetrisch in W/l
- Lebensdauer, Betriebslebensdauer in Zyklen und kalendarische Lebensdauer in Jahren
- Umgebungsbedingungen bzw. tolerierte hohe und tiefe Temperaturen in °C
- Sicherheit nach EUCAR-Level
- Kosten in €/kWh
- Wirkungsgrad in Prozent



# 2.3 Konkurrenzanalyse

## Automobil-Landeskonkurrenten



Bildquelle: Roland Berger; Ranking der wichtigsten Produktionsländer für Elektromobilität im 1. Quartal 2017 (Index "Indikator Industrie"\*; Werte zwischen 0 und 5); <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/462264/umfrage/elektromobilitaet-ranking-der-fuehrenden-produktionslaender/>; abgerufen am 5. Mai 2017

# 2.3 Konkurrenzanalyse

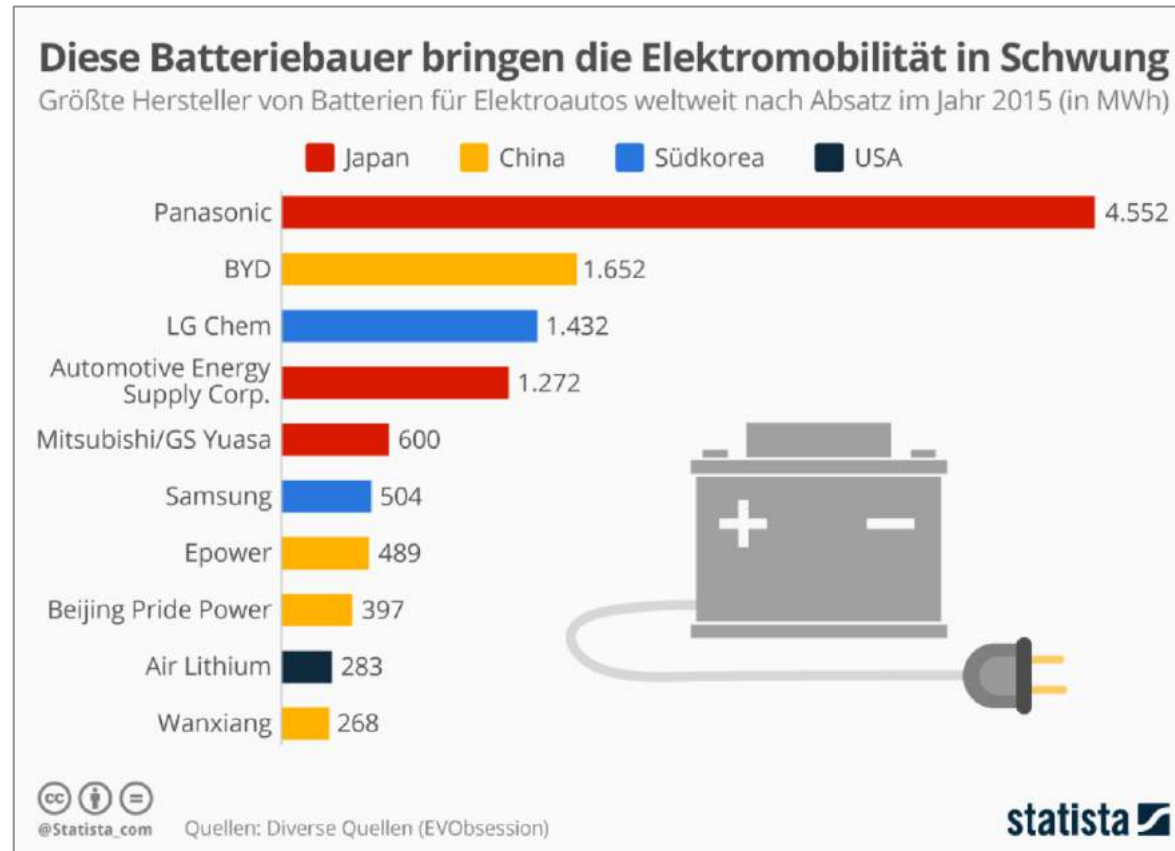
## Automobil-Hauptkonkurrenten

---

- **Tesla/Panasonic**
  - baut größte Batterie Fabrik der Welt
  - investiert 4,6 Milliarden
  - Panasonic investiert als Partner in die Gigafabrik
- **LG Chem**
  - zahlreiche Verträge mit Audi, Renault und Saic Motors
  - baut Fabrik in Nanjan (mehrere 100 Mio. €)
  - baut Fabrik in Breslau (320 Mio. €)
- **Samsung SDI**
  - plant mit chinesischem Partner neue Fabrik in China
  - investiert 550 Millionen in die Fabrik
- **BYD Energy Storage**
  - größter E-Auto-Hersteller Chinas
  - baut Fabrik, welche Tesla´s ebenbürtig sein soll

# 2.3 Konkurrenzanalyse

## Automobil-Konkurrenten am Markt



Bildquelle: Dyfed Loesche; Diese Batteriebauer bringen die Elektromobilität in Schwung. Größte Hersteller von Batterien für Elektroautos weltweit nach Absatz im Jahr 2015 (in MWh); <https://de.statista.com/infografik/6906/diese-batteriebauer-bringen-die-e-autos-in-schwung/>; abgerufen am 5. Mai 2017

# 2.3 Konkurrenzanalyse

## Medizintechnik-Hauptkonkurrenten

---

- **Axcom**
  - Gründung: 1993
  - Stammsitz: Willich
  - Führendes Unternehmen für Akku- und Ladetechnik
- **RRC power Solution**
  - Gründung: 1989
  - Stammsitz: Hamburg
  - Führendes Unternehmen für Kleinstromversorgung und Akkuladetechnologie
- **AKKU planet (AKKU med)**
  - Gründung: 2000
  - Stammsitz: Meerbusch
  - Weltweites Vertriebs- und Servicenetz
- **Accurate**
  - Gründung: 2012
  - Stammsitz: Korntal-Münchingen

# 2.4 Kundenanalyse

## Definition Personas

---

„Personas (lat. Maske) sind Nutzermodelle, die Personen einer Zielgruppe in ihren Merkmalen charakterisieren.“ (vgl. *Onlinemarketing-Praxis*)

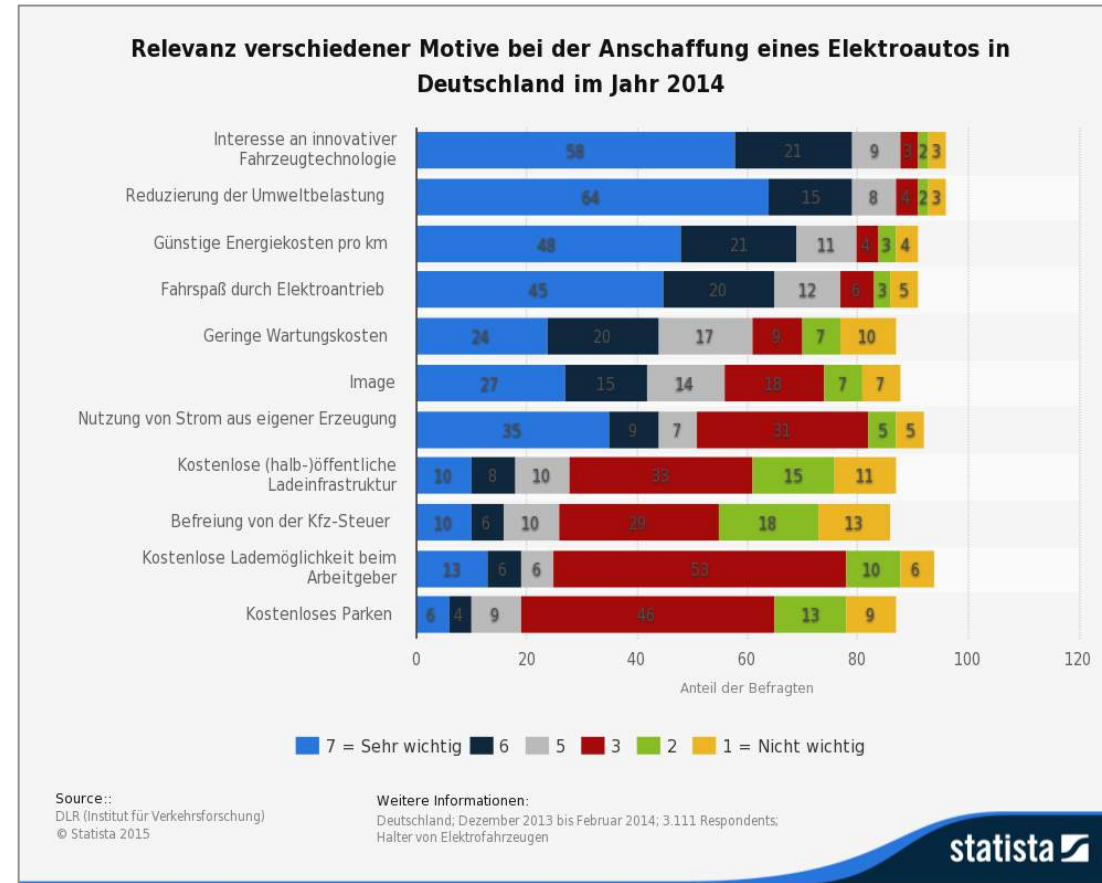
# 2.4 Kundenanalyse

## Beispiel Persona

---

Name:	Benjamin Scholz
Alter:	36 Jahre
Beruf:	Marketingleiter
Familienstand:	In einer Beziehung
Vorlieben:	Innovationen, Statusprodukte, gutes Essen
Abneigungen:	Einsamkeit
Hobbies:	Reisen, Freunde treffen, Golf spielen
Eigenschaften:	selbstbewusst, zielstrebig, trendbewusst
Ziele:	Anerkennung, erfolgreiche Karriere, Luxus, Umweltbewusstes Leben

# 2.4 Kundenanalyse



Bildquelle: DLR; Relevanz verschiedener Motive bei der Anschaffung eines Elektroautos in Deutschland im Jahr 2014; <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/430466/umfrage/nutzer-von-elektroautos-in-deutschland-motive-bei-der-fahrzeuganschaffung/>; abgerufen am 17.05.2017

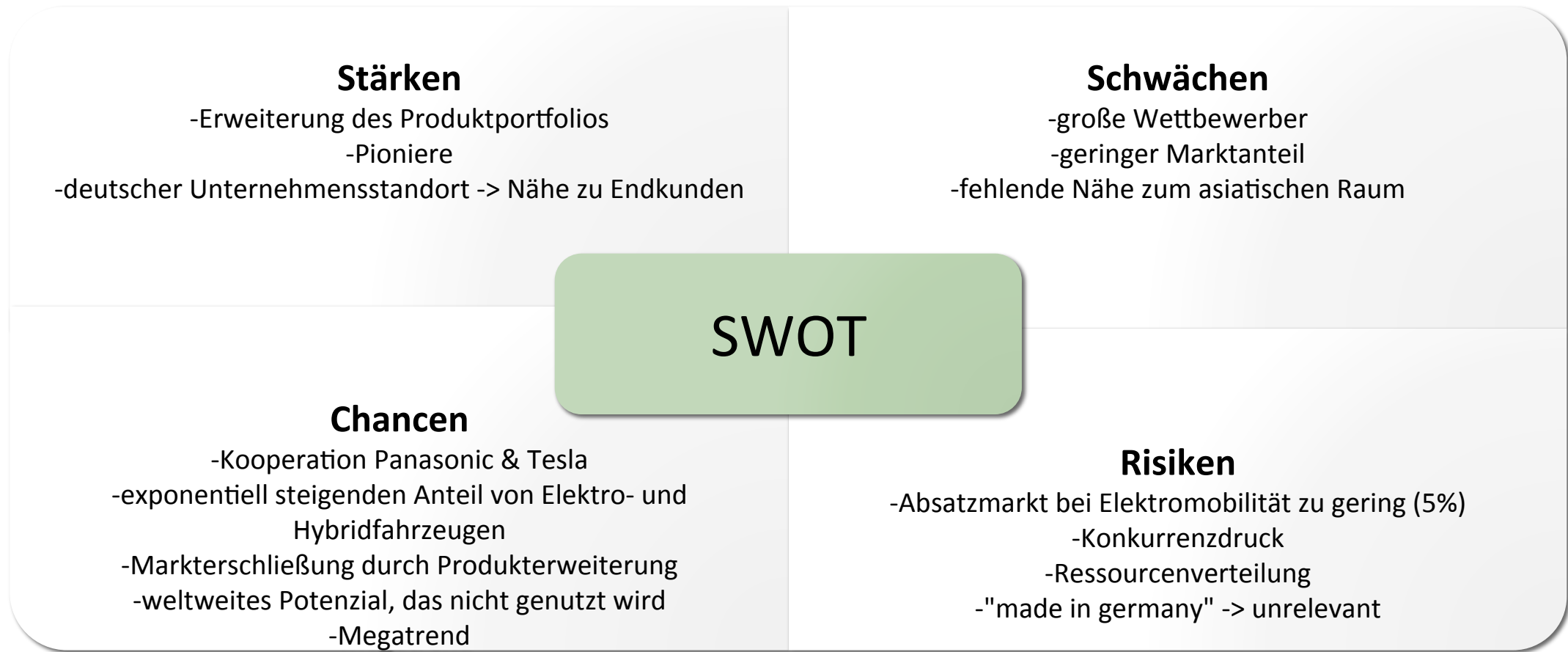
# Agenda

---

1. Vorstellung Unternehmen
2. Marktanalyse
- 3. Zwischenfazit (SWOT-Analyse)**
4. Marketingziele
5. Marketingstrategie
6. Marketingmix
7. Fazit



# 3. SWOT-Analyse



# Agenda

---

1. Vorstellung Unternehmen
2. Marktanalyse
3. Zwischenfazit (SWOT-Analyse)
- 4. Marketingziele**
5. Marketingstrategie
6. Marketingmix
7. Fazit

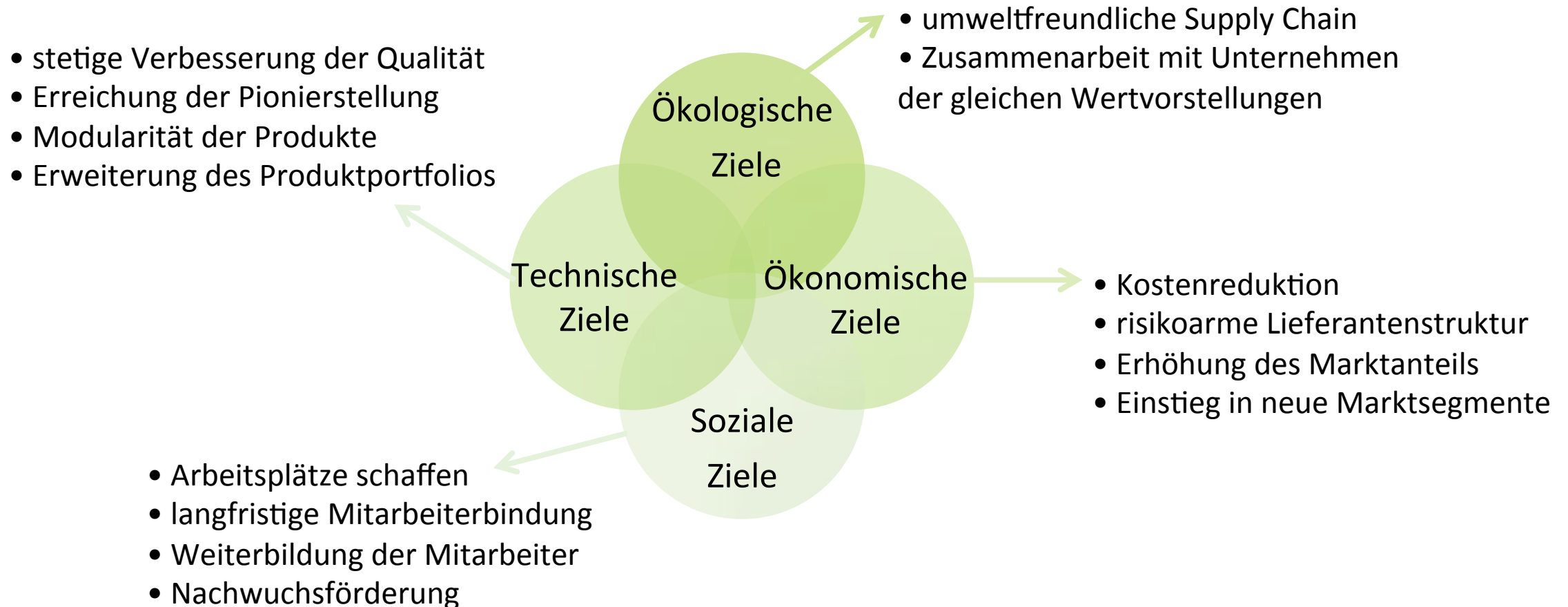
# Konzeptionspyramide des Marketing

---



Quelle: Scharf, Andreas; Schubert, Bernd; Hehn, Patrick; Marketing: Einführung in Theorie und Praxis; 5. Auflage; Schäffer-Poeschel; 2012; S. 196

# 4. Ziele – Wo wollen wir hin?



# Agenda

---

1. Vorstellung Unternehmen
2. Marktanalyse
3. Zwischenfazit (SWOT-Analyse)
4. Marketingziele
- 5. Marketingstrategie**
  - **5.1 Strategische Uhr**
  - **5.2 Automotive**
  - **5.3 Medizintechnik**
  - **5.4 Werkzeugmarkt**
  - **5.5 Zukunftsprognose**
6. Marketingmix
7. Fazit

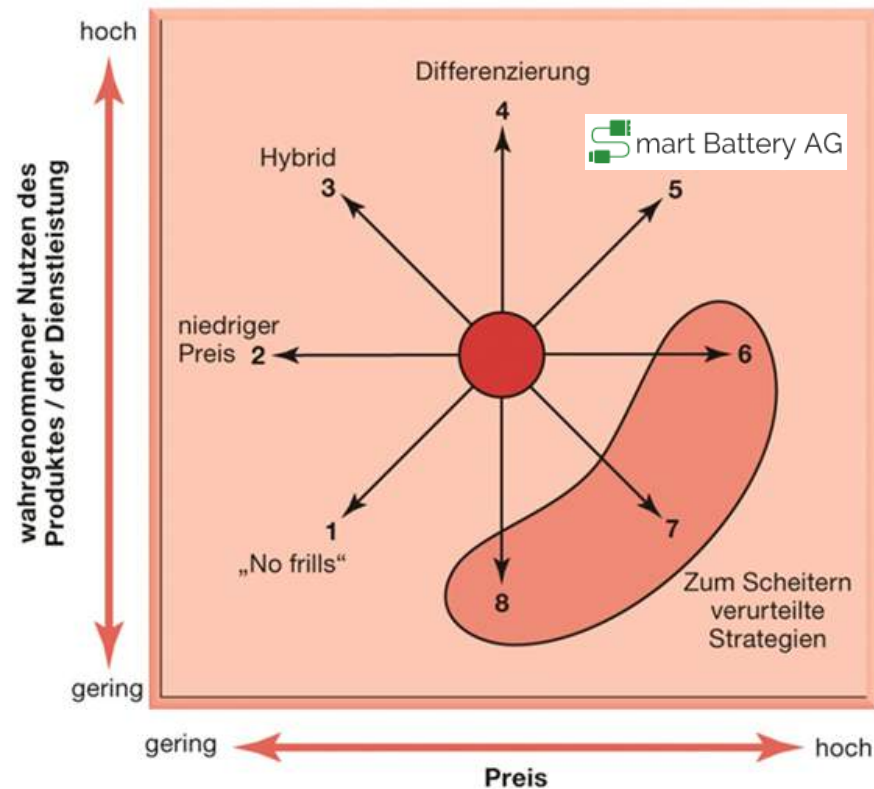
# Konzeptionspyramide des Marketing

---



Quelle: Scharf, Andreas; Schubert, Bernd; Hehn, Patrick; Marketing: Einführung in Theorie und Praxis; 5. Auflage; Schäffer-Poeschel; 2012; S. 196

# 5.1 Die strategische Uhr



Bildquelle: eigene Darstellung, in Anlehnung an Johnson, Scholes, Whittington, Strategisches Management, München, 2011, S. 280

	Anforderungen/Risiken	
1 „No frills“	wahrscheinlich Segmentspezifisch	Differenzierung
2 niedriger Preis	Risiko eines Preiskriegs und niedrige Gewinnspannen; Notwendigkeit Kostenführer zu sein	
3 Hybrid	niedrige Kostenbasis und Reinvestition in niedrigen Preis und Differenzierung	
4 Differenzierung (a) ohne Aufpreis	vom Kunden wahrgenommene zusätzliche Vorteile, die Marktanteile bringen	
(b) mit Aufpreis	wahrgenommener zusätzlicher Wert ausreichend für Höchstpreis	voraussichtlicher Misserfolg
5 konzentrierte Differenzierung	wahrgenommener zusätzlicher Vorteil für ein bestimmtes Segment; das den Höchstpreis rechtfertigt	
6 erhöhter Preis/Standardwert	höhere Gewinnspanne, wenn Konkurrenten nicht nachziehen; Risiko den Marktanteil zu verlieren	
7 erhöhter Preis/niedriger Wert	nur in Monopolsituation möglich	
8 niedriger Wert/Standardpreis	Verlust des Marktanteils	

Bildquelle: eigene Darstellung, in Anlehnung an Johnson, Scholes, Whittington, Strategisches Management, München, 2011, S. 280

# 5.2 Automotive

## Lizenzarten nach Umfang

---





# 5.2 Automotive

## Lizenzarten nach Art der übertragenen Rechte

---

- Herstellungs- und Vertriebsrechte
- Markenlizenz
- Reine Lizenz
- Gemischte Lizenz
- Know-How Lizenz

# 5.2 Automotive

## Individuelle Lizenzen

---

- Lizenzen können räumlich, zeitlich und inhaltlich beschränkt übertragen werden
- Dadurch gibt es eine Vielzahl von Gestaltungsmöglichkeiten

# 5.2 Automotive

## Vor- und Nachteile für Lizenzgeber

### Vorteile

- Lizezeinnahmen
- Möglichkeit eine Innovation zu nutzen, wenn:
  - eigene Weiterentwicklung zu teuer ist
  - Kapazitäten zur Markteinführung nicht ausreichen
  - Innovation nicht in das Leistungsprogramm passt
- Umgehung ausländischer Handelsschranken

### Nachteile

- Verzicht auf mögliche Monopolstellung
- Kontrolle kann verloren gehen, sodass sich die Wettbewerbssituation verstärkt
- schlechte Qualität und Serviceleistungen des Lizenznehmers kann auch Image des Gebers beeinträchtigen
- Preisgabe von wettbewerbsrelevantem Know-How
- Abhängigkeit von Lizenznehmer
- eigene Marke wird nicht erwähnt

# 5.2 Automotive

## Vor- und Nachteile für Lizenznehmer

---

### **Vorteile**

- Leistungsangebot vergrößern
- Kann neue Märkte erschließen
- Wegfall von Kosten für F&E
- Verringerung der Innovationsrisiken
- Erschließung neuer Verfahren
- Umgehung von Handelshemmnissen
- Kann an Image des Lizenzgebers partizipieren

### **Nachteile**

- Zahlung von Lizenzgebühren
- Entzug bei Nicht-Nutzung

## 5.3 Medizintechnik

---

### **Medizintechnik:**

- Technologieführerschaft
- unter der eigenen Marke
- preiswürdige und qualitativ hochwertige Eigenanfertigungen
- für medizinische Geräte namenhafter Hersteller
- speziell auf den medizinischen Markt abgestimmt

# 5.3 Medizintechnik

## Einsatzgebiete

---

### **Einsatzgebiete:**

- Defibrillatoren
- Monitore
- Chirurgische Instrumente
- Inkubatoren
- Infusionspumpen
- Patientenlifter und –betten
- Beatmungsgeräte
- Elektrorollstühle und Scooter
- Notstromaggregate im Krankenhaus

## 5.4 Werkzeugmarkt

---

- Übergang mit gleicher Strategie in den **Werkzeugmarkt**
- Ähnlichkeiten zur Medizintechnik: Ultraschall und Röntgengeräte zur Qualitätssicherung
- High-End-Industriewerkzeuge:
  - Preis weniger bedeutend als Nutzen
  - Starke Kundenzufriedenheit = Einfache Marktdurchdringung
  - Hersteller gleich der Medizintechnik
  - B2B-Marketing

# Agenda

---

1. Vorstellung Unternehmen
2. Marktanalyse
3. Zwischenfazit (SWOT-Analyse)
4. Marketingziele
5. Marketingstrategie
- 6. Marketingmix**
7. Fazit



# Konzeptionspyramide des Marketing

---



Quelle: Scharf, Andreas; Schubert, Bernd; Hehn, Patrick; Marketing: Einführung in Theorie und Praxis; 5. Auflage; Schäffer-Poeschel; 2012; S. 196

# 6. Marketingmix

- Messen (Hannover Messe)
- Info-Material (Flyer)
- Online-Marketing
- Jingle
- Cross-Promotion

- direkter Vertrieb (B2B Kunden werden von Vertriebspartnern im Direktvertrieb betreut)



- Lithium-Ionen Akkus & Glas-Akkus
- hochwertig, innovativ, einzigartig
- mittelklassige Preise im B2C
- Vergünstigungen im B2B
- Zahlungsfrist nach Erhalt der Ware (1-3 Monate)
- mengenmäßige Preisdifferenzierung
- Preis von Lithium-Ionen Akkus und Glas-Akkus identisch

# Agenda

---

1. Vorstellung Unternehmen
2. Marktanalyse
3. Zwischenfazit (SWOT-Analyse)
4. Marketingziele
5. Marketingstrategie
6. Marketingmix
- 7. Fazit**

# 7. Fazit

---

- **Wachstum**
  - Ausweitung des Marktsegments „Automotive“
  - Einstieg in das Marktsegment „Medizintechnik“
- **Technologieführerschaft bei konzentrierter Differenzierung**

# Vielen Dank!

---

# Quellen

---

## Fachliteratur:

- Scharf, Andreas; Schubert, Bernd; Hehn, Patrick; Marketing: Einführung in Theorie und Praxis; 5. Auflage; Schäffer-Poeschel; 2012; S. 16 [Konzeptionspyramide des Marketing]
- Bratzel, S./ Retterath, G./ Hauke, N.: Automobilzulieferer in Bewegung – Strategische Herausforderungen für mittelständische Unternehmen in einem turbulenten Umfeld; 1. Auflage; Nomos Verlagsgesellschaft; Baden-Baden, 2015, S.79 ff. [Folie 15, 16, 17]
- Franzel, L.: Akzeptanz von Elektromobilität - Entwicklung und Validierung eines Modells unter Berücksichtigung der Nutzungsform des Carsharing; 1. Auflage; Springer Gabler; Wiesbaden, 2014 [Folie 15, 16, 17]
- Proff, H./ Proff, H./ Fojcik, T. M./ Sandau, J.: Management des Übergangs in die Elektromobilität - Radikales Umdenken bei tiefgreifenden technologischen Veränderungen; 1. Auflage; Springer Gabler; Wiesbaden, 2014 [Folie 15, 16, 17]
- Johnson, Scholes, Whittington, Strategisches Management Eine Einführung, 9. Auflage, München, 2011, Seite 278-280 [Folie 32]

# Quellen

---

## **Fachzeitschriften:**

- Heitmann, Alexander; Kramer, Björn; Sicher arbeiten auf Offshore-Windparks; In: e21.magazin; Nr. 5;2014; S.50 und S.52-53 [Folie 15, 16,17]
- UmweltWirtschaftsForum 5-2016; abgerufen am 05.06.2016 [Folie 15, 16, 17]
- Wirtschaftsdienst 2016; abgerufen am 03.06.2016, S.296-298 [Folie 15, 16, 17]

## **Experteninterview:**

- Telefoninterview zum Thema „Patente und Lizenzen“ mit Herrn Krämer; Patent- und Lizenzabteilung; Vorwerk; durchgeführt am 11.05.2017

# Quellen

---

## Internetquellen:

- Moodle; Skript Vertiefung Technologiemarketing, 6. Semester; [Folie 3,4,6]
- Sempelmann, Peter; Batteriegold Lithium: Das nächste Edelmetall; <https://www.trend.at/geld/batteriegold-lithium-edelmetall-7712294> (02.05.17) [Folie 14]
- Schürz, Markus; Elektromobilität als nachhaltige und lukrative Zukunftsperspektive für Österreich; [http://webopac.fh-linz.at/dokumente/Diplomarbeit\\_Schuerz.pdf](http://webopac.fh-linz.at/dokumente/Diplomarbeit_Schuerz.pdf) (02.05.17) [Folie 14]
- Rüdiger Klingeler: Kathodenmaterialien in Lithium-Ionen Batterien, [https://www.kip.uni-heidelberg.de/kw/image/f/user/klingel/Klingeler\\_Industriekreis2011.pdf](https://www.kip.uni-heidelberg.de/kw/image/f/user/klingel/Klingeler_Industriekreis2011.pdf) (02.05.17) [Folie 14]
- Mähliß, Jochen: Lithium-Ionen-Batterietechnologie, <https://www.hs-rm.de/fileadmin/persons/khofmann/Gastvortraege/Vortragsfolien/20160603-Maehliss-Lithium-Ionen-Batterietechnologie.pdf> (27.04.17) [Folie 14]
- Fraunhofer ISI; Technologie-roadmap Lithium-Ionen-Batterien 2030; <http://www.isi.fraunhofer.de/isi-wAssets/docs/t/de/publikationen/TRM-LIB2030.pdf>; abgerufen am 17.05.2017 [Folie 15, 16, 17]
- RABBIT PUBLISHING GmbH; <http://www.electrive.net/>; abgerufen am 17.05.2017 [Folie 15, 16, 17]
- GeVestor Financial Publishing Group; Batteriehersteller: Diese 10Aktien haben Zukunftschancen; <http://www.gevestor.de/details/batteriehersteller-diese-10-aktien-haben-zukunftschancen-766097.html>; abgerufen am 05.05.2017 [Folie 19]



# Quellen

---

## Internetquellen:

- axcom Battery Technology; Medizintechnik; <http://www.axcom-battery-technology.de/fr/medizintechnik/>; abgerufen am 12.05.2017 [Folie 21]
- Elektronik Praxis; Energieversorgung für mobile Medizintechnik; RRC Power Solutions; <http://www.elektronikpraxis.vogel.de/medizintechnik/articles/465853/>; abgerufen am 12.05.2017 [Folie 21]
- RRC Power solutions; Unternehmensprofil; <http://www.rrc-ps.de/de/company/unternehmensprofil.html>; abgerufen am 12.05.2017 [Folie 21]
- Akkuplanet; Unternehmen; <https://www.akkuplanet.de/index.php/unternehmen.html>; abgerufen am 12.05.2017 [Folie 21]
- Onlinemarketing-Praxis; Definition Personas; <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/personas>; abgerufen am 17.05.2017 [Folie 22]
- Montag, Thorsten; Welche Arten von Lizenzen Sie nutzen können; <https://www.gruenderlexikon.de/checkliste/informieren/ihr-recht/markenlizenzierung/lizenzarten/>; abgerufen am 12.05.2017 [Folie 37-41]
- Stiller, Gudrun; Lizenzpolitik; <http://www.wirtschaftslexikon24.com/d/lizenzpolitik/lizenzpolitik.htm>; abgerufen am 12.05.2017 [Folie 37-41]