



Fraunhofer MarktExplorer Lukrative Anwendungsideen erkennen

Bauchgefühl ist gut, aber eine objektive Analyse ist besser. Welche neuen Anwendungsfelder gibt es für Technologien? Welche neuen Märkte bieten das größte Potenzial? Welche Maßnahmen müssen ergriffen werden, um die identifizierten Marktfelder bedienen zu können? Lohnt es sich, den Aufbruch in neue Branchen zu wagen? Wer chancenorientiert denkt, wird sich Gelegenheiten, die sich ihm bieten, nicht entgehen lassen. Und seine Technologie(n) entsprechend weiterentwickeln. Hier bei unterstützt der Fraunhofer MarktExplorer durch einen funktionssemantischen Ansatz.

Detaillierte Beschreibung

Traditionelle KMU werden oft als „Hidden Champions“ bezeichnet. Seit Jahrzehnten sind solche Unternehmen in ihren Nischenmärkten innovativ und wettbewerbsfähig. Eine erfolgreiche Entwicklung von Hochtechnologieprodukten garantierte ihnen jährliches Wachstum und sichert dadurch die Zukunft des Unternehmens.

Aber diese komfortable Wettbewerbssituation ist im Begriff, sich zu ändern. Regionale Märkte oder gar Nischenmärkten werden zunehmend mit globalem Wettbewerb konfrontiert

Der vereinfachte Zugang zu Wissen (von einem globalen Informationsnetzwerk getrieben), der globale Austausch von Mitarbeitern sowie der stetige Aufbau von eigener FuE stärkt die Wettbewerbsfähigkeit von Entwicklungsländern

Neben der stetigen Weiterentwicklung der Technologien und Produkte ist die Marktdiversifikation ein probates Mittel, Zukunftspotenziale zu sichern.

Der MarktExplorer unterstützt Unternehmen und Forschungsinstitutionen darin, noch nicht adressierte Märkte für das aktuelle Technologieportfolio zu identifizieren und deren Attraktivität (im technologiewettbewerblichen Umfeld) zu ermitteln. Des Weiteren ermöglicht der MarktExplorer eine bewertete Aussage darüber, mit welcher strategischen Ausrichtung die Weiterentwicklung einer Technologie gestaltet werden muss, um für Unternehmen heute und in Zukunft den größtmöglichen Nutzen zu liefern.

Um die Erfolgsaussichten der Vermarktung einer Technologie so hoch wie möglich zu gestalten, dürfen nicht allein die Merkmale und Fähigkeiten der Technologie betrachtet werden. Vielmehr bedarf es einer Verknüpfung der aus der Technologie abgeleiteten Funktionen mit den Marktanforderungen an potenzielle Produkte der Technologie. Aus diesem Ansatz heraus ergibt sich nicht nur die Möglichkeit, bestehende Märkte zu analysieren, sondern auch neue Anwendungsfelder abzuleiten und deren Potenziale zu bewerten.

Vorgehensweise

Bei der Ermittlung der Technologiemarkte stehen daher die nachfolgend aufgeführten Ebenen im Mittelpunkt, die über den gesamten Recherche- und Bewertungsprozess gleichwertig mit einbezogen werden müssen:

- **Markt:** Etablierte sowie neue potenzielle Märkte
- **Technologie:** Existente sowie neue potenzielle Technologien



- **Technologiewettbewerb**: Direkte und indirekte Wettbewerber

Vorgehensweise:

1. **Technologieanalyse**

In dieser Phase wird die Technologie in Bezug auf ihre abbildbaren Funktionen übersetzt. Neben der Dekomposition der Technologie in ihre Funktionen, werden hier zudem die Attribute der Technologie ermittelt und den Funktionen zugeordnet.

2. **Technologiewettbewerbsanalyse**

In dieser Phase wird auf Basis der identifizierten Funktionen und Attribute eine Technologiewettbewerbsanalyse durchgeführt. Neben den zukünftigen Entwicklungen der aktuellen Technologie werden auch sich neu abzeichnende Technologien identifiziert.

3. **Applikationsanalyse**

In dieser Phase werden neben den etablierten Märkten vor allem neue Märkte auf Applikationsebene ermittelt. Hierbei unterstützt uns ein bei uns eigens hierfür entwickeltes IT-Tool. Dieses durchsucht auf Basis eines funktionssemantischen Ansatzes das smart data nach relevanten Informationen und stellt diese so dar, dass der Nutzer schnell einen Überblick über die beschriebene Technologie erhält. Für die ermittelten potenziellen Märkte und Applikationen werden Anforderungsprofile ermittelt.

4. **Applikationsbewertung**

In dieser Phase wird die Marktattraktivität der identifizierten Applikationen ermittelt und für die attraktivsten Anwendungen unternehmens- bzw. forschungsinstitutions-spezifische Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Ansprechpartner

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation

Prof.-Dr.-Ing. Joachim Warschat

Dr.-Ing. Dipl.-Ing. Des. Antonino Ardilio

Nobelstraße 12

70569 Stuttgart

Telefon +49 711 970-2081/-2246

Fax +49 711 970-2299

Joachim.warschat@iao.fraunhofer.de

antonino.ardilio@iao.fraunhofer.de