

Masterthesis / Bachelorthesis:

Evaluierung der Anwendungsfelder und Entwicklung einer Produkt- und Marketingstrategie

für ein Start-up im Bereich Integrierte Photovoltaik

Hintergrund:

Im Zuge der Energiewende zählen erneuerbare Energien zu den wichtigsten Stromquellen. Auch in Deutschland bedingt die klimaverträgliche und importunabhängige Energieversorgung den Ausbau regenerativer Energiequellen und macht diese zu einer zentralen Säule im EEG mit dem Ziel, bis 2030 65% und bis 2050 sogar mindestens 80% des Stromverbrauchs „grün“ zu decken. Die Photovoltaik (PV) ist neben der Windkraft die wichtigste Technologie der zukünftigen Energieversorgung. Das Konzept der **Integrierten Photovoltaik** bietet dabei viele Chancen, Synergieeffekte zu nutzen und Flächennutzungskonflikte zu lösen. Neue Technologien und Designoptionen ermöglichen es, die PV-Integration nahezu nahtlos in vorhandener bebauter Umgebung umzusetzen, und eröffnen eine unbegrenzte Möglichkeit neuer Anwendungsfelder.

Perosol ist das erste deutsche Start-up Unternehmen in der Herstellung flexibler Solarzellen-Folien mit einer neuartigen Technologie im Druckverfahren. Für die Planung eines erfolgreichen Markteintritts und -ausbaus suchen wir einen Masteranden, der im Rahmen seiner Thesis uns in der Entwicklung einer Produkt- und Marketingstrategie unterstützt.

Ziel der Thesis:

In dieser Thesis liegt der Fokus auf der Evaluierung der möglichen Anwendungsfelder in der integrierten Photovoltaik für den Einsatz von Perowskit-Solarzellen-Folien des Start-ups Perosol. Basierend auf einer Marktanalyse und Kundensegmentierung ist das Ziel, geeignete Anwendungsfelder zu identifizieren, das Potenzial der sich ergebenden Märkte zu ermitteln und Kunden zu segmentieren, um daraus Marketing und Sales Strategien abzuleiten. Unterstützend kann als Framework u.a. das Business Model Canvas genutzt werden.

Fragestellungen und Struktur, die durch die Thesis abgehandelt werden:

- Welche Anwendungsfelder sind für Perosol am attraktivsten in Bezug auf Eintritt, Größe und Potenzial
- Welches Markt- und Kundensegment lässt sich daraus ableiten?
- Welche Produkt- und Marketingstrategie lässt sich daraus ableiten?
- **Marktsituation, Marktpotential, Marktentwicklung**
 - Darstellung der Marktsituation, Marktgröße, relevanter Segmente und Zielgruppen
 - Darstellung von Trends bzw. der Marktentwicklung und prognostizierten Wachstumsraten
- **Alleinstellungsmerkmal und Kundennutzen**
 - Darstellung der konkreten Alleinstellungsmerkmale (USP)
 - Darstellung des Kundennutzens im Vergleich zu am Markt verfügbaren Lösungen
- **Produkt Roadmap**
 - Darstellung des aktuellen Entwicklungsstandes – Status-quo
 - Realisierungsfahrplan bis zur Markteinführung
 - Ausblick weitere Produktentwicklung bzw. weiterer Produktausbaustufen
- **Marketing und Markteintrittsstrategie**
 - Segmentierung der Zielgruppe(n)
 - Mögliche Markteintrittsbarrieren
 - Markteintrittsstrategie, Produkt- und Preispolitik
 - Kommunikations- und Vertriebspolitik

Das bringst Du mit:

- Studium der Wirtschaftswissenschaften oder ein vergleichbarer Studiengang
- Kenntnisse und Interesse an Marketing und Vertrieb
- Selbständigkeit bei der Erarbeitung neuer Themen
- Stark ausgeprägte Kommunikationsfähigkeiten

Beginn / Dauer:

Ab sofort

Ansprechpartner:

Frau Dipl. Wirt.-Ing. Elmas Yigitbay

Mail:

elmas@yigitbay.com