

Zielsetzung

Die Firma XXX plant eine Untersuchung im Bereich XXXXX. Im Rahmen einer Diversifikations- bzw. Internationalisierungsstrategie sollen die Chancen und Risiken untersucht werden, die eine Ausweitung dieses Angebotes (...) in den Ländergruppen Westeuropa (Deutschland, Schweiz, Österreich, Frankreich, UK, Spanien), Osteuropa (Lettland, Polen, Tschechische Republik), Nordamerika (USA), und Asien/Pazifik (Japan, Australien) bietet. Interessant sind insbesondere das Marktvolumen (mengen- und wertmässig) einzelner Segmente, sowie Marktanteile einzelner Hersteller, Marktentwicklung und Trends, Vertriebswege und Nutzung der Vertriebskanäle durch die Hersteller. Im Rahmen dieser Aufgabenstellung wird von der AT Informationsvermittlung folgendes, integriertes Untersuchungskonzept angeboten:

- A Internet- und Datenbankrecherchen:** Die Durchführung von Recherchen im Internet und in kommerziellen Datenbanken dient zum einen zur Auswertung von regionalen und überregionalen Presseedatenbanken. Zum anderen können Marktforschungsdatenbanken bzw. die in diesen Datenbanken abgespeicherten Studien ausgewertet werden. Ferner werden relevante Institutionen und Portale ermittelt. Schliesslich werden auf diesem Wege in Frage kommende Ansprechpartner für telefonische Interviews identifiziert.
- B Konventionelle Sekundäranalyse:** Die Recherche in elektronischen Medien wird durch eine konventionelle Sekundäranalyse ergänzt. Durch Recherchen in geeigneten Bibliotheken (z.B. Hamburger Weltwirtschaftsarchiv), die Auswertung von statistischem Material relevanter Verbände, und die Analyse von Ausstellerverzeichnissen relevanter Messen werden weitere Kerninformationen zum Markt für XXXXX ermittelt.
- C Expertengespräche:** Zusätzlich werden ausgewählte Branchenexperten mit Hilfe von teilstrukturierten Interviews oder auf elektronischem Wege, d.h. per Email, zu Fragestellungen befragt, welche nicht auf konventionellem Wege oder durch die Nutzung elektronischer Medien beantwortet werden können.

Das vorgestellte methodische Vorgehen liefert erfahrungsgemäß einen systematischen und handlungsorientierten Überblick über den Markt für XXXXX und ermöglicht die Durchführung von tieferen Analysen und Interviews. Zusätzlich könnten weitergehende Informationen über die Wettbewerber (Kennzahlen, Leistungs- und Produktangebote, Geschäftsmodelle, Stärken-/Schwächenprofile, Internationalisierungsstrategien), sowie allgemeine volkswirtschaftliche Daten, Markteintrittsbarrieren oder gesetzliche Bestimmungen der Länder erhoben werden (Preis auf Anfrage).

Vorgehensweise

A. Internet- und Datenbankrecherchen

Die Durchführung von Internet- und Datenbankrecherchen liefert Hinweise und Volltexte zu den zu untersuchenden Feldern (Wettbewerbssituation, Anbieterfeld, Umsatzgrößen und Trends). Im Lieferumfang sind Kurzprofile von relevanten Herstellern (Firmennamen, telekommunikative Angaben, Produktpalette), sowie Inhaltsverzeichnisse oder Kurzzusammenfassungen sowie Bezugsadressen entsprechender Marktforschungsstudien enthalten.

B. Konventionelle Sekundäranalyse

Durch die konventionelle Sekundäranalyse werden Quellen ausgewertet, welche nicht auf elektronischem Wege zugänglich sind: Material von Verbänden, Fachzeitschriften (Print), Tagungsunterlagen, Konferenzberichte, Ausstellerverzeichnisse relevanter Messen, sowie bereits veröffentlichte Studien von Handelskammern oder Institutionen wie dem bfai, die oft zu sehr günstigen Konditionen erhältlich sind.

C. Expertengespräche

In Ergänzung dieser Module werden ausgewählte Branchenexperten mit Hilfe halbstrukturierter Interviews zu Marktvolumina und –entwicklungen, Vertriebskanälen und Trends befragt.

Zahl der geplanten Expertengespräche	
	<i>n = Nach Bedarf</i>
■ Verbandsfunktionäre/Fachjournalisten	Nach Bedarf
■ Marketing/Vertrieb	Nach Bedarf

Die Gespräche dauern erfahrungsgemäß 10 – 20 min und werden in der Regel telefonisch durchgeführt. Alternativ erfolgt eine elektronische Befragung mittels strukturierter Emails. Die Ergebnisse sowie telekommunikativen Angaben der Gesprächspartner werden dokumentiert.

D. Timing (in Abhängigkeit von der gewählten Option, s. unten)

Bei Auftragserteilung bis zum **12. März 2004** ist ein Verlauf nach folgendem Plan vorgesehen:

Projektdauer		
Modul	Untersuchungsteil	Wochen
A	Internet- und Datenbankrecherchen	2 - 6
B	Konventionelle Sekundäranalyse	2 - 6
C	Expertengespräche: <i>n = ?</i>	2 - 6
Gesamt		2 - 6

E. Ergebnispräsentation

Die Ergebnisse der Untersuchung werden in Form einer zusammenfassenden Dokumentation auf CD-Rom und Papier zur Verfügung gestellt. Ohne Aufpreis wird jeweils ein – im Fall von Option C maximal 10-seitiges – Management Summary erstellt, welches der Strukturierung und besseren Übersicht dient.

Angebot: Markteintrittsstudie (Diversifizierungsstrategie)

F. Kosten

Für den oben beschriebenen Leistungsumfang wird folgendes Honorar veranschlagt:

Kostenübersicht		
Optionen	Länder	Kosten (netto)
Option A: Durchführung nach einzelnen Ländern	Deutschland, Österreich, Schweiz Frankreich Großbritannien Spanien	EUR XXXX,- EUR XXXX,- EUR XXXX,- EUR XXXX,-
Option A: Durchführung nach einzelnen Ländern	Lettland Polen Tschechische Republik	EUR XXXX,- EUR XXXX,- EUR XXXX,-
Option A: Durchführung nach einzelnen Ländern	USA	EUR XXXX,-
Option A: Durchführung nach einzelnen Ländern	Japan Australien	EUR XXXX,- EUR XXXX,-
Option B: Durchführung nach Ländergruppen	Westeuropa Osteuropa Asien/Pazifik	EUR XXXX,- EUR XXXX,- EUR XXXX,-
Option C: Durchführung für alle Länder gleichzeitig		EUR XXXXX,-

Der Tagessatz für Desk Research incl. Nebenkosten (Online-Datenbanken, Telekommunikationskosten, Interviews) beträgt EUR 750. Die Module A. - C. werden parallel durchgeführt (integrierte Vorgehensweise). Bei der Kostenschätzung hinsichtlich der Optionen A - C handelt es sich um eine Kalkulation, die auf der Annahme beruht, dass sich länderspezifische Besonderheiten (Sprache, Datenbasis) ausgleichen und bei gleichzeitiger Durchführung erhebliche Synergie-Effekte ergeben. Kostenpflichtige Studien, welche sich auf die relevanten Märkte beziehen, sind in diesem Betrag nicht enthalten (Ausnahme: kostengünstige Berichte von Verbänden, Handelskammern oder vergleichbaren Institutionen). Zur Verfügung gestellt werden in jedem Fall die Inhaltsverzeichnisse, diesbezügliche Presseberichte, und die Bezugsadressen relevanter Studien (Market Report Finder).

G. Lieferbedingungen

Sämtliche Beträge verstehen sich zuzüglich der zum Zeitpunkt der Rechnungsstellung gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer. Ein Vorschuß von 33% der Gesamtsumme ist im voraus zu entrichten (nur Optionen B und C). Der Restbetrag ist innerhalb von 10 Tagen nach Abschluß des Desk Research fällig. Für die Verfügbarkeit der gewünschten Daten kann keine Garantie gegeben werden. Dieses Angebot wurde auf dem PC erstellt und ist ohne Unterschrift bis zum 12. März 2004 gültig.

AT Informationsvermittlung - 10. Februar 2004 -