

Abgrenzung des relevanten Marktes anhand des Substitution-in-use-Ansatzes

Lehrstuhl für BWL, insbesondere Marketing

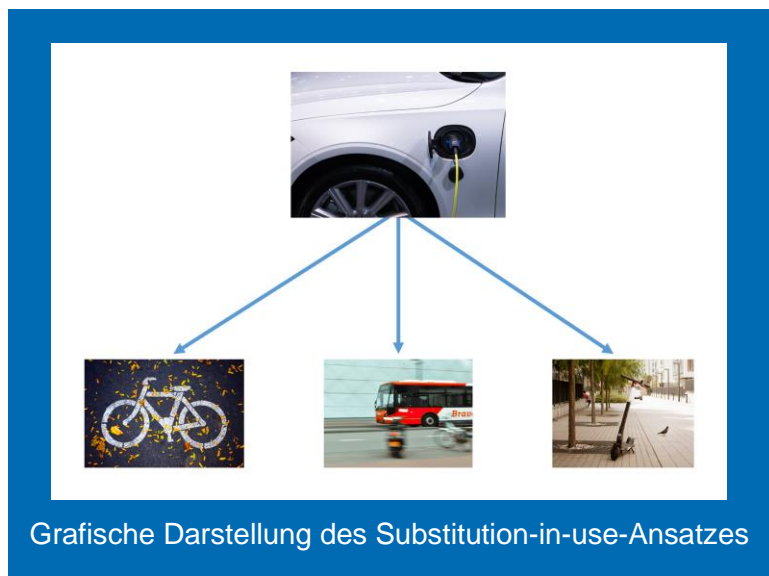
Ein deutscher Autohersteller führt einen nachfrageorientierten Ansatz durch, um festzustellen, welche aktuellen und potentiellen Kunden den relevanten Markt für Elektromobilität bilden.

Situation und Herausforderungen

Aufgrund des breiten Produktangebotes hat der Hersteller bis dato ein undifferenziertes Bild seines Kundenstamms. Um seine begrenzten Ressourcen im Bereich der Elektromobilität bestmöglich auf die aktuellen und potentiellen Kunden ausrichten zu können, soll der relevante Markt auf nachfrageorientierter Ebene abgegrenzt werden. Konkret soll der Substitution-in-use-Ansatz Anwendung finden.

Lösung

Zur Anwendung des Substitution-in-use-Ansatzes wurden insbesondere die Kunden betrachtet, die ihrer Kaufentscheidung die Nachhaltigkeit der Fortbewegung zugrunde legen. Für die Abgrenzung des relevanten Marktes werden im Rahmen des angewandten Konzepts nicht nur andere Automobilhersteller betrachtet. Auch wird untersucht, welche alternativen Fortbewegungsmittel nachhaltigkeitsorientierte Kunden nutzen könnten. Insbesondere für kurze Strecken, wie beispielsweise den innerstädtischen Weg zur Arbeit, stellt zum Beispiel das Fahrrad eine Alternative zum vom Hersteller angebotenen Elektroauto dar. Auch die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel kann eine Variante des weitestgehend nachhaltigen Fortbewegens sein. Zudem könnten Kunden auf weitere elektronisch angetriebene Fahrzeuge, beispielsweise elektrische Roller zurückgreifen.



Ergebnis

Die Ergebnisse zeigen, dass der Hersteller aus Sicht der nachhaltigkeitsorientierten Kunden nicht nur mit anderen Automobilherstellern konkurriert, sondern insbesondere mit allen emissionsarmen Fortbewegungsmitteln. Bei seiner strategischen Ressourcenverteilung könnte der Hersteller daher die Förderung nachhaltigkeitsorientierter Geschäftsbereiche.