



Marktpositionierung im Vorfeld von Technologieentwicklung

DLR Technologiemarketing

Harald Grobusch

Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.



Leitbild des Forschungsunternehmens DLR

... (Auszug)

- **Forschungsportfolio von der Grundlagenforschung zu innovativen Anwendungen und Produkten von morgen**
- **Kooperationen mit Wirtschaft und Wissenschaft als Kunden und Partnern**
- **Optimierung der Prozesse für einen schnelleren und effektiveren Wissens- und Technologietransfer**

...



Unsere Mission:

**Als Partner der Wirtschaft bauen wir Brücken von der
Forschung zu den Produkten von morgen.**



Bridging the gap

Auftragsforschung
Vermarktung von
FuE-Leistungen

Technologiemarketing
Verkauf von
produktorientierten
Entwicklungsleistungen

FuE-Projekt

Produktentwicklung
in Kooperation
mit Industriepartnern

Implementierung
in Schwerpunkt- und
Programmplanung

Produktion und Verkauf
durch Industriepartner mit
Unterstützung durch DLR

Marktpositionierung
Ausrichtung der Forschung auf
Themen mit Innovations- und
Transferpotenzial



Organisation des DLR-Technologietransfers

Der vernetzte Prozess Technologie-
marketing zwischen

dezentralem Vertrieb
in den DLR-Standorten
und

zentraler Vertriebsunterstützung
in Köln-Porz

sichert

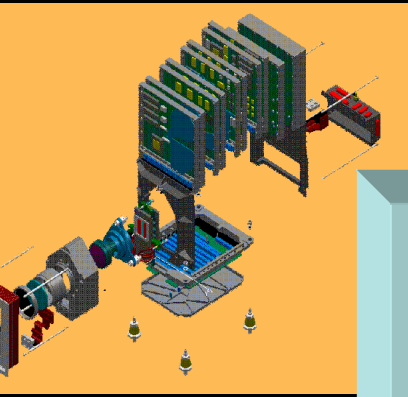
- landesweite Abdeckung
des Vertriebsgebietes
- direkte Verbindung zu den
Instituten





Vertriebsingenieure in den Standorten

- ▶ Kontinuierliches Erheben und Bewerten des DLR-Kompetenz-Portfolios und Unterstützung bei der Entwicklung von Produktideen
- ▶ Ermitteln des Bedarfs beim externen Kunden aus der Wirtschaft und Unterstützen bei der Definition der Anforderungen an eine Problemlösung
- ▶ Identifizieren der Technologien, Know-how-Träger in den Arbeitsgruppen und Infrastruktur der Einrichtungen für die Problemlösung

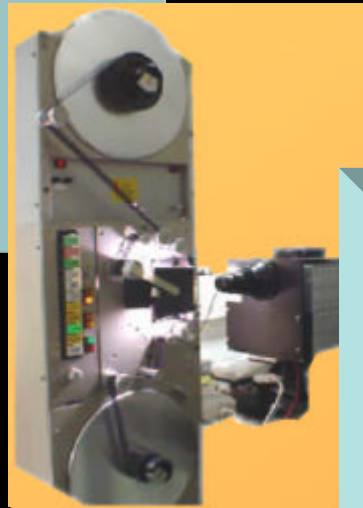


**DLR Know How
(Marskamera, ADS 40)**

**Aufbereitungs-
projekt**

**Dauer:
1999-2000**

**Transfermuster
(Filmscanner)**



**Produktentwicklung
mit
Industriebeteiligung**

**Projektdauer:
2001-2003**

**Produkt im M
finanzielle
Beteiligung des
am Markterfolg**



vom Labor in den Markt



Automatisiertes Waldbrandfrüherkennung System (AWFS)

Feuerwachturm in
Brandenburg mit AWFS



Rolis-Kamera
für ROSETTA



AWFS-Kamera



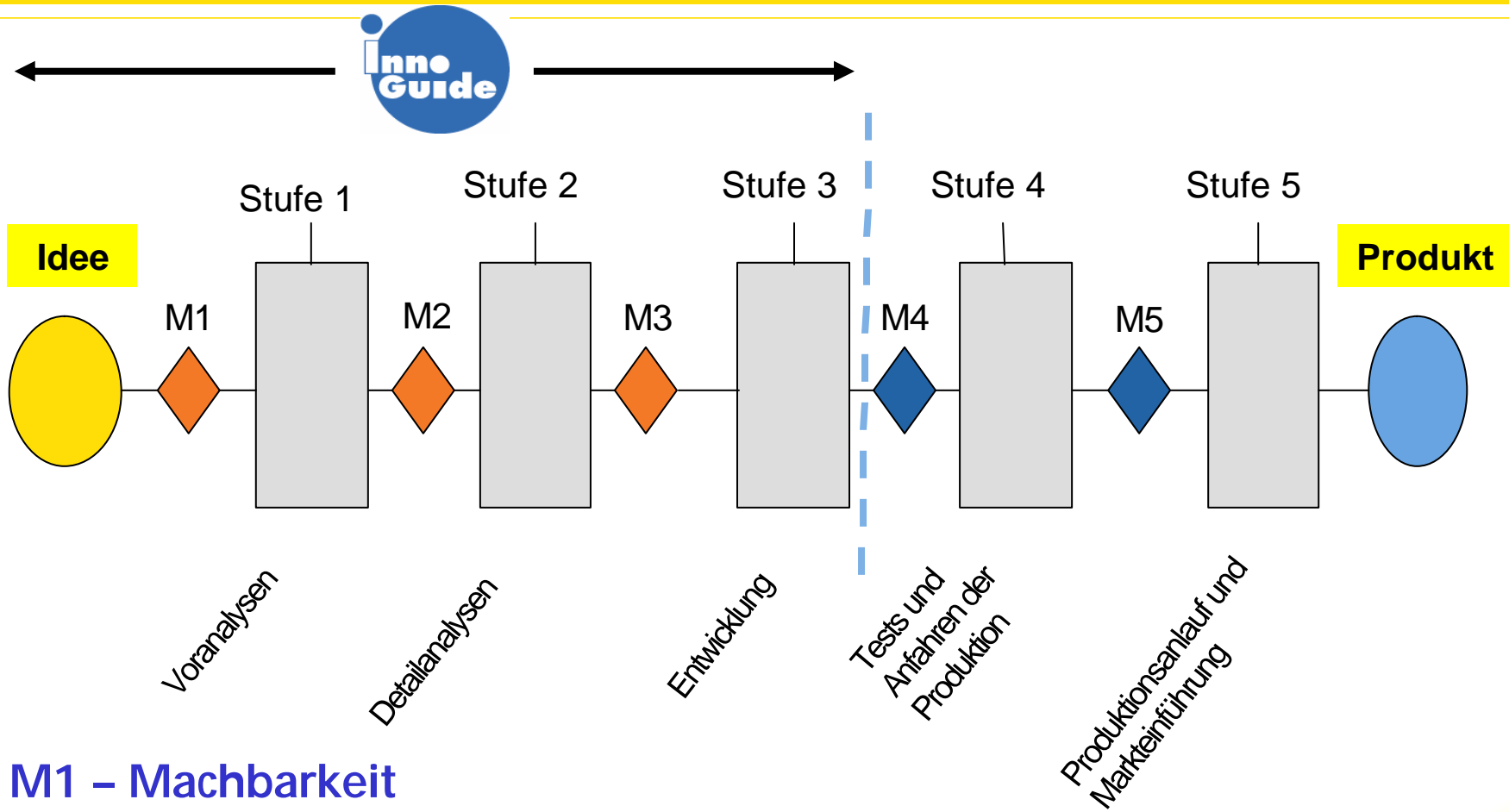
Zentrale Vertriebsunterstützung

- Kompetenz- und Leistungskatalog
 - (überregionale) Außendarstellung (Messen, Innovationsmarkt ...)
 - Customer Relationship Management
 - Werkzeuge und Dienstleistungen zur Projektbewertung (InnoGu)
 - Management der Schutzrechte
 - Management des Transferfonds
- (Initiieren und Begleiten der Produktentwicklung durch Transferprojekte)
- Unterstützung der Marktpositionierung
 - Business Development Support



Marktpositionierung im Vorfeld durch

- ▶ Trendanalysen
- ▶ Marktanalysen
- ▶ Wettbewerbsanalysen
- ▶ Business Development Konzepte
- ▶ Projekt- und Ideen-Bewertung
- ▶ Erstellung von Business Szenarios
- ▶ Kreativ-Workshops mit der Industrie
- ▶ Partnerakquisition



M1 – Machbarkeit

M2 – Markterfolgspotenzial

M3 – Business Szenario

Phasenmodell nach Cooper, 1996







Kreative Integrierte Innovationsprozesse



**Technologie
und Wissen**

Produktidee

**Produkt
am Markt**



Eckpunkte der Umsetzung von DLR-Technologien in marktfähige Produkte und Dienstleistungen

- Transferprojekte zur Produktentwicklung gemeinsam mit Unternehmen unter Beteiligung beider Partner am technischen und wirtschaftlichen Risiko des neuen Produkts
- Beteiligung der Industrie an den Entwicklungskosten für das neue Produkt und Einräumen der Nutzungsrechte (Lizenzierung)
- Beteiligung des DLR am wirtschaftlichen Erfolg des neuen Produktes im Markt



Zusammenfassung

Das DLR Technologiemarketing unterstützt die geschlossene Wertschöpfungskette von der Grundlagenforschung bis zum neuen Produkt im Markt durch

- bedarfsorientierte Unterstützung des Transferprozesses
- frühestmögliches Einbeziehen des Industriepartners in den Wertschöpfungsprozess zur Sicherstellung des Kundennutzens
- Zusammenarbeit mit dem Industriepartner bei ausgewogener Chancen-Risiko-Verteilung
- Entwicklung neuer Technologien in fachlicher und finanzieller Kooperation mit dem Industriepartner



EUROTECBROKER

Brücken bauen zu neuen Technologien

-Plattform für **aktives** Technologiemarketing – Europaweit! -

Plattform zum Austausch von Technologien und Know-how

Bedarfsorientiert

Nachfragegetrieben

Kundennah

Aktiv

Studien und Erhebungen belegen den Bedarf:

„Es fehlt der Zugang zu innovativen Kunden/Märkten“

(Quelle: Innobarometer)

„Das Auffinden von neuen Technologien ist erschwert“

(Quelle: Innobarometer)

„Die Distanz zwischen KMU und Wissenschaft ist riesig“

(Quelle: ISI/IfO/ZEW)

„Forschungseinrichtungen sollten stärker auf Unternehmen zugehen und

ihre Leistungsangebote besser darstellen“

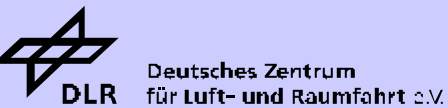
(Quelle: DIHT, IHK, 2000)

„Einen Marktplatz schaffen, wo Problemstellungen angegangen werden.“

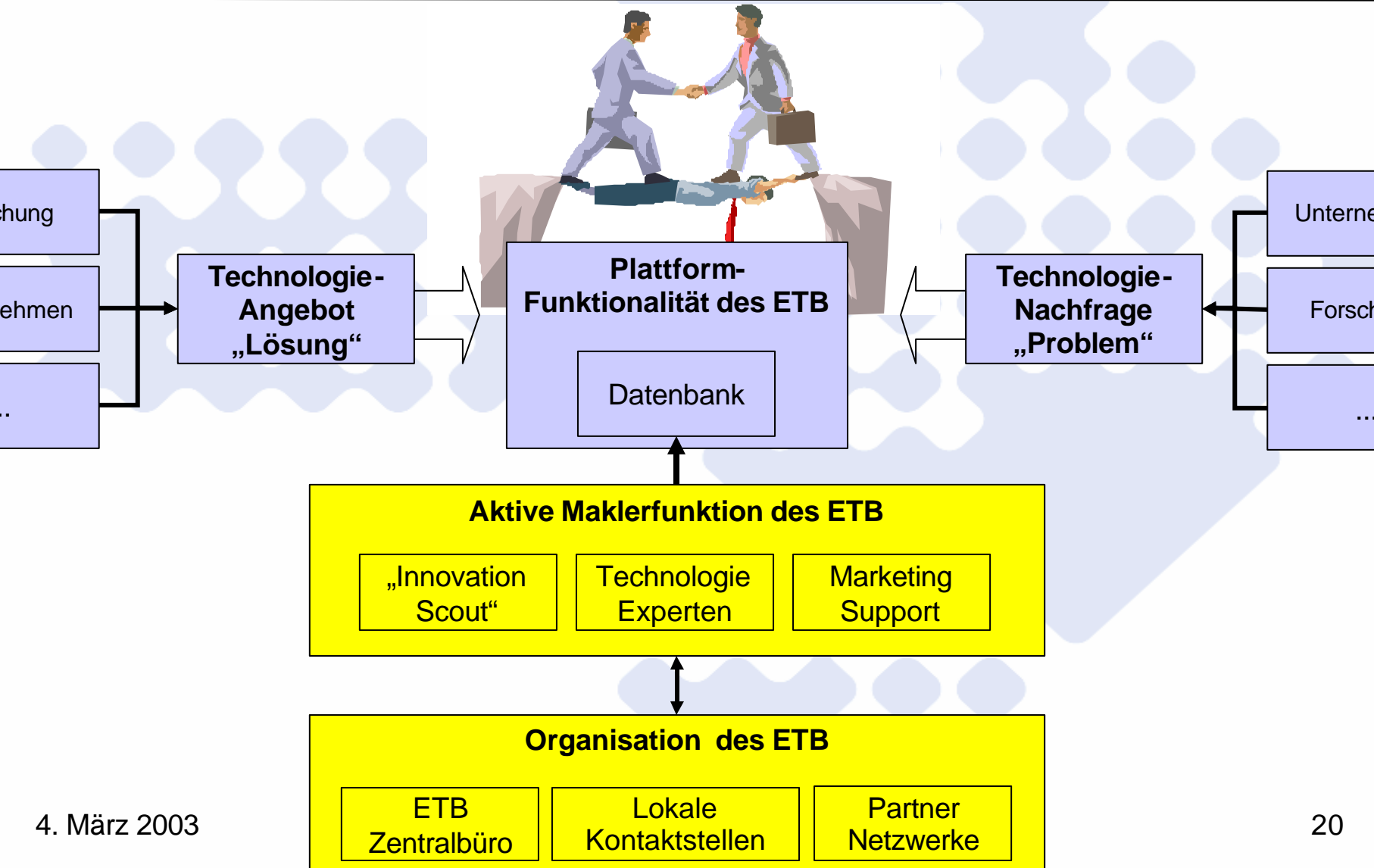
(Quelle: DIHT, IHK, 2000)

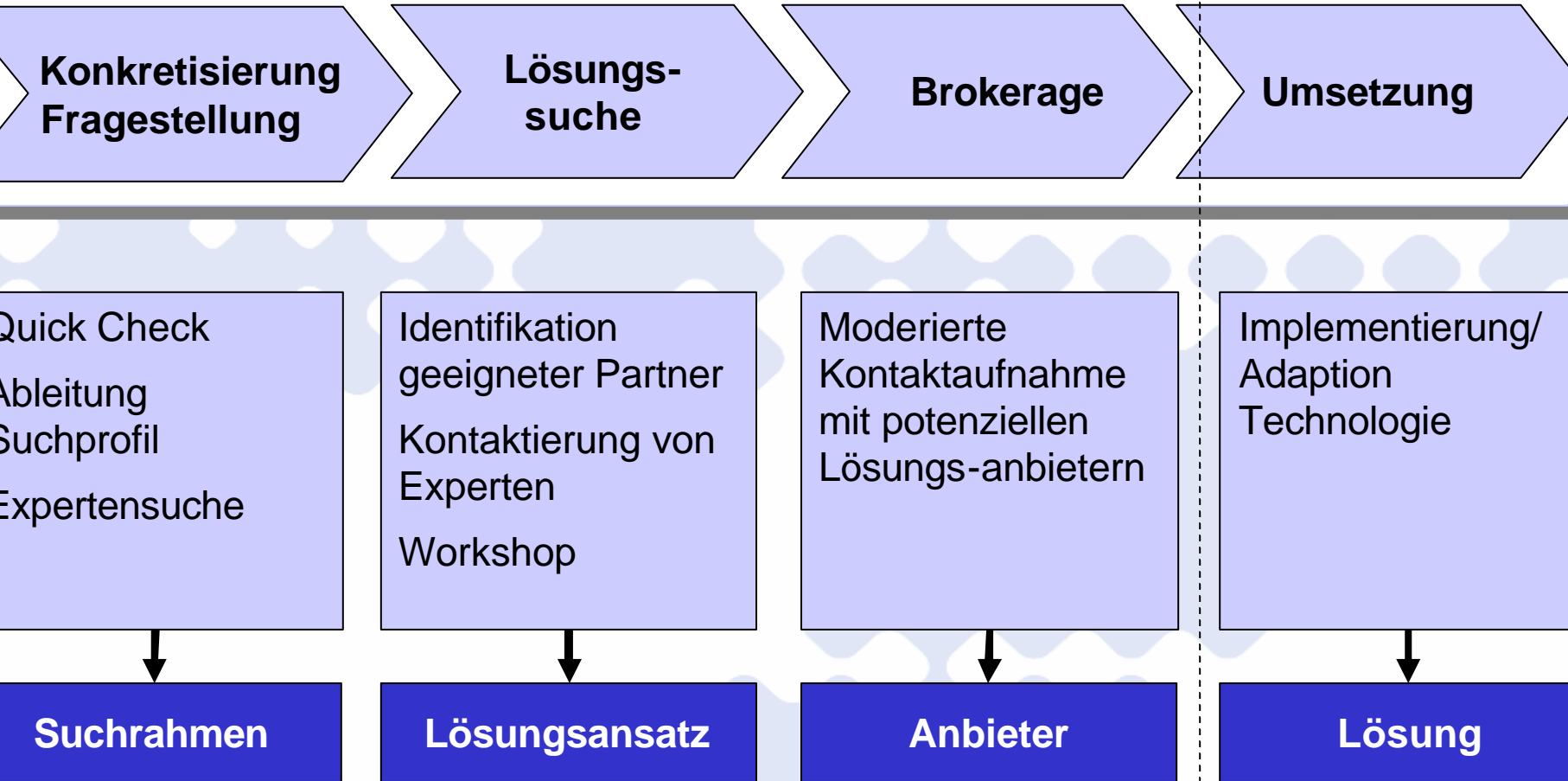
Das Konzept des EuroTecBrokers orientiert sich exakt an den Bedürfnissen der Industrie:

ETB- Konsortium



- ➡ **Europäische Plattform**
- ➡ **(Moderiertes) Brokerage von „Technologien“**
- ➡ **Industriegetrieben und Industrienah**
- ➡ **Spielregeln**
- ➡ **Umfassendes Dienstleistungsangebot**
- ➡ **Qualitätsorientiert („qualitativer Filter“)**
- ➡ **„Fragestellung sucht Lösung“**
- ➡ **„Technologie sucht Anwendung“**





Und wer hilft **Ihnen** bei Ihren Problemen ?

