

Leitfaden für die Erstellung einer Zielmarktanalyse im Rahmen der Exportinitiative Energie 2026

Stand: August 2025

1 Zielsetzung

- Die Durchführungsgesellschaft (DFG) erarbeitet bzw. aktualisiert eine Zielmarktanalyse (ZMA) zum **spezifischen Technologieschwerpunkt** der Energie-Geschäftsreise.
- Sie muss alle **relevanten** Informationen zur Marktvorbereitung und -sondierung beinhalten. Dabei müssen die Informationen **prägnant, präzise** und **aussagekräftig** aufbereitet werden.
- **Ziele:**
 - Die Analyse dient als **Entscheidungsgrundlage** für den Markteinstieg der deutschen **Unternehmen**. Vor diesem Hintergrund sind eine **zielgruppengerechte** Auswahl und **fundierte** Aufarbeitung der recherchierten **Informationen** von äußerster Wichtigkeit.
 - Der langfristige und nachhaltige **Know-how- und Netzwerkaufbau** der DFG wird durch die Einbeziehung lokaler Stakeholder gefördert.

2 Umfang

- **ZMA-Standard-Version:** s. unten schwarz erörterte Bestandteile. Sie wird von der DFG für die Maßnahme im Rahmen der Exportinitiative Energie (EIE) erstellt.
- **ZMA-Sonderversion:** s. **orange** markierte Seitenangaben. Sie wird von der DFG insbesondere für Maßnahmen erstellt, welche neue Märkte, regionale Zielmarktanalysen, neuartige Technologien und/oder besonders erklärungsbedürftige Rahmenbedingungen umfassen. Sollte eine Sonderversion der ZMA angefertigt werden sollen, wird dies in der Ausschreibung als Hinweis deutlich gekennzeichnet.

3 Qualitative und formelle Hinweise

- Die ZMA ist in **deutscher Sprache** zu verfassen. Die DFG ist für das **Lektorat** zuständig.
- Es ist auf **geschlechtergerechte Sprache** gemäß den aktuellen Empfehlungen des Rates für deutsche Rechtschreibung zu achten.
- Angaben zu den wesentlichen **Gliederungspunkten** und zum **Umfang** der einzelnen Kapitel (angegeben inkl. Grafiken und Tabellen) sollen eingehalten werden. Der **Umfang** der ZMA kann **variieren** (insgesamt max. **12 Seiten** für die Standard-Version und max. **20 Seiten** für die Sonder-Version (s. oben; exklusive Profile der Marktakteure, Sonstiges und Quellenverzeichnis)).



- Bei **regionalen Zielmarktanalysen**, die mehrere Märkte umfassen, ist auf einen **vergleichenden Schreibstil** zu achten. Eine sich doppelnde Kapitelstruktur ist zu vermeiden!
- Daten, Statistiken und qualitative Aussagen im Fließtext werden durch das **Einfügen von Fußnoten** (inkl. **Quellenangabe: Name und Jahr der Quelle, hier keine Aufführung von Links**) belegt. Die alphabetisch und chronologisch sortierte Übersicht aller Quellen findet sich am Ende der ZMA im **Quellenverzeichnis** (dieses ersetzt nicht die Fußnoten im Text!).
- Anspruch der ZMA ist es, Unternehmen relevante und tiefgehende Markt- und Brancheninformationen zu liefern, die über einen **reinen „Desk Research“ hinausgehen**. Die DFG ist entsprechend angehalten, das Wissen **lokaler Expertinnen und Experten** (aus Verbänden, Wissenschaft usw.) im Rahmen von **persönlichen Interviews** einzuholen und in die Rechercheergebnisse einfließen zu lassen.

4 Hinweise zu Aufbau und Kapitelinhalten

- Die im **internen Bereich der EIE** zur Verfügung stehende **ZMA-Vorlage** ist zu nutzen.
- **Tabellen- und Abbildungsverzeichnis** werden erst ab **mindestens drei Einträgen** erstellt.
- **Abkürzungen**, die im allgemeinen Sprachgebrauch **geläufig** sind (z.B., usw., bspw., etc., ...) werden **nicht im Abkürzungsverzeichnis** aufgeführt.
- **Executive Summary (Umfang: 1/2 Seite)**
 - Kurze Ausführung der Ergebnisse und Kernaussagen der ZMA.
- **1. Aktuelle wirtschaftliche und politische Entwicklungen (Umfang: 1/2 / 1 Seite)**
 - Einordnung der aktuellen politischen und wirtschaftlichen Entwicklung der letzten Jahre, die für die deutsche Exportwirtschaft relevant sind (inkl. Regierungsstrategien, internationale Handelsabkommen und Kooperation zu Fragen des Klimaschutzes, Wirtschaftsbeziehung zu Deutschland, Investitionsklima etc.).
 - **Tipp:** Auf sehr allgemeine Informationen (z. B. Einwohnerzahl, Geografie, Geschichte des Landes etc.) sollte verzichtet werden.
- **2. Marktchancen (Umfang: 1 / 2 Seiten)**
 - Begründung für den Themenvorschlag (z. B. aktuelle Trends und energiepolitische Entwicklungen, zusammenfassende Darstellung der Geschäftsoportunitäten und geplanter Projekte, wirtschaftliche und technische Potenziale, Marktvolumen und Marktreife, mögliche Standorte u. a.)
 - **Tipp:** In diesem Kapitel soll die Zielsetzung der Energie-Geschäftsreise deutlich werden.
- **3. Technische Lösungsbedarfe an die deutsche Zielgruppe (Umfang: 3 / 5 Seiten)**
 - Welche Komponenten, Technologien und Dienstleistungen werden im Land nachgefragt?
 - Welche Erfahrungen und welches Know-how sind erforderlich?
 - Wie sieht die Nutzung von [Thema der GR] im Zielland aus (installierte Leistung, bestehende und geplante Projekte)?
 - Gibt es (deutsche und andere) Referenzprojekte im Zielland (relevante Auswahl)? Welche deutschen Unternehmen sind in diesem Technologiebereich bereits vor Ort?



- **Tip**: In diesem Kapitel soll dargestellt werden, welche lokalen Bedarfe für die deutsche Zielgruppe relevant sind. Dieses Kapitel ist ausschlaggebend für die Akquisestrategie.
- **4. Wettbewerbsumfeld und Markteintrittsstrategien (Umfang: 3 / 5 Seiten)**
 - Welche Marktakteure gibt es bereits im Zielland (Wettbewerbssituation für deutsche Unternehmen vor Ort)?
 - Welche Kooperationsformen stehen deutschen Unternehmen zur Verfügung (z. B. Partnerschaft mit lokalem Interessenten, Referenzprojekt, Vertriebsstrategie etc.)?
 - Welche Risiken birgt das Marktumfeld für deutsche Unternehmen?
 - Welche Geschäftspraktiken sind im Zielmarkt vorherrschend (soziokulturelle Besonderheiten)?
 - **Tip**: In diesem Kapitel sollen Handlungsempfehlungen für deutsche Unternehmen zum Markteintritt ausgesprochen werden.
- **5. Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen (Umfang 2 / 4 Seiten)**
 - Förderprogramme, steuerliche Anreize für deutsche Unternehmen im Energiebereich
 - Öffentliches Vergabeverfahren und Ausschreibungen, Zugang zu Projekten
 - Netzanschlussbedingungen und Genehmigungsverfahren
 - Ggfs. geltender CO₂-Preis
 - Strompreisentwicklung und -regulierung
 - Fachkräfte
 - **Tip**: Das Kapitel muss stark themenbezogen und aktuell sein. Die aufgeführten Aspekte sollten nur berücksichtigt werden, sofern sie relevant für das jeweilige Thema sind.
- **6. SWOT-Analyse (Umfang: 1/2 Seite)**
 - Graphische Darstellung einer SWOT-Analyse: Inhalte sollen zuvor erläuterten Kernaussagen der ZMA aufnehmen und einordnen.
 - **Tip**: Die SWOT-Analyse ist aus Sicht eines deutschen KMUs, nicht aus Sicht der jeweiligen Volkswirtschaft zu erstellen. Sie muss themenbezogen sein.
- **Profile der Marktakteure (aus Datenschutzgründen KEINE personenbezogenen Daten)**
 - KEINE Adressliste, sondern Kurzbeschreibung der jeweiligen Institution
 - Relevante administrative Instanzen und politische Stellen der unterschiedlichen Verwaltungsebenen (Zentralregierung/Regionen/Kommunen), die im Zielmarkt für themenspezifische Energiebelange zuständig sind
 - Unternehmen, die bereits im Zielmarkt als Anbieter im Bereich der Energie-Geschäftsreise tätig sind
 - Potenzielle Kunden/Abnehmer/Partner
 - Standortagenturen, Beauftragte für Auslandsinvestitionen, Beratungsunternehmen, Forschungsinstitute und sonstige Multiplikatoren



- **Sonstiges**
 - Wichtige Messen im Zielland
 - Wichtige sonstige Adressen und Websites
 - Hinweise auf Fachzeitschriften, Nachrichtenportale
- **Quellenverzeichnis (in alphabetischer und chronologischer Reihenfolge)**
 - Mindestbestandteile der Quellenangaben sind:
 - Bei Druckwerken: Autor (Jahr der Veröffentlichung): Titel der Publikation. Titel des Buches/der Zeitschrift o. ä. Auflage/Ausgabe. Seitenzahl.
 - Bei Onlinequellen: Name der Webseite bzw. der Institution, die die Webseite betreibt, Jahr der Veröffentlichung, vollständige URL, Datum des letzten Seitenaufrufs.
 - **Hinweis**: Es ist zwischen Jahr der Veröffentlichung einer Quelle und Datum des letzten Seitenaufrufs zu unterscheiden. Bei Quellen mit gleichem Namen und gleichem Jahr der Veröffentlichung muss sowohl im Quellenverzeichnis als auch in der Fußnote eine zusätzliche alphabetische Benennung erfolgen (Bsp. Europäische Kommission (2024a)(...), Europäische Kommission (2024b)(...)), damit eine genaue Zuordnung der Informationen erfolgen kann.
 - Bei Experteninterviews: Name der Institution (Verband, Wissenschaftsinstitut etc.), ggf. Name und Position des Interviewpartners (sofern Zustimmung vorliegt), Datum und Rahmen des Gesprächs (Online, Telefonat, Präsenz).