

Bachelor-Thesis Wirtschaftsingenieur | Innovation Marktanalyse zu erneuerbaren Energieträger - Julian Schenk

Purpose

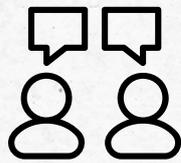
AlphaSYNT entwickelt innovative Lösungen zur Herstellung erneuerbarer Energieträger durch CO₂-Upcycling. Mit Technologien wie Power-to-X ermöglicht das Unternehmen die Nutzung überschüssiger erneuerbarer Energien zur Produktion von Methan, Methanol und Wasserstoff. Ziel ist es, fossile Brennstoffe durch CO₂-neutrale Alternativen zu ersetzen und so einen Beitrag zur Energiewende zu leisten.

Die vorliegende Bachelorarbeit analysiert die indirekten Kundenbedarfe im Schweizer Energiemarkt, um AlphaSYNT bei der strategischen Positionierung zu unterstützen. Durch die Identifikation von Marktsegmenten und die Entwicklung eines Innovationsportfolios werden konkrete Empfehlungen für die Weiterentwicklung von CO₂-Upcycling-Lösungen abgeleitet. Dies stärkt AlphaSYNTs Fähigkeit, den wachsenden Anforderungen der Energiewende gerecht zu werden.

Angewandte Kompetenzen



Inside-Out



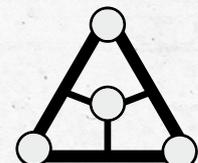
Outside-In



Literaturrecherche



Workshop leiten

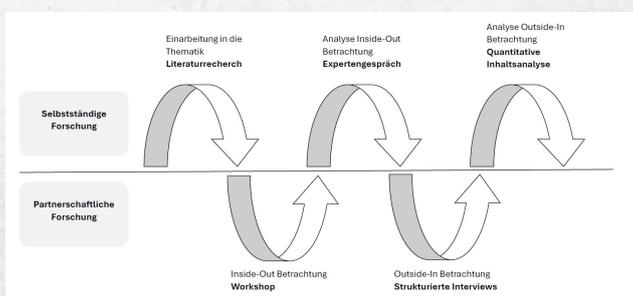


Business Model Innovation

Die Methodik der Arbeit kombinierte Inside-Out- und Outside-In-Perspektiven. Durch Workshops wurden interne Ressourcen analysiert, während strukturierte Interviews Kundenbedarfe und Marktanforderungen validierten. Ergänzend lieferte die Literaturrecherche eine fundierte Grundlage zur Analyse von Power-to-X-Technologien. Diese Erkenntnisse wurden genutzt, um konkrete Problemlösungen und Handlungsempfehlungen für AlphaSYNT zu entwickeln.

Resultat

Das Resultat dieser Arbeit ist die Identifikation von fünf zentralen Problemlösungsbedarfen sowie konkrete Handlungsempfehlungen zur strategischen Ausrichtung von AlphaSYNT. Die Ergebnisse dienen als Grundlage für die Weiterentwicklung von CO₂-Upcycling-Technologien und die Anpassung an Marktanforderungen, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben.



Der Action Design Research (ADR)-Ansatz hat die Arbeit durch eine Kombination aus selbständiger Forschung, wie der Literaturrecherche, und partnerschaftlicher Forschung, wie Workshops und Interviews, geleitet. Dabei wurden interne Ressourcen analysiert (Inside-Out) und externe Kundenbedarfe validiert (Outside-In), um praxisorientierte Ergebnisse zu erzielen.