

UNTERNEHMER STELLEN SICH VOR



Market Intelligence – Ohne geht's nicht!

Firmenname: SVP Deutschland AG
Branche: Market Intelligence, B2B-Marktforschung
Kontakt: service@svp.de
Website: www.svp.de

Es begann 1935 in Paris, als die französische Post einen telefonischen Informationsservice unter dem Namen SVP – S'il vous plaît – einrichtete. 1987 entschied sich Michael Ripke, diesen Service auch in Deutschland anzubieten und damit Teil des weltweiten SVP-Netzwerks zu werden. Schon damals bearbeitete SVP Anfragen zu Märkten, zum Beispiel für Solarzellen oder Sensoren oder im Jahr 1993 wer der Friseur des japanischen Kaisers bei seinem Deutschlandbesuch war. Aus dem Informationsprovider ist ein von Dax-Konzernen

bis zum Mittelstand genutzter Market-Intelligence-Dienstleister geworden. Hunderte von Unternehmen setzen SVP für unterschiedliche Aufgaben ein: um zu erfahren, welche digitalen Geschäftsmodelle ihre Wettbewerber implementiert haben, wie Megatrends den eigenen Markt beeinflussen oder wo die Potentiale für digitale Produkte in der Bahnindustrie liegen. Kurz gesagt: für Markt- und Wettbewerbsuntersuchungen sowie für Unternehmensanalysen. Ad-hoc-Recherchen führen die Heidelberger bei Bedarf sogar am gleichen Tag aus. Heute setzt SVP zunehmend digitale Tools ein, um am Markt zu bestehen und Standardprozesse effizienter zu gestalten. KI, Automatisierung und Digitalisierung geben den Exper-

ten die Möglichkeit, sich auf die wesentlichen Elemente der Analyse zu konzentrieren. Neben Branchenwissen ist inzwischen auch Expertise bei Trendthemen gefordert: digitale Geschäftsmodelle, Advanced Materials, Smart Industry, New Mobility oder Power-to-X.

Vorstand Jenny Ripke treibt die Themenvielfalt bei ihrer Arbeit an: „Ich bin in vielen Unternehmen unterwegs. Es ist inspirierend zu hören, was diese bewegt. Und zu sehen, wie groß die Spanne zwischen Wettbewerbern ist – vom Dornröschen bis zum Vorreiter.“ Ob neue Märkte oder neue Produkte, für alle gelte dabei derselbe Grundsatz, sagt die erfahrene Managerin: „Ohne Market Intelligence plant man oft am Markt vorbei.“