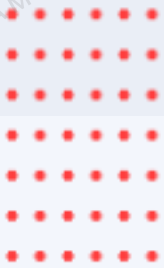


NUMERIS INSIGHTS — MARKTFORSCHUNG &
BERICHTERSTATTUNG

Anforderungsspezifikation

Eine kategorieweite Marktforschungsstudie und ein investorengerechter Infografik-Bericht für Brambletons nächste Produkteinführung.



Inhalt

01	Dokumentenkontrolle	2
02	Einführung & Umfang	3
03	Zweck & Zielgruppe	3
04	Funktionale Anforderungen	3
05	Nicht-funktionale Anforderungen	4
06	Produktmodule	5
07	Komponentenspezifikation	6
08	Annahmen, Rahmenbedingungen & Abhängigkeiten	7
09	Release-Phasen	8

AUF EINEN BLICK

Dokumentenkontrolle



SPEZIFIKATION

REQ-2026-0367

Ausgestellt am 8.
Januar 2026

ERSTELLT VON

Numeris Insights

New York, NY 10005

INHABERIN

Carla Whitfield

VP Kategoriestrategie,
Brambleton
Consumer Goods

STATUS

Zur Prüfung

Baseline bei Genehmigung
festgelegt

ANFORDERUNGEN

9

Funktional und nicht-
funktional

01



Einführung & Umfang

Brambleton Consumer Goods bereitet sich darauf vor, in eine neue Produktkategorie einzusteigen, und der Vorstand wird Startkapital nicht allein auf Basis interner Meinungen freigeben. Die Aufgabe von Numeris Insights ist es, drei Jahre verstreuter, anekdotischer Kategoriedaten in eine belastbare, vorstandsreife Einschätzung zu Marktgröße und Kundennachfrage zu verwandeln.

● Zweck & Zielgruppe



Brambletons internes Team hat in ebenso vielen Jahren drei vorherige Kategoriestudien durchgeführt, jede mit einer anderen Methodik und ohne einheitliche Sicht — sodass der Führungsebene keine einzige Zahl vorliegt, die der Vorstand für eine Budgetentscheidung zur Produkteinführung akzeptieren würde. Die Kategorie selbst entwickelt sich zudem schnell, und veraltete Daten bergen das Risiko einer unzureichend geplanten Einführung oder eines abwehrenden Vorstands, der die gesamte Initiative blockiert.

Numeris Insights schlägt ein zehnwöchiges Forschungsengagement vor: eine quantitative Umfrage mit über 1.000 Teilnehmern, eine Wettbewerbsanalyse der führenden Akteure der Kategorie, ein Marktgrößenmodell mit einer Dreijahresprognose sowie eine Käufersegmentierung — geliefert sowohl als fundierter schriftlicher Bericht als auch als eine einzige investorengerechte Infografik-Präsentation für den Vorstand. Die folgenden Abschnitte beschreiben den Ansatz, die Leistungen, den Zeitplan und die Investition.

Funktionale Anforderungen





ID	Anforderung	Priorität
R-01	Die Umfrage muss innerhalb des Käuferprofils der Zielkategorie mindestens 1.000 abgeschlossene Antworten erreichen	MUSS
R-02	Die Wettbewerbsanalyse muss die 8 wichtigsten Wettbewerber nach Kategorie-Marktanteil abdecken	MUSS
R-03	Das Marktgrößenmodell muss TAM, SAM und SOM mit einer 3-Jahres-Prognose enthalten	MUSS
R-04	Die Shopper-Segmentierung darf zur besseren Verständlichkeit für den Vorstand nicht mehr als 4 unterschiedliche Segmente ergeben	SOLLTE
R-05	Alle Ergebnisse müssen in einem methodischen Anhang bis zu den Quelldaten nachvollziehbar sein	MUSS
R-06	Das Infografik-Deck muss vorstandsreif sein, ohne dass das Team von Brambleton weitere Gestaltungsarbeit leisten muss	MUSS
R-07	Die Ergebnispräsentation wird dem Vorstand live vorgestellt, nicht nur als Datei verteilt	SOLLTE
R-08	Der rohe Umfragedatensatz wird Brambleton zur internen Weiterverwendung übergeben	KÖNNTE



ID	Priorität	Anforderung
R-01	Muss	Die Umfrage muss innerhalb des Käuferprofils der Zielkategorie mindestens 1.000 abgeschlossene Antworten erreichen
R-02	Muss	Die Wettbewerbsanalyse muss die 8 wichtigsten Wettbewerber nach Kategorie - Marktanteil abdecken
R-03	Muss	Das Marktgrößenmodell muss TAM, SAM und SOM mit einer 3-Jahres-Prognose enthalten
R-04	Sollte	Die Shopper-Segmentierung darf zur besseren Verständlichkeit für den Vorstand nicht mehr als 4 unterschiedliche Segmente ergeben
R-05	Muss	Alle Ergebnisse müssen in einem methodischen Anhang bis zu den Quelldaten nachvollziehbar sein



Umfragedesign & Feldarbeit

Eine strukturierte quantitative Umfrage mit über 1.000 Befragten.



Wettbewerbliche Kategorienanalyse

Preisgestaltung, Positionierung und Marktanteile der führenden Wettbewerber im Überblick.



Marktgrößenmodell

TAM/SAM/SOM-Größenbestimmung mit einer Dreijahres-Wachstumsprognose.



Käufersegmentierung

Eine 4-Segment-Typologie, entwickelt aus Umfrage- und Kategoriedaten.



Verfassen des schriftlichen Berichts

Ein vollständiger Ergebnisbericht mit Methodikanhang.



Gestaltung eines Infografik-Decks

Eine einzige vorstandsreife visuelle Zusammenfassung der Studie.





Ref.	Position	Spezifikation	Einheiten	Vorlaufzeit	Einzelpreis
SPC-01	Quantitative Käuferbefragung	Umfrage mit 1.240 Teilnehmern in der gesamten Kategorie durchgeführt	1	6. Mai 2026	\$9,200
SPC-02	Wettbewerbliche Kategorienanalyse	Preisgestaltung, Positionierung und Marktanteile bei 8 Wettbewerbern	8	6. Mai 2026	\$650 / comp
SPC-03	Marktgrößenmodell I	TAM/SAM/SOM-Größenbestimmung mit 3-Jahres-Prognose	1	6. Mai 2026	\$4,800
SPC-04	Käufersegmentierung	Typologie mit 4 Segmenten und Kaufmotiv-Profilen	1	6. Mai 2026	\$3,600
SPC-05	Erstellung des schriftlichen Forschungsberichts	Vollständiger Ergebnisbericht mit Methodikanhang	1	6. Mai 2026	\$3,900
SPC-06	Design des Investoren-Infografik-Decks	Vorstandsreife visuelle Zusammenfassung der Studie	1	6. Mai 2026	\$3,200

Die Spezifikationen werden mit der Abnahme festgelegt; jede Änderung wird über das in diesem Dokument beschriebene Änderungsverfahren abgewickelt.

01

Vorstandsreif, nicht nur korrekt

Erkenntnisse übersetzt in ein Deck, das der Vorstand tatsächlich liest und danach handelt.

02

Eine Kategorie, eine klare Zahl

Ein einziges belastbares Größenmodell ersetzt drei Jahre verstreuter Studien.

03

Daten, die Ihr Team weiterverwenden kann

Ein vollständiger Methodikanhang und der Rohdatensatz zur internen Weiterverwendung.

1

Wochen 1–2 · Umfragedesign & Kategoriendefinition

Umfrageinstrument und Kategoriendefinition genehmigt.

2

Wochen 3–4 · Durchführung & Wettbewerbsanalyse

Umfrage durchgeführt und Wettbewerbs-Benchmarking abgeschlossen.

3

Wochen 5–6 · Marktgrößen- & Segmentierungsmodellierung

Marktgrößenmodell und Käufersegmentierung erstellt.

4

Wochen 7–8 · Entwurf des schriftlichen Berichts

Vollständiger Ergebnisbericht mit Methodikanhang entworfen.

Numeris Insights

80 Pine St, New York, NY 10005, Vereinigte Staaten

research@numerisinsights.com · +1 646 555 0193

· numerisinsights.com

Numeris Insights LLC · EIN 13-4720856

