

De Martin baut deutschen Standort aus

Wettbewerb Wer im Heimmarkt stagniert, versucht sich im Ausland. Studierende haben analysiert, wie die De Martin AG den süddeutschen Markt aufmischen kann, und sich für den WTT Young Leader Award qualifiziert.

«Zwei Währungsschocks haben die bereits schleichende De-industrialisierung in der Schweiz zusätzlich beschleunigt», sagt Thomas De Martin. Er führt das seit 1947 bestehende Familienunternehmen seit 2004. Die De Martin AG in Wängi ist mit ihren gut 100 Mitarbeitenden in der Oberflächentechnik tätig. Dabei werden Bauteile mit verschiedenen Verfahren veredelt, sprich beispielsweise mit Nickel, Zinn oder Hartchrom beschichtet.

«Dank technologischer Diversifikation konnten wir unser Schiff auf Kurs halten, was Volumen und Margen betrifft», sagt Thomas De Martin. Allerdings hätten die genannten Umstände die organischen Wachstumspläne der Firma durchkreuzt. «In der Galvanikbranche gibt es aus logistischen Gründen räumliche Beschränkungen», weiss Christian Heumann von der Fachhochschule St.Gallen (FHS). Er hat das Studierenden-Team begleitet, das von Thomas De Martin mit einer Marktpotenzialanalyse beauftragt worden ist. Er

bestätigt: «Unsere Dienstleistungen haben eine geographische Reichweite, deshalb war ein weiterer Standort bei uns seit einiger Zeit auf der Traktandenliste.» Letztes Jahr ergab sich dann die Chance, ein Werk in Süddeutschland zu übernehmen, das bereits «ein bescheidenes Portfolio an Dienstleistungen anbietet».

Die Fragen an die Studierenden lauteten: Wie hoch ist die Nachfrage um die Ballungszentren Frankfurt, Stuttgart, München und Nürnberg? Welche Beschichtungsarten brauchen die dortigen Unternehmen? Welche Branchen lohnen sich? Und wie stark sind die Mitbewerber? «Der Auftraggeber erwartete von

uns Empfehlungen, wie das Dienstleistungsangebot des neuen Werks ausgestaltet werden soll», sagt Studentin Ramona Sigron (Chur). Gemeinsam mit Nicole Bischof (Wittenbach), Philipp Gemperle (Waldkirch), Lorena Lütscher (Domat/Ems) und Marco Solenthaler (Heiden) befragte sie Unternehmen im

Umkreis von 200 Kilometern des neuen Standorts.

Mit Qualität überzeugen

«Die Ergebnisse stützen unsere Einschätzungen», sagt Thomas De Martin. Das helfe bei der strategischen Ausrichtung des neuen Werks. «De Martin weiss nun, welche Produktionslinien sie aufbauen sollen», sagt FHS-Coach Christian Heumann. «Wir haben bereits in neue Fertigungsstrassen investiert aufgrund der Analyse», ergänzt Thomas De Martin. Hartchrom werde zum Beispiel ins Portfolio aufgenommen. Die Studierenden hätten zudem aufgezeigt, dass die De Martin AG mit ihrer ausgeprägten Qualitätsorientierung bereits richtig positioniert sei, um die neuen Märkte erfolgreich zu bearbeiten. Die Befragung möglicher Kunden habe deshalb sogar erste Interessenten auf den Plan gerufen. «Wir haben darum auch bereits unseren Verkauf für bestehende Dienstleistungen intensiviert.» (red.)



Ein Team von Studierenden der FHS St. Gallen steht mit seiner Arbeit für die De Martin AG im Final des WTT Leader Award. Bild: PD

Sechs von 60 Teams

Die Studierenden-Teams der Fachhochschule St.Gallen (FHS) arbeiten in Praxisprojekten für Unternehmen und Organisationen. Jeweils die drei besten Teams in den beiden Kategorien **Marktforschung und Managementkonzeption** werden am Montag, 26. September, in der Tonhalle St.Gallen ausgezeichnet. Unsere Zeitung stellt die nominierten Teams in loser Folge vor. (red.)

WTT Young Leader Award
www.fhsg.ch/praxisprojekte