



Dominik Heinzer

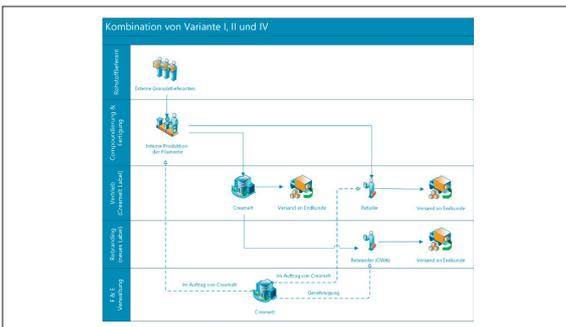
Diplomand	Dominik Heinzer
Examinator	Prof. Daniel Schwendemann
Experte	Frank Mack, Coperion GmbH, Stuttgart
Themengebiet	Geschäftsmodell, Marketing und Vertrieb
Projektpartner	HSR-Institut IWK, Rapperswil, SG

Geschäftsmodelle für Creamelt

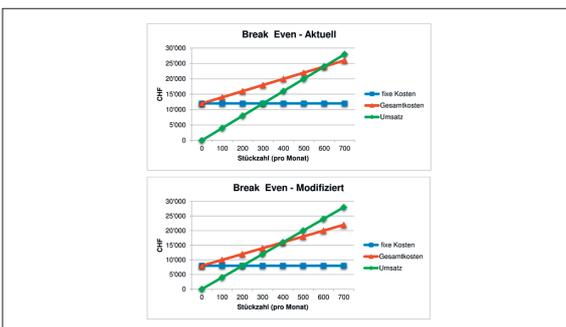
Filamentmarkt Consumer 3D-Printing



Innovative und nachhaltige Produktidee: Das aus recycelten Skischuhen hergestellte TPU-R-Filament steht der Konkurrenz in nichts nach.



Stelle die attraktivste Lösung dar: kombinierte Lösung erstellt aus den positiven Aspekten der einzelnen Modelle



Veranschaulichung der Auswirkung der fixen und variablen Kosten: Auch mit sehr tiefen Kostenannahmen ist die benötigte Absatzmenge hoch.

Ausgangslage: Basierend auf der Bachelorrecherche-Vorarbeit widmet sich nun diese Bachelorarbeit der Modellierung eines möglichen Geschäftsmodells. Als Grundproblem steht die geringe Absatzmenge der von Creamelt hergestellten Filamente PLA-HI und dem aus recycelten Skischuhen hergestellten TPU-R im Mittelpunkt. Dabei soll eruiert werden, welche Chancen und Möglichkeiten für Creamelt bestehen.

Vorgehen: Zuerst wurde die Entwicklung im Consumer-3D-Printing-Markt noch einmal analysiert. Dabei wurde der zunehmende Trend des vorhergehenden Rechercheberichts bestätigt. In einem Vorlauf wurden gängige Supply Chain- und Vertriebsmodelle auf deren Anwendbarkeit überprüft. Als nächster Schritt galt es, die möglichen Varianten zu konzeptionieren und in vereinfachten Modellen darzustellen. Der tabellarische Vergleich ergab, dass unter Umständen eine kombinierte Variante die Lösung sein könnte. Des Weiteren wurde eruiert, ob eine Modifikation des Produktportfolios Abhilfe für das genannte Problem schaffen würde. Dazu gehört beispielsweise die Aufnahme von anderen Produkten in das Sortiment oder die Entwicklung von neuen innovativen Filamentsorten. Anhand einer Break-Even-Analyse wurde eine grobe finanzielle Einschätzung für die Attraktivität der vorhin bewerteten Modelle gemacht.

Ergebnis: Auch mit nur angenommenen Zahlenwerten wurde schnell ersichtlich, dass die Vermarktung und die Profitabilität einige Schwierigkeiten aufweisen. Das grösste Problem stellt die hohe benötigte Absatzmenge dar, um nur schon die Fixkosten decken zu können. Auch mit zu tief angesetzten Fixkostenwerten wurde ersichtlich, dass die Absatzmengen im höheren dreistelligen Bereich bleiben. Als Lösung stehen zwei Optionen zur Debatte. Einerseits besteht die Möglichkeit, in ein erweitertes Geschäftsmodell mit dem damit verbundenen erhöhten Risiko zu investieren. Das hohe Risiko ist mit dem hart umkämpften Markt begründet, bei dem die Konkurrenz bereits gleichwertige Produkte zu günstigeren Preisen anbietet. Somit würde der Erfolg von Creamelt hauptsächlich von der Marketing- und Vertriebsstrategie abhängen. Andererseits muss aber auch aufgrund der aus den Analysen gewonnenen Erkenntnissen die Einstellung des Betriebes in Betracht gezogen werden.