



Priska Schmid

Diplomandin	Priska Schmid
Examinatorin	Prof. Dr. Katharina Luban
Experte	Dr. Thomas Lorenzer
Themengebiet	Produktmanagement
Projektpartner	Hamilton Bonaduz AG, Bonaduz, GR

Marktpotenzial des Linearmotors CASCAD

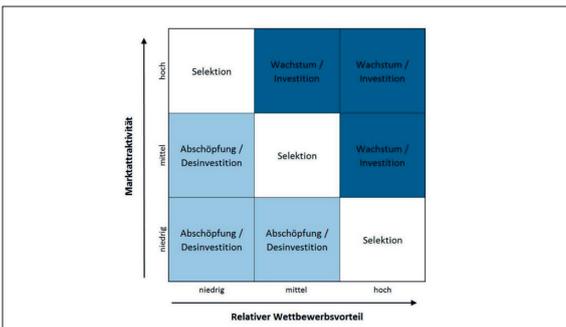


Linearmotor CASCAD

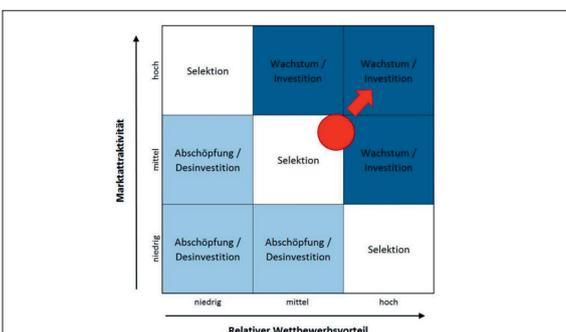
Einleitung: Die Firma Hamilton AG hat den Linearmotor CASCAD entwickelt, der bezüglich Funktion und Kosten herausragende Merkmale aufweist. Durch ein modulares System kann der Verfahrensweg des CASCAD problemlos verlängert und eine Strecke von bis zu 16 Meter erreicht werden. Die Schneeberger AG stellt den CASCAD für die Hamilton AG her und vertreibt diesen. Zurzeit wird der CASCAD jedoch nur von der Firma Hamilton AG gekauft. Das Ziel dieser Arbeit war es, das Marktpotenzial des CASCAD zu ermitteln und daraus eine Handlungsempfehlung für das strategische Produktmanagement abzugeben.

Vorgehen: Als theoretische Grundlage für diese Arbeit diente die McKinsey-Matrix, in der der relative Wettbewerbsvorteil und die Marktattraktivität eines Produktes ermittelt und gegenübergestellt werden, um eine Strategie davon abzuleiten. In einem ersten Teil wurde hierfür die Unique Selling Proposition (USP) herausgearbeitet. In einem zweiten Schritt wurden Experteninterviews durchgeführt, um diese USPs zu bestätigen und genauer festzulegen. Danach wurde die aktuelle Markt-Positionierung des CASCAD anhand von Gesprächen mit potenziellen Kunden analysiert. Zum Schluss wurde ein Workshop mit der Hamilton AG und der Schneeberger AG durchgeführt, um zusammen die aktuelle Positionierung des CASCAD strategisch neu auszurichten.

Ergebnis: Der CASCAD hat im Vergleich zu anderen Motoren eindeutige USPs. Auch die Marktattraktivität hat sich in Interviews bestätigt. Problematisch ist der Marktauftritt – es fehlen öffentlich zugängliche Informationen zum Produkt und zum Vertrieb. Im Workshop mit der Hamilton AG und der Schneeberger AG wurde herausgearbeitet, dass die Problematik der Schnittstellen besser betreut werden muss. In einer ersten Phase wird die Hamilton AG den Schnittstellensupport unterstützen. Bei steigenden Verkaufszahlen kann sich die Schneeberger AG eine eigene Soft- und Hardwareabteilung aufbauen, die die Produktbetreuung übernimmt. Für die Problematik mit der Schnittstelle soll das Konzept «Open Source» verfolgt werden. Um die Marktattraktivität zu steigern, wird die Schneeberger AG die ermittelten USPs für verstärktes Marketing nutzen.



McKinsey-Matrix



Zukünftige Positionierung des Linearmotors CASCAD