



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

Praxisprojekt Unternehmensanalyse
und Marktforschung
für die **Isantin GmbH**

Hochleistungs-Gleitmittel im Wintersport: Der Fokus auf Performance, Umwelt und Gesundheit

Die Isantin GmbH entwickelte mit dem Farbstoff Indigo ein innovatives Produkt, das sich optimal als Gleitmittel für Wintersportgeräte eignet. Der Fokus liegt auf Leistung, Umwelt und Gesundheit. Das Start-up möchte das neue Gleitmittel als Alternative zu fluorhaltigen Wachsen erfolgreich vermarkten.

Methodik

Die Projektgruppe durchleuchtete in einem ersten Schritt das Geschäftsmodell der Isantin GmbH. Anschliessend wurden der Markt und die Wettbewerber analysiert. Den Kern dieses Projektes bildet die qualitative Marktforschung mit 37 Interviews. Dafür hat das Projektteam bekannte Experten, Sportgeschäfte, Hobbyläufer, bestehende Kunden und ambitionierte Langläuferinnen und Langläufer befragt. Die Erkenntnisse wurden dokumentiert und ausgewertet. Gestützt auf die Ergebnisse, hat die Projektgruppe die strategischen Stossrichtungen als Marketingmix ausgearbeitet und verschiedene Massnahmen für eine erfolgreiche Vermarktung vorgeschlagen.

Ergebnisse

Der Fokus der Marktforschungsergebnisse liegt auf den Nutzenkriterien, welche die Projektgruppe zunächst ermittelte. Die Gleiteigenschaft, die Anwendung und die Abriebfestigkeit sind für alle Kundengruppen die wichtigsten Produkteigenschaften. Nahezu alle Befragten wünschen sich einen schnellen Ski, den sie einfach und schnell präparieren können. Das Wachs bzw. das Gleitmittel soll in allen Temperaturbereichen eine hohe Leistung und wenig Abrieb aufweisen. Auffallend ist die grössere Bedeutung der Ökologie für bestehende Kunden von Isantin. Es handelt sich zudem um ein beratungsintensives Produkt, das oft aufgrund von Weiterempfehlungen gekauft wird.

Auf Basis dieser Erkenntnisse wurde ein Marketingmix entwickelt, der die Bereiche Produkt, Preis, Distribution und Kommunikation umfasst. Diese vier Stossrichtungen beinhalten verschiedene Massnahmen, mit denen die Isantin GmbH bei der Vermarktung konsequent die zentralen Aspekte Leistung, Nachhaltigkeit und Swissness vermitteln kann.

Isantin GmbH, Altstätten SG

Dr. Peter Bützer und sein Sohn, Marcel Bützer, gründeten im Jahr 2019 das Unternehmen Isantin GmbH, welches nachhaltige und ökologische Gleitmittel für Wintersportgeräte als Wachtersatz herstellt. Auf Grundlage langjähriger Forschung mit dem Farbstoff Indigo entwickelten die Gründer ein neues Produkt, das sich in punkto Leistung auf dem Niveau von fluorhaltigen Hochleistungs-Wachsen bewegt.



Kundschaft

Isantin GmbH, Altstätten SG
Dr. Peter Bützer, CEO
www.isantin.net

Isantin, ein Gleitmittel für höchste Ansprüche für Ski, Snowboards und Schlitten, nachhaltig für Gesundheit und Ökologie, folgt einem gesellschaftlichen Trend, garantiert jedoch noch keine erfolgreiche Vermarktung. Erfahrungen, Beurteilungen und Marktverhalten der wichtigsten Akteure auf dem "Wachsmarkt" zu kennen, ist für uns von existentieller Bedeutung - dazu hat das sorgfältig durchgeführte Projekt einen entscheidenden Beitrag geleistet.



Coach

OST – Ostschweizer
Fachhochschule
Prof. Dr. Rigo Tietz

Durch die zahlreichen wertvollen Interviews gelang es der Projektgruppe, umfassende Kenntnisse über die Präferenzen der einzelnen Kundensegmente zu erlangen. Das Unternehmen Isantin kann nun die eigene Marketingstrategie entsprechend der erarbeiteten Vorschläge anpassen, um so ab der kommenden Wintersportsaison seine innovativen Produkte erfolgreicher zu vermarkten.

