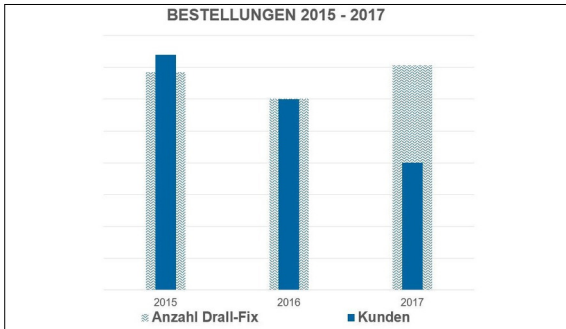




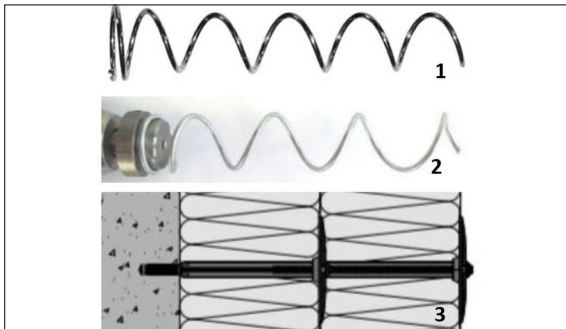
Ruedi Oberholzer

Student	Ruedi Oberholzer
Examinator	Prof. Dr. Roman Hänggi
Themengebiet	Innovation in Products, Processes and Materials - Business Engineering and Productions
Projektpartner	Federtechnik Kaltbrunn AG, Kaltbrunn, St. Gallen

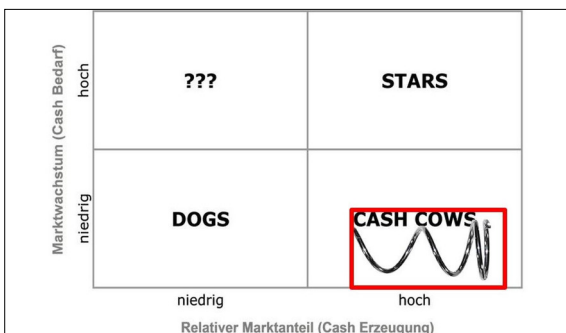
Erarbeiten eines Marketing Konzepts für das Produkt Drall - Fix



Bestellungen bei der Federtechnik in Anzahl Drall-Fix und Anzahl unterschiedlicher Kunden pro Jahr (schematisch)



1: Original: Drall-Fix Typ U
2: Kopie-Produkt: Drillfast



Beurteilung des Drall-Fix in der BCG-Matrix

Ausgangslage: Der Drall-Fix ist ein Befestigungssystem in der Dämmbranche, um bei einer vorgehängten hinterlüfteten Fassade (VHF) zwei Dämmschichten aus Mineralwolle miteinander zu verbinden. Diese Abhängigkeit der VHF und Mineralwolle sowie der Aufdopplung bedeutet, dass sich der Drall-Fix in einem Nischenmarkt befindet.

Das Produkt wurde in den 80er Jahren von der Federtechnik Wangs entwickelt. Seither ist es Bestandteil von unzähligen Gebäuden in der Schweiz und hat in der Baubranche einen guten Ruf als Produkt, welches sprichwörtlich hält, was es verspricht.

Über die Jahre ging viel Know-How um die Verwendung des Drall-Fix und die Strukturen der Baubranche verloren. Der Umsatz mit dem Produkt stagniert seit Jahren. Die Federtechnik AG möchte Wissen, welches Potential dieses Produkt in der Schweiz und im Europäischen Raum hat.

Vorgehen: Es wurde eine Branchenstrukturanalyse erstellt über die Dämmstoffhalterbranche gemäss dem Fünf-Kräfte-Modell nach M. Porter.

Bei den Ersatzprodukten existiert eine Kopie des Drall-Fix. Weiter vertreibt Ejot, als einer der grössten Player der Branche, zusammen mit Rockwool, dem grössten Hersteller von Steinwolle, mit dem Dämmstoffhalter DH ein Konkurrenzprodukt.

Aus den Abhängigkeiten des Drall-Fix in der Anwendung wurde der potentielle Schweizer- und Europamarkt abgeschätzt.

Fazit: Die Entscheidungsstruktur in der Baubranche für ein Produkt ist sehr verschachtelt. Grundsätzlich kann jede Partei in der Entstehungsphase eines Neubaus Einfluss nehmen. Dies bedeutet für das Marketing eine aufwendige Multilevelbetreuung.

Das Portfolio des Drall-Fix ist stetig gewachsen. Aufgrund von mehreren Faktoren wurde eine Sortimentsreduktion von ca. 75% vorgeschlagen.

Die Analyse des Markts ergab einen geschätzten Marktanteil in der Schweiz von über 50% in einem Markt, der kaum wächst. Der Drall-Fix ist somit ein klassisches "Cash-Cow" Produkt. Die Empfehlung an die Federtechnik AG ist folglich - neben der Sortimentsbereinigung - die internen Abläufe zu optimieren und sich aus dem B2C Markt zu verabschieden und auf ausgewählte Distributoren zu setzen.

Vor einem eigenen Eintritt in den europäischen Markt wurde aufgrund der hohen Hürden durch die fehlende harmonisierte Norm und dem fehlenden Know-How im Vertrieb von Bauprodukten abgeraten.