

Optimierung der Positionierung für die Hasler Transport AG

«Nicht nur Weltkonzerne bieten spannende
Praxisarbeiten.»



FHS-Projektteam

Stefan Züst, Romanshorn / Projektleiter
Maximilian Andys, Tübach
Resi Fuchs, Oberuzwil
Marco Steuble, Kreuzlingen
Christina Yildiz, Niederuzwil

Kundschaft

Hasler Transport AG, Weinfelden
Dominik Hasler / Inhaber und Geschäftsführer
www.haslertransport.ch

FHS-Coach

Rosella Toscano-Ruffilli, lic. oec. dipl. Hdl. HSG

Unternehmen

Hasler Transport AG ist ein regional verankertes Transportunternehmen mit Sitz in Weinfelden. Das Kerngeschäft bildet dabei der Stückguttransport innerhalb der Landesgrenze. Seit der Gründung im Jahr 1928 wächst das Unternehmen stetig und behauptet seine Marktstellung unter den Top 10 Transportunternehmen der Ostschweiz.

Ausgangslage

In der schweizer Transportbranche findet ein Konzentrationsprozess statt. Die grossen schweizer Transportfirmen, wie Planzer oder Galliker, drücken die Preise und

zwingen kleine Transportunternehmen in die Knie. Damit Hasler Transport sich auch in Zukunft erfolgreich am Markt behaupten kann, gilt es, latente Bedürfnisse zu erkennen und eine einzigartige Positionierung einzunehmen.

Ziel und Auftrag

Im Vordergrund des Projekts stand, die IST-Positionierung zu prüfen und gegebenenfalls eine SOLL-Positionierung auszuarbeiten. Zudem war abzuklären, ob eine Erweiterung des Dienstleistungsangebots zusätzlichen Kundennutzen stiften würde. Basis dazu bildete eine quantitative Um-



«
Kommentar vom Fach
»

frage bei bestehenden und potenziellen Kunden.

Vorgehensweise

In einem ersten Schritt werden das Markt-system und die Marktumwelt analysiert und interpretiert. Kernstück des Projekts bilden die beiden Befragungen. Sie dienen der Marktforschung und der Kundenzufriedenheitsanalyse. Die daraus gewonnen Erkenntnisse ermöglichen, zielgerichtete Massnahmen abzuleiten. Sie flossen teilweise in die SOLL-Marketingstrategie ein und bildeten die Grundlage für Empfehlungen zur erfolgreichen Positionierung der Hasler Transport AG.

Ergebnisse

Aufgrund der Analyseergebnisse kann gesagt werden, dass die Halser Transport AG bereits vor der Durchführung des Projekts gut positioniert war. Es hat sich auch gezeigt, dass grosser Wert auf das Erkennen und Umsetzen von kundenspezifischen Anliegen gelegt wird. Optimierungspotenzial besteht hingegen beim Internetauftritt, bei der Datenpflege der Auftraggeber und in der Kommunikation des Dienstleistungsangebots. Aufgrund dessen ist ein konkretes Massnahmenpaket ausgearbeitet worden, um der Auftraggeberschaft hilfreiche Inputs zur Umsetzung der Vorschläge zu geben. Dadurch sind die Kundenbedürfnisse in Zukunft effizienter und noch besser zu befriedigen.



Rosella Toscano-Ruffilli

«In hart umkämpften Märkten spielt die klare Positionierung verbunden mit dem optimalen Kundennutzen eine zentrale Rolle für den Erfolg. Die Studierenden haben für die Hasler Transport AG systematisch aufgezeigt, welche Möglichkeiten bestehen, die Positionierung in der Zukunft zu stärken und mit gezielten Massnahmen umzusetzen.»



Dominik Hasler

«Angesichts von tiefen Auftragswerten kostet der Kampf um einen einzelnen Transportauftrag viel. Wie aber erreicht man, dass Kunden treu bleiben oder werden? Die vorzügliche Analyse der Studierenden hat uns wichtige Anregungen gegeben, wie wir uns als kleineres Unternehmen im harten Markt positionieren sollen und wo Umsatzpotenziale liegen.»

