

Solarenergie – Sonnige Aussichten für einen Bedachungsspezialisten?

Praxisprojekt Unternehmensanalyse und Marktforschung für die Paul Angele AG



qualified



Solarenergie – Sonnige Aussichten für einen Bedachungsspezialisten?

Erneuerbare Energien erfahren einen immer grösseren Aufschwung. Die Paul Angele AG sieht Chancen in der Solarenergie und hat sich entschieden, dieses neue Geschäftsfeld zu erschliessen. Fragen zur Grösse des Marktes und zu Kaufkriterien der Kundschaft soll die Projektgruppe im Rahmen eines Praxisprojektes der Fachhochschule St.Gallen beantworten.

Paul Angele AG

Die Paul Angele AG wurde 1986 von Paul Angele als Einzelfirma gegründet und umfasst die Bereiche Sanitär, Spenglerei und Bedachungen. Sie ist bekannt für hervorragende Dienstleistungen und Qualität. Pro Jahr führt das Unternehmen über 100 regionale Neu- und Umbauprojekte durch. Dabei steht das Kundenbedürfnis stets an erster Stelle. Anfangs 2013 übernahm Daniele Perone die Geschäftsführung und die Einzelfirma wurde in eine Aktiengesellschaft umgewandelt, die heute rund 40 Mitarbeitende beschäftigt.

Methodik

Für die Bearbeitung der Projektziele hat die Projektgruppe das Marktpotenzial im Bereich Photovoltaik von Industriebetrieben und öffentlichen Gebäuden 20 km rund um Wil ermittelt und anschliessend eine Marktforschung durchgeführt. Die Marktforschung erfolgte mit einer schriftlichen Umfrage und einer statistischen Auswertung. Zudem hat die Projektgruppe mit Hilfe von Interviews, einem Vergleich von Jahresabschlüssen sowie Informationsbeschaffung aus dem Internet eine Situations- und Ausblicksanalyse der Paul Angele AG erstellt. Daraus resultieren drei optionale strategische Stossrichtungen.

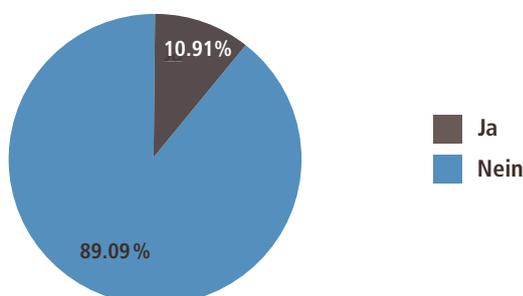
Ergebnisse

Als Marktpotenzial hat die Projektgruppe 2434 Industriebetriebe und öffentliche Gebäude bestimmt. Die Hochrechnungen aus der Stichprobe ergaben, dass mit 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit zwischen 2109 und 2228 potenzielle Kunden noch keine Photovoltaik-Anlage besitzen. Als wichtigstes Kaufargument nannten die Befragten die Aufbesserung des eigenen Images.

Die Recherchen für die Situations- und Ausblicksanalyse und die Marktforschung ergaben, dass der Trend steigt, den Strom aus erneuerbaren Energien zu beziehen.

Aus den Erkenntnissen der Marktforschung und der Situations- und Ausblicksanalyse erarbeitete die Projektgruppe drei optionale strategische Stossrichtungen. Als wichtigste Stossrichtung schlägt die Projektgruppe ein gesamtunternehmerisches Marketingkonzept vor, damit sich die Paul Angele AG nachhaltig im neuen Markt positionieren und von der Konkurrenz abgrenzen kann.

Besitzt Ihr Unternehmen bereits eine Photovoltaik-Anlage?



PRAXISPROJEKT BB

Unternehmensanalyse und
Marktforschung 2014

Projektteam (v. l. n. r)

Ramon Tanner, Herisau
Stefanie Gegier, St.Gallen
[Roland Sieber, Diepoldsau, Projektleiter](#)
Irene Nüesch, Balgach
Rubén Schoch, Herisau

Kundschaft

Paul Angele AG, Bronschhofen
[Daniele Perone, Geschäftsführer](#)
www.angele.ch



Die Zusammenarbeit mit den jungen und sehr motivierten Studierenden war sehr erfrischend, konstruktiv und gewinnbringend. Wir haben uns rasch verstanden und konnten somit effizient die Fragen angehen. Diese wurden durch eine fundierte Marktforschung für beide Parteien gewinnbringend beantwortet.

Coach

FHS St.Gallen
[Dr. Samuel Wagnière](#)



Mit der empirischen Befragung zum Thema Photovoltaik konnte die Projektgruppe wichtige Einblicke in diesen wachsenden Markt gewinnen. Für die Kundschaft resultierten daraus wertvolle Erkenntnisse zum Interesse und zum Kaufverhalten der Zielgruppe, was für Investitionsentscheide und Marketingaktivitäten relevant ist.