

WTT  
YOUNG  
LEADER  
AWARD  
**qualified**

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Marktforschung für die  
**SCHMOLZ + BICKENBACH Stahlcenter AG**

# Marktforschung für eine überlegene Spieltaktik

Um ihre Marktstellung im hart umkämpften Stahlbusiness zu verteidigen und erfolgreich auszubauen, hat die SCHMOLZ + BICKENBACH Stahlcenter AG der FHS St.Gallen ein Praxisprojekt Marktforschung in Auftrag gegeben. Die Projektgruppe führte eine umfassende Kundenumfrage durch, analysierte den Stahlmarkt Schweiz und eruierte relevante Marktkennzahlen. Im Fokus standen vor allem die drei Kernwarengruppen Blankstahl, Edelbaustahl und rostbeständiger Stabstahl.

## SCHMOBI

Die SCHMOLZ + BICKENBACH Stahlcenter AG – kurz SCHMOBI – ist zwar kein Fussballclub, doch wie eine gute Fussballelf setzt auch das Stahlhandelsunternehmen auf eine eingespielte Mannschaft und auf Teamgeist. An ihrem langjährigen Standort in Wil SG beschäftigt das KMU ein Team von rund 90 Mitarbeitenden. In der Schweiz zählt SCHMOBI zu den führenden Stahlhandelsunternehmen. Die Kunden stammen vorwiegend aus der schweizerischen MEM-Industrie sowie deren Subbranchen und Zulieferer.

## Methodik

Mithilfe von Key-Accounts und Experteninterviews erarbeitete sich die Projektgruppe rasch einen Überblick über den Markt. Die Erkenntnisse flossen direkt in die darauffolgende quantitative Online-Kundenumfrage ein, welche die Aussen-Wahrnehmung analysierte. Befragt wurden rund 900 Kunden. Für die Berechnung der Marktkennzahlen eruierte die Projektgruppe mögliche Quellen, die anschliessend priorisiert und abgearbeitet wurden. Für die Konkurrenzanalyse identifizierten die Studierenden die wichtigsten Marktteilnehmer und erarbeiteten anhand definierter Kriterien eine Grob-Analyse und danach für die gewich-

tigsten Mitbewerber eine Detail-Analyse. Aus den Ergebnissen der Konkurrenzanalyse leitete die Projektgruppe die Positionierung von SCHMOBI ab.

## Ergebnisse

Die Rücklaufquote der quantitativen Kundenumfrage war sehr hoch, insbesondere diejenige der A- und B-Kunden. Das Team SCHMOBI erhielt von ihren Kunden allgemein ein sehr gutes Zeugnis. 98% der befragten Kunden würden SCHMOBI weiterempfehlen. Die grössten Stärken sind die Lieferzeit, die Verfügbarkeit ab Lager, die Qualität der Produkte und die Logistik mit eigenem Fuhrpark. Weiters sehr positiv bewertet wurden der persönliche Kundenkontakt und die Kompetenz der Mitarbeitenden. Am Markt wird SCHMOBI mehrheitlich (73%) als Innovator wahrgenommen. Optimierungspotenzial liegt vor allem in der Automatisierung und Digitalisierung.

Schwieriger zu eruiieren waren die relevanten Marktkennzahlen. Auch die entsprechenden Verbände liefern dazu wenig hilfreiches Zahlenmaterial. Dennoch konnte das Projektteam den Markt einschätzen und grob beziffern.

[www.fhsg.ch/praxisprojekte](http://www.fhsg.ch/praxisprojekte)



Die befragten Kunden mussten SCHMOBI ungestützt mit drei Wörtern beschreiben.

Quelle: eigene Darstellung.

## PRAXISPROJEKT 2 Marktforschung 2016

### Projektteam (v. l. n. r.)

Peter Brunner, Ebnat-Kappel

Olivier Grob, Sargans

Thomas Giger, Speicherschwendi,  
Projektleiter

Lukas Locher, Goldach

Roman Loop, Oberschan

### Kundschaft

SCHMOLZ + BICKENBACH Stahlcenter AG,  
Bronschhofen

Peter Breitenmoser, Geschäftsleiter/  
Verwaltungsratspräsident

[www.schmobi.ch](http://www.schmobi.ch)



Stahl ist nicht gleich Stahl. Das haben die fünf engagierten Wirtschaftsinformatiker rasch erkannt und sich schnell in die Stahlhandelsbranche eingearbeitet. Sie haben das Praxisprojekt mit grossem Einsatz umgesetzt und die Resultate in einer überzeugenden Schlusspräsentation dargelegt. Ich wünsche den Studierenden weiterhin viel Erfolg.

### Coach

FHS St.Gallen

Dr. Lothar Natau



Was haben Wirtschaftsinformatiker mit Stahl zu tun? Wie das Projektergebnis zeigt: eine ganze Menge! Vom Verstehen des Schweizer Stahlmarkts über eine fundierte Konkurrenzanalyse bis hin zur Anwendung statistischer Methoden für eine Image- und Positionierungsanalyse ist der «Werkzeugkasten» gut gefüllt.