

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
qualified

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Managementkonzeption
für die Kömedia AG

Marktplatz für die Community – Innovierung eines Oldtimer-Portals

Die erste Anlaufstelle für Oldtimer-Interessierte werden – und mit einem ansprechenden und Nutzen stiftenden Online-Portal die Community im deutschsprachigen Raum begeistern. Im Rahmen des Praxisprojekts Managementkonzeption innovierte die Projektgruppe die konzeptionelle Grundlage für das neue Oldtimer-Onlineportal.

Kömedia AG

Die Kömedia AG ist ein Verlagsmarketer und deckt als Fullservice-Dienstleisterin die komplette verlegerische Wertschöpfungskette ab. Die rund 30 Mitarbeitenden verlegen, betreuen und betreiben Print- und Online-Produkte wie Zeitschriften, Fachzeitschriften, Special-Interest-Titel, Jahrbücher und Internet-Portale. Kunden sind Unternehmen aus allen Branchen, Institutionen und Verbände. Das Unternehmen blickt auf eine über 100-jährige Geschichte zurück.

Methodik

Um an vertiefte Kenntnisse über die breite und vielschichtige Oldtimer-Szene zu gelangen, eruierte die Projektgruppe mit einer aufwändigen Online- und Literaturrecherche alle relevanten Marktteilnehmer und analysierte diese detailliert. Für das Lastenheft hat die Projektgruppe ihre Erkenntnisse aus der Analyse der bereits bestehenden Portale sowie weitere Sekundärrcherche herangezogen. Die gesammelten Informationen bieten einen Überblick über den gesamten Oldtimermarkt und sind eine wertvolle Basis, um das Portal in einem

nächsten Schritt konkret zu planen und zu implementieren.

Ergebnisse

Die Projektgruppe hat ein facettenreiches Grundgerüst für das geplante Portal erstellt. Zu diesem gehören ein praxisnahes Lastenheft, das die anzubietenden Features, Angebote und Schnittstellen und die optimalen Eigenschaften beschreibt. Weiter sind Branche und Markt detailliert beschrieben, die wichtigsten Marktteilnehmer charakterisiert und die Zielgruppen anhand von unterschiedlichen Kriterien segmentiert und evaluiert. Ein Kommunikationskonzept mit konkreten Massnahmenideen beschreibt, wie das Onlineportal im Markt eingeführt werden soll. Ein weiterer Aspekt sind die verschiedenen Ertragsmodelle, die die Projektgruppe zur Umsetzung empfiehlt. Zusammenfassend wurde eine Einführungs-Roadmap erstellt; diese skizziert die wichtigsten Teilschritte bis zum Rollout. Schliesslich fand die Projektgruppe einen Portal-Namen, den die Kundschaft bereits registrieren liess.

www.fhsg.ch/praxisprojekte

PRAXISPROJEKT 3 Managementkonzeption 2016

Projektteam (v. l. n. r.)

Dominik Pfranger, Rheineck, Projektleiter
Tobias Singer, Arbon
Isai Kugler, Herisau
Jasmin Buschor, Muolen

Kundschaft

Kömedia AG, St.Gallen
Roland Köhler, Geschäftsleiter, Inhaber
www.koedia.ch



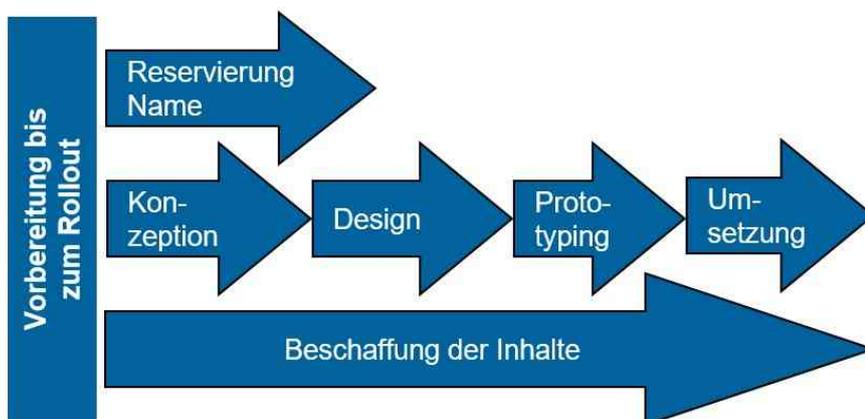
Die Idee eines einzigartigen Oldtimer-Portals lag schon lange unter dem virtuellen Kopfkissen. Gedanken und Ideen brauchen aber nicht nur Flügel, sondern auch ein Fahrgestell zum Landen. Deshalb haben wir quasi als Kickoff das FHS-Praxisprojekt gestartet. Die Studie wird eine wertvolle Grundlage und somit ein erster Baustein für die Um- und Durchsetzung im Markt sein.

Coach

FHS St.Gallen
Barbara Baumann, MAS Corporate Innovation Management



Das Projektteam hat mit einer Markt- und Branchenanalyse fundierte Erkenntnisse gewonnen und sich mit den Marktteilnehmern auseinandergesetzt. Die wichtigsten Funktionen für den Aufbau der Webplattform sind mit Best-Practice Beispielen untermauert. Die erzielten Ergebnisse leisten einen wertvollen Beitrag zur Entwicklung des neuen Oldtimerportals.



Teilschritte bis zum Rollout.

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Bensmann & Hammer (2011).