

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
qualified

FHO Fachhochschule Ostschweiz



**Praxisprojekt Managementkonzeption
für die xilobis AG**

Durch innovative Kommunikation zum Marktdurchbruch

Kreatives Vorgehen für kreative Lösungen – so der Vorsatz für dieses Praxisprojekt. Zur Herleitung von Kommunikationsmassnahmen, die den Kundennutzen des xilobis-Möbelsystems wirkungsvoller vermitteln und die Präsenz der Marke auf dem Möbelmarkt steigern, hat die Kundschaft eine Kreativlösung erwartet, abseits des üblichen Vorgehens.

xilobis AG

Im Jahr 2001 entwickelten Mario Bissegger und Mario Plüss ein modulares Möbelsystem, das es in sich hat. Es zeichnet sich durch seine leichte Wandelbarkeit, sein unverwechselbares Design und seine Hochwertigkeit aus. Aus dem System mit der Kugel und der Schnur lassen sich ohne Werkzeug beliebige Sideboards, Lowboards und Regale zusammenstellen. Die Markteinführung ist unter dem Markennamen xilobis erfolgt, woraus das gleichnamige Unternehmen entstanden ist.

Methodik

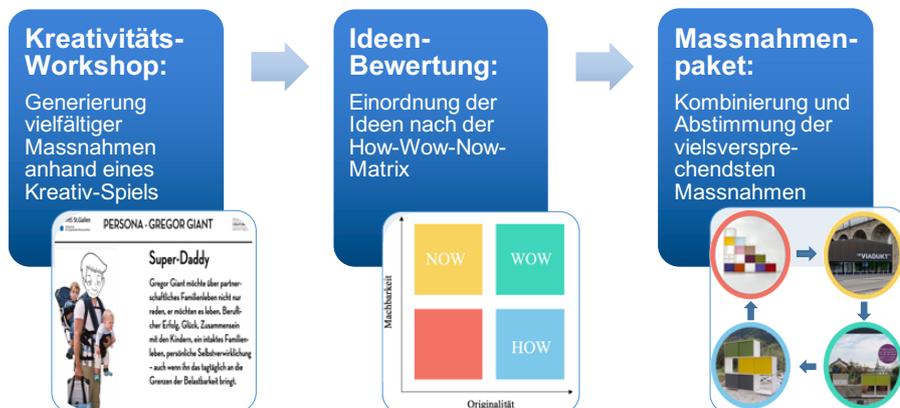
Durch die Analyse der Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren erlangte die Projektgruppe vertieftes Wissen über die xilobis AG und deren Marktumfeld. Der unkonventionelle Auftrag veranlasste die Projektgruppe dazu, für den weiteren Verlauf des Projekts einen unkonventionellen Weg einzuschlagen. So wurden Ideen während einem Kreativitätsworkshop generiert und anschliessend anhand einer How-Wow-Now-Matrix beurteilt. Dieses

Vorgehen hat beim Ausarbeiten des Massnahmenpakets das freie assoziative Denken begünstigt.

Ergebnisse

Dem Workshop ist eine breite Auswahl kreativer Ideen entsprungen, um die externe Kommunikationstätigkeit der xilobis AG weiterzuentwickeln. Um die Projektziele, die Unternehmenssituation sowie zukünftige Chancen und Gefahren gleichsam zu berücksichtigen, schnürte die Projektgruppe ein abgestimmtes Massnahmenpaket. Konkret empfiehlt die Projektgruppe die Werbetätigkeit, die Website, die Verkaufslokalitäten sowie das Produktangebot anzupassen. Bereits heute setzt das Unternehmen einige der teils einschneidenden Massnahmen um. Die Zufriedenheit mit dem Projekt und die Handlungsbereitschaft seitens xilobis schaffen die besten Voraussetzungen dafür, dass dieses Praxisprojekt auch längerfristig zum Erfolg wird.

www.fhsg.ch/praxisprojekte



Vorgehen im Prozess der Ideenentwicklung und -bewertung.

Quelle: eigene Darstellung.

PRAXISPROJEKT 3 Managementkonzeption 2016

Projektteam (v. l. n. r.)

Robin Eberle, Näfels
Manuel Signer, Niederhelfenschwil
Myriam Holenstein, Zuckenriet,
Projektleiterin
Roman Suenderhauf, Chur

Kundschaft

xilobis AG, Zürich
Mario Bissegger, Geschäftsführer
www.xilobis.ch



Wir wollten für ein einzigartiges, prämiertes Möbelsystem eine unvoreingenommene und ungeschminkte Beurteilung als Grundlage für ein wirkungsvolles Kommunikations-Konzept. Dafür wurde dem Team ein Maximum an Freiheit eingeräumt, um Platz für «out of the box»-Ansätze zu schaffen. Die anspruchsvolle Aufgabenstellung wurde hervorragend und mit sehr viel Engagement gelöst - xilobis hat bereits einige Punkte umgesetzt. Herzlichen Dank.

Coach

FHS St.Gallen
Thomas Schirmer, dipl.-Ing. FH



Obwohl der xilobis AG Marketingkonzepte nach den bewährten Schemata vorliegen, ist ihr der Marktdurchbruch noch nicht gelungen. Für den Kompetenzbeweis brauchte das Projektteam eine unvoreingenommene Grundeinstellung und den zielsicheren Einsatz einer Kreativmethode. Die Ergebnisse sind unkonventionell, überraschend, und trotzdem Image prägend und den Erfolg fördernd. Eine nicht alltägliche Aufgabenstellung.