

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
qualified

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Marktforschung
für die Stiftung Sternwies

Neue Nischen für Dienstleistungen von geschützten Werkstätten

Seit 1988 unterstützt die Stiftung Sternwies Menschen mit einer psychischen Beeinträchtigung in deren Alltag. Für die Dienstleistungen der geschützten Werkstätten, zu welchen auch das Arbeitszentrum der Stiftung Sternwies gehört, bestehen negative Marktprognosen. Zur Eruiierung neuer Nischen wurde dieses Praxisprojekt in Auftrag gegeben.

Sternwies Stiftung für Wohnen und Arbeiten

Stiftung für Wohnen und Arbeiten; mit diesem Titel beschreibt die kantonal anerkannte Stiftung ihr Geschäftsmodell, das aus drei Wohngruppen für betreutes Wohnen und einem Arbeitszentrum besteht. Aufgestellt inmitten der Gemeinde Oetwil am See (ZH), beschäftigt das Arbeitszentrum mit seinen drei Industrierwerkstätten und einem Kreativatelier insgesamt 88 Halbtagsarbeitsplätze. Das Arbeitszentrum erfüllt hierbei einen wichtigen Zweck zur Zielerreichung, Menschen mit psychischer Beeinträchtigung ein sinnerfülltes Leben zu ermöglichen.

Methodik

Auf Basis einer Ist-Analyse vollzog das Projektteam gleichzeitig die Ermittlung neuer Nischen und die Evaluation des Geschäftsmodells «Galerie». Der erste Schritt zur Identifikation neuer Nischen bestand in der Ermittlung der Fähigkeiten- und Nicht-Fähigkeiten des Arbeitszentrums durch qualitative und quantitative Befragungen. Anschliessend eruierte das Projektteam die Bedürfnisse am Markt mit einem Kreativworkshop. Durch die Kombination der Bedürfnisse und Fähigkeiten erarbeitete das Projektteam 29 Nischen, die in Form eines Value Proposition Canvas (VPC) in qualitativen

Interviews getestet wurden. Das Projektteam bediente sich verschiedener betriebswirtschaftlicher Modelle zur Evaluation der besten drei Nischen, die im Anschluss als Business Model Canvas (BMC) ausgearbeitet wurden.

Ergebnisse

Von den 29 identifizierten Nischen in Form eines VPCs wurden drei konkrete Nischen selektioniert und als BMC erweitert betrachtet. Jedes BMC wurde durch eine "Alternative Map" ergänzt, die den Vergleich mit Konkurrenzdienstleistungen aus Sicht potenzieller Kundschaft ermöglicht. Überdies stellte das Projektteam eine Kostenrechnung zur Schätzung zukünftiger Geldflüsse und der Berechnung nötiger Investitionskosten für die drei gewählten Nischen auf. Abschliessend wurden die drei Nischen mit einer konkreten Handlungsempfehlung für den Markteintritt versehen. Die Teigwarenherstellung resultierte als einzige umsetzbare Nische mit einem positiven Geldfluss während der folgenden fünf Jahre. Die parallel betrachtete Eröffnung einer Kunst-Galerie erwies sich im betrachteten Zeitraum als unrentabel.

www.fhsg.ch/praxisprojekte



Übersicht des Vorgehens.

Quelle: eigene Darstellung.

PRAXISPROJEKT 2 Marktforschung 2018

Projektteam (v. l. n. r.)

Johanna Eipeldauer, Gossau

Laurin Schultze, St.Gallen

Pascal Schwager, Mels

Timothy Krugh, Bischofszell, Projektleiter
(fehlt auf Bild)

David Sieber, Au (fehlt auf Bild)

Kundschaft

Sternwies Stiftung für Wohnen und Arbeiten,
Oetwil am See

Regina Staehelin, Geschäftsführerin

www.sternwies.ch



Das Projektteam überzeugte durch eine durchdachte Projektorganisation und gute Strukturierung der Auftragsbearbeitung. Aus der anspruchsvollen Bearbeitung der komplexen Thematik im Rahmen einer ehrgeizigen Fristsetzung entnehmen wir neue Inputs, die wir für die weitere Bearbeitung kreativer und innovativer Ideen nutzen werden.

Coach

FHS St.Gallen

Michael Czarniecki, M.A. HSG



Das Team hat sehr grossen Einsatz bei der Entwicklung von innovativen Geschäftsmodellen gezeigt. Durch den Einsatz von diversen Methoden aus dem Design Thinking, unter anderem einen Kreativworkshop, Substantiierung der diversen Geschäftsmodelle mit Testing-Resultaten aus einer Umfrage, einer Alternativmatrix und einer Net Present Value Estimation, konnte eine Auswahl getroffen werden.