

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

pre nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Marktforschung
für die thyssenkrupp Materials Schweiz AG

Marktanalyse Medizinaltechnik

Die thyssenkrupp Materials Schweiz AG möchte im Segment Medizinaltechnik weiter wachsen und ihre Werkstofflösungen für Implantate und Operationsinstrumente einer breiteren Kundschaft zugänglich machen. Aus diesem Grund wurde eine Marktforschung für die Schweiz und Süddeutschland in Auftrag gegeben.

thyssenkrupp Materials Schweiz

Die thyssenkrupp Materials Schweiz AG in Bronschhofen/Wil wurde 1927 gegründet und gehört zum thyssenkrupp-Konzern. Das Unternehmen beschäftigt 110 Mitarbeitende an drei Standorten. Die thyssenkrupp Materials Schweiz AG versteht sich als Bindeglied zwischen Werkstoffproduzenten und der verarbeitenden Industrie. Neben einer hohen Beratungskompetenz bietet sie eine breite Palette an metallischen Werkstoffen, umfangreiche Anarbeitungsmöglichkeiten sowie erweiterte Dienstleistungen «rund um das Produkt» an.

Methodik

Die Projektgruppe erarbeitete anhand der Primär- und Sekundärforschung die Marktsituation für die Medizinaltechnik-Branche. Zudem erstellte sie zwei Marktsysteme für die Regionen Schweiz sowie Süddeutschland und berechnete zusätzlich deren Marktpotenzial. Um die Empfehlungen zu ermitteln, wurde eine McKinsey-Matrix erstellt. Die Befragung umfasste eine telefonische Vollerhebung mit 161 von insgesamt 919 Unternehmen in der Branche. Ziel

war es, die Trends in der Branche und den Stellenwert von Zertifizierungen herauszufinden.

Ergebnisse

Bei der Primärforschung befragte die Projektgruppe 26 potenzielle Kunden, elf Experten sowie vier bestehende Kunden. Die statistische Auswertung der Befragungsergebnisse ergab, dass der Werkstoffbedarf vom Produktbereich abhängig ist, jedoch nicht von den Regionen. Des Weiteren stellte die Projektgruppe fest, dass hauptsächlich drei Werkstoffe je Produktbereich nachgefragt werden. Bei der Befragung wurde ebenfalls erfasst, dass die Kundschaft Werkstofflieferanten bevorzugt, die eine ISO-13485-Zertifizierung anbieten. Zudem wurde die Medizinprodukte-Verordnung (MDR) als Herausforderung für die Zukunft genannt. Aus den Untersuchungen konnten eindeutige Empfehlungen für das Vorgehen bei der Marktdurchdringung sowie potenzielle Differenzierungsbereiche abgeleitet werden.

www.fhsg.ch/praxisprojekte

PRAXISPROJEKT 2

Marktforschung 2018

Projektteam (v. l. n. r.)

hinten: Christian Kazin, St.Gallen
Kristina Marjanovic, Altstätten
Olivier Kunz, Grabs
Chantal Zwicker, Andwil
vorne: **Lorena Schneeberger, Herisau,**
Projektleiterin
Remo Bollhalder, St.Gallen

Kundschaft

thyssenkrupp Materials Schweiz AG, Wil
Christof Härz, Leiter Marketing
www.thyssenkrupp.ch



Persönlich beeindruckt hat mich, wie schnell sich die Studierenden in eine hochkomplexe Materie eingearbeitet haben und wie sie das Marktsystem punktgenau und umfangreich beschrieben haben. Die Erkenntnisse aus der Marktforschung und die abgeleiteten Empfehlungen sind wertvolle Inputs für zukünftige Aktivitäten.

Coach

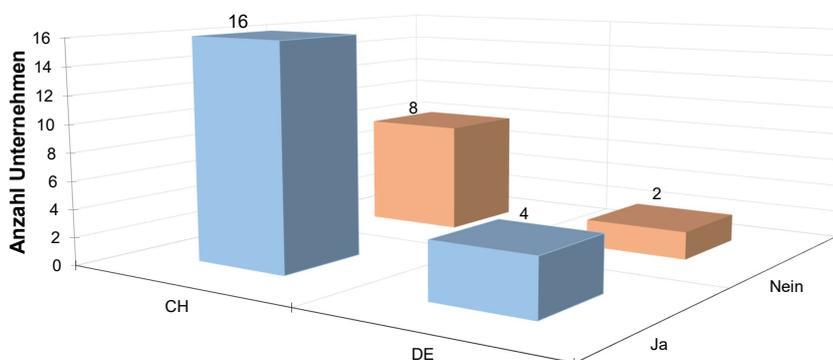
FHS St.Gallen
Dr. Lothar Natau



Für drei Marktregionen wurden in einer sehr gelungenen Kombination von Theorie und Praxis aus einer Vielzahl von Unternehmen potenzielle Kunden herausgefiltert. Aus den Marktuntersuchungen und Befragungen resultieren klare Empfehlungen für Vorgehensweise und vom Markt im Detail gewünschtes Angebot bis hin zu Unternehmen, die an einer Zusammenarbeit interessiert sind.

Bevorzugen Sie Werkstofflieferanten, die ISO-zertifiziert sind?

n = 30



Präferenz einer ISO-13485-Zertifizierung

Quelle: eigene Darstellung