

Konzept für eine Expansion der Firma ETAVIS Kriegel + Schaffner AG

Studiengang: EMBA General Management

Eine markant gewachsene Business Unit, welche Elektroinstallationen im Segment Chemie/Pharma anbietet, wurde regional aufgeteilt. Dadurch stellte sich die Frage, wie die Kunden in Zukunft optimal bedient und zusätzlich in der Region Fricktal der Marktanteil gesteigert werden kann. Als Ergebnis liegt der Geschäftsleitung eine Entscheidungsgrundlage mit Varianten vor, welche durch vorgegebene Kriterien bewertet werden.

Ausgangslage

Die ETAVIS Kriegel + Schaffner AG mit Sitz in Basel ist mit rund 760 Mitarbeitenden die grösste ETAVIS Gesellschaft im Besitz der Holding VINCI Energies Schweiz AG, einem Tochterunternehmen der französischen VINCI-Gruppe. Aufgrund markantem Wachstum in den letzten Jahren wurde eine Business Unit (BU), welche Elektroinstallationen in Segment Chemie/Pharma anbietet, auf den 1. Januar 2017 aufgesplittet. Die Aufteilung der Kunden bzw. des Marktes erfolgte regional. Dadurch liegt neu der nächstgelegene Kunde für die eine BU rund 30 km vom Firmenstandort in Basel entfernt. Die BU bedient zwar vier der Hauptkunden von ETAVIS, doch durch diese regionale Aufteilung fehlt ihr aktuell ein breit abgestütztes Kundenportfolio. Die unsichere zukünftige Auftragslage im Segment Chemie/Pharma zwingt die BU sich für die Zukunft wettbewerbsfähig aufzustellen und dafür Massnahmen zu ergreifen. Die Geschäftsleitung hatte im Herbst 2016 entschieden, zu prüfen, ob die BU ins Fricktal ausgelagert und als Filiale der ETAVIS Kriegel + Schaffner AG weitergeführt werden soll.

Zielsetzung

Das Ziel dieser Master Thesis ist es für die Geschäftsleitung eine Entscheidungsgrundlage mit 3-4 Varianten für die Expansion in die Region Fricktal zu schaffen. Die Varianten werden Anhand von vorgegebenen Kriterien bewertet. Jede Variante beinhaltet eine

Marktanalyse mit Fokus auf Konkurrenten, Potential von neuen Kunden sowie mögliches Marktvolumen. Weiter wird für jede Variante eine Dienstleistungsstrategie, die Organisationsstruktur sowie eine entsprechende Finanzplanung erstellt.

Ergebnisse

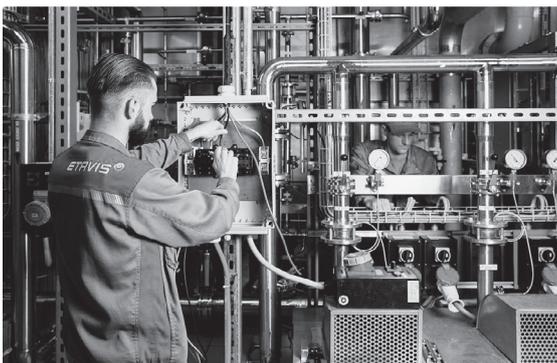
Die Branchenanalyse zeigt das künftige Marktpotential auf. Der Markt ist bereits sehr gesättigt. Die Bauinvestitionen in den nächsten Jahren sollten bestehen bleiben. Die Konkurrenzanalyse gab die Stossrichtung für zusätzlich anzubietende Dienstleistungen vor. Durch vorhandene Branchenkenntzahlen und Baustatistiken konnte das mögliche Umsatzvolumen in der definierten, neu zu bearbeitenden Region in den verschiedenen Segmenten berechnet werden. Für die drei daraus entstandenen Varianten Kauf, Aufbau und erweiterte Marktbearbeitung ab dem jetzigen Firmenstandort wird unter der Berücksichtigung von zukünftigen Entwicklungen die Dienstleistungsstrategie mit dessen Kernkompetenzen aufgezeigt. Die Finanzplanung jeder Variante dient dazu, den wirtschaftlichen Nutzen aufzuzeigen und zu vergleichen. Die Bewertung der Varianten erfolgt anhand vorgegebener Kriterien wie zum Beispiel die Höhe des umsetzbaren Auftragsvolumens. Der Autor formuliert zum Schluss eine Handlungsempfehlung für die Geschäftsleitung.

Fazit und Ausblick

Anhand der Entscheidungsgrundlage mit fundierten Informationen kann die Geschäftsleitung eine Entscheidung über die Zukunft der BU fällen. Viele Faktoren waren jedoch schwierig einzuschätzen. Zum Beispiel kann beim angestrebten Kauf einer Firma zum aktuellen Zeitpunkt nicht abgeschätzt werden, ob überhaupt eine in Frage kommende Firma auch wirklich gekauft werden kann. Ein weiterer wichtiger Schritt zum Gelingen des Vorhabens ist das nachfolgende Umsetzungsprojekt, welches auf dieser Master Thesis aufbaut.



Adrian Stump



Installieren im Segment Chemie/Pharma (Quelle: Fotosammlung ETAVIS, copyright by ETAVIS)