

# Marketingkonzept mit Schwerpunkt kundenseitige Kommunikation

Studiengang: BSc in Holztechnik | Vertiefung: Process and Product Management  
Betreuer\*innen: Christoph Marco Flühmann, Prof. Birgit Neubauer Letsch  
Experte: Olin Bartlomé (CLB Schweiz)  
Industriepartner: deligno ag, Zollbrück

Für die deligno ag wurde ein Marketingkonzept erarbeitet, welches gezielt die Sichtbarkeit erhöhen und die Wahrnehmung des Unternehmens für Externe verbessern soll. Durch Optimierungen im Prozess und Standardisierungen in der Kommunikation können ausserdem die Kunden und Kundinnen einheitlicher, professioneller und effizienter betreut werden. Eine Basis für eine neue Unternehmenswebseite wurde gelegt.

## Ausgangslage und Zielsetzung:

Bei der deligno AG bringt der Zusammenschluss mehrerer KMU neben viel Potenzial auch neue Herausforderungen mit sich. Dazu gesellen sich die schnelle Entwicklung der Digitalisierung sowie die veränderten Kundenbedürfnisse. Die einzelnen Firmenbereiche der deligno ag konnten sich bisher als angesehene Handels- und Produktionsspezialisten von Massivholzprodukten etablieren. Nun gilt es, die zusammengeschlossene Unternehmensgruppe einheitlich zu vermarkten und mit einem optimierten Marketing- und Verkaufsbereich für die Zukunft zu rüsten.

## Methodik:

Um die gesetzten Ziele zu erreichen, werden die wichtigsten theoretischen Grundlagen des digitalen Marketings und des Prozessmanagement zusammengetragen und für die weitere Bearbeitung analysiert. Mit den Analysen zum Markt und den Mitbewerbern sowie einer Unternehmensanalyse wird die gegenwärtige Ausgangslage der deligno ag untersucht. Darüber

hinaus wird aus den Erfahrungen im Praktikum, unterstützt durch Befragungen bei Mitarbeitenden, der interne kundenbezogene Informationsfluss erstellt. In Kombination mit den Kundenbefragungen zur Erarbeitung einer Customer Journey und zur Unternehmenswahrnehmung lassen sich die gewonnenen Informationen auswerten und die daraus gezogenen Erkenntnisse zu Empfehlungen ableiten.

## Schlussfolgerung:

Grundsätzlich ist anzumerken, dass die deligno ag durch die langjährigen Mitarbeitenden, die nachhaltigen Kundenbeziehungen und ihr umfangreiches Massivholzsortiment auf dem Markt gut positioniert ist. Der Fokus der Unternehmensführung liegt gegenwärtig auf dem Tagesgeschäft und der Erneuerung der Produktion. Durch die Zurückstellung des Marketings während der letzten Jahre verliert das Unternehmen zunehmend an Ausstrahlungskraft und schöpft sein Potenzial nicht aus. Aufgrund der Tatsache, dass sich die Branche im Wandel befindet und sich die Rahmenbedingungen durch die Möglichkeiten der Digitalisierung sowie die Bedürfnisse der Kundschaft verändern, sollte der Anschluss nicht verpasst werden.

Die deligno ag steht somit an einem Scheidepunkt. Der Grossteil der Mitbewerber ist aktuell an der Ausarbeitung neuer Marketingstrategien oder setzt diese bereits um. Die Unternehmensführung ist daher gut beraten, eine wegweisende Entscheidung zum künftigen Marketingkonzept mitsamt den inneren Strukturen und dem Prozessmanagement zu treffen. Ausserdem sollte der Rückstand auf die Wettbewerber im Bereich des Marketings Schritt für Schritt aufgeholt werden.

Mit dieser Arbeit sind für die deligno ag zielführende Empfehlungen für Optimierungen in den Bereichen Marketing, Kommunikation und interne Informationsflüsse definiert worden. Die aufgeführten Anregungen bieten grosse Verbesserungen an.



Dario Marius Jeckelmann



Venn-Diagramm der Marketingkanäle (neilpatel, 2022)