

Diversifikation in Gebäudeglas bei DESA AUTOGLASS AG

Studiengang : EMBA General Management

DESA AUTOGLASS AG ist der führende Fahrzeugglas-Spezialist in der Schweiz. Mit dem flächendeckenden Filialnetz immer in Kundennähe und den Fahrzeugglas-Spezialisten bei den Kunden vor Ort wird ein rascher und zuverlässiger Scheibenservice gewährleistet. Um sich auf zusätzliche Standbeine stützen zu können und das Wachstum langfristig zu sichern, soll mittels Business Case die Diversifikation in den Bereich Gebäudeglas überprüft werden.

Zielsetzung

Dieser Business Case soll aufzeigen, ob eine Diversifikation in den Bereich Gebäudeglas für DESA ein realistisches, umsetzbares und gewinnbringendes Szenario ist. Er soll als Handlungsempfehlung und gleichzeitig möglicher Antrag an den Verwaltungsrat dienen. Die Markt- und Konkurrenzsituation soll die Stärken, Schwächen, Risiken und Chancen für DESA in diesem Geschäftsfeld ermitteln. Um den Case realisieren zu können, muss der Bereich Gebäudeglas auch rentabel sein und Potential für Weiterentwicklung aufweisen.

Business Case

Beim Business Case Gebäudeglas geht es um den Ersatz von Glaselementen bei Gebäuden, wie z.B. Mehrfachisoliertes Glas, welche hauptsächlich wegen Beschädigung zerbrechen oder Schaden erleiden. Es geht hierbei nicht um gesamte Fensterelemente. Das gleiche Business Modell wie im Motorfahrzeugbereich in Zusammenarbeit mit Versicherungen soll umgesetzt werden können. Die Erfahrungen, das Know-how und die bestehenden Schnittstellen zu den Kunden sollen genutzt werden können.

Methoden und Ergebnisse

Mittels Marktforschung wurde die Struktur der Versicherungsdeckung bei der Hausratversicherung ermittelt. Anhand der entnommenen Durchschnittskosten und den verschiedenen Marktanteilen der Versicherungsgesellschaften konnten durch Hochrechnungen das Marktpotential und die finanzielle Rentabilität ausgerechnet werden. Dafür wurden mit verschiedenen Stakeholdern Interviews durchgeführt.

Die Kundenanalyse zeigte klar auf, dass sich die Marketing- und Verkaufsaktivitäten mit den aktuellen der DESA AUTOGLASS AG sehr ähnlich sind und für eine eventuelle Weiterentwicklung des Business Cases

in Richtung Kundensegment Verwaltungen gehen könnten.

Durch absolute Kundenorientierung und neue Standards in dieser Branche, möchte man sich hervorheben.

Das Business Modell Canvas und die Ergänzung mit dem Value Proposition Design legen die wichtigsten Erkenntnisse und Wertevorstellungen für eine top Customer Journey im neuen Geschäftsfeld dar. Eine Strategie wurde mittels SWOT-Analyse und SWOT-Matrix festgelegt, indem die Massnahmen für die verschiedenen Kundensegmente klar und deutlich voneinander abgegrenzt wurden. DESA ist der Problemlöser und schafft Effizienz und ein einmaliges Kundenerlebnis.

Die möglichen Risiken wurden dabei berücksichtigt, es gibt besonders beim Fachkräftemangel Herausforderungen, welche es zu lösen gilt.

Mit einem positiven NPV nach einer vordefinierten Zeit kann man von einem rentablen Geschäft sprechen, Potential für mehr ist vorhanden.

Ein Pilotversuch würde die Umsetzbarkeit und unvorhersehbare Herausforderungen aufzeigen, danach kann die Weiterführung bestimmt werden.

Die Handlungsempfehlung für die Investition in den Pilotversuch und somit Business Case Gebäudeglas ist aus Sicht des Verfassers empfehlenswert. Es gibt Herausforderungen, welche jedoch lösbar sind und die Wachstums- und Entwicklungschancen sind gross.



Valentin Djoni