

# Marktanalyse und Empfehlungsgrundlage für ein SEaaS\* Produkt von Swisscom AG

Studiengang: EMBA General Management

Mit einem Marktvolumen von 726 MCHF bis 2028 birgt der B2B-Solarenergiemarkt eine goldene Chance für die Swisscom AG. Diese Masterarbeit ebnet der Swisscom AG den Weg, eine noch fast unberührte Nische zu dominieren und ihre Nachhaltigkeitsziele zu verwirklichen.

## Ausgangslage und Zielsetzung

Mit dem steigenden Bedarf an klimaneutraler Energie steigt auch der Bedarf für Innovation. Somit eröffnen sich für die Swisscom AG neue Chancen im B2B-Solarmarkt. Trotz eines zuvor verworfenen Business Cases aus dem Jahr 2022 entstehen jetzt, aufgrund der Erkenntnisse dieser Masterthesis, neue Möglichkeiten. Swisscom, das führende Schweizer Telekommunikations- und IT-Unternehmen und seine Tochtergesellschaft Cablex sind bestens positioniert, um im Solarenergiebereich einzusteigen und erfolgreich zu sein. In Zeiten, in denen Unternehmen ihre CO<sub>2</sub>-Bilanz minimieren müssen, bietet Solarenergie eine nachhaltige Lösung. Auch die Swisscom strebt bis 2025 Klimaneutralität an.

Diese Arbeit untersucht die Eignung des B2B-Solarmarktes für die Swisscom. Eine gründliche Analyse von internen und externen Faktoren liefert wertvolle Erkenntnisse für die Positionierung auf diesem Markt.

## Methode

Um das Thema systematisch zu bearbeiten, wurden Literaturrecherchen und empirische Analysen durchgeführt.

Im Rahmen der externen Analyse wurden eine Marktanalyse, eine Untersuchung der Marktsegmente im B2B-Bereich sowie eine Konkurrenzanalyse durchgeführt. Diese Untersuchungen zielten darauf ab, die Chancen und Risiken auf dem aktuellen Markt aufzuzeigen.

Die interne Analyse beschäftigte sich mit der Bewertung der Stärken und Schwächen der Swisscom im Kontext der Thematik. Sie umfasste eine Prüfung der internen Vorgaben, eine interne Bedürfnisanalyse und eine Untersuchung der Wertschöpfungskette.

Um zu fundierten Handlungsempfehlungen zu gelangen, wurden die Ergebnisse mittels einer SWOT-Analyse kritisch betrachtet. Basierend auf den Ergebnissen dieser Analyse wurden mögliche Strategien mithilfe einer TOWS-Analyse abgeleitet und mit einer SFA-Matrix bewertet. So konnte ein klarer, evidenzbasierter Weg für zukünftige Strategien im Solar-Energie-Markt vorgeschlagen werden.

## Resultate und Empfehlungen

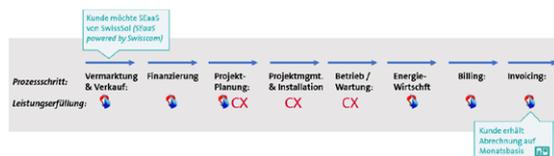
Die Analyse offenbart ein aussichtsreiches Potential für Swisscom im Solarenergiemarkt, gepaart mit diversen Herausforderungen.

Die Swisscom AG und die Cablex AG haben zusammen die Fähigkeiten, die gesamte Wertschöpfungskette eines SEaaS\*-Produktes zu bedienen.

Die Marke Swisscom und das bestehende B2B-Netzwerk könnten hierbei als Katalysator fungieren. Mehrere Strategien wurden identifiziert, darunter die Vertrauensnutzung der Marke Swisscom und die Nutzung von Cross-Selling-Möglichkeiten. Eine sorgfältige Planung und substanzielle Investitionen sind allerdings notwendig, um in diesem Markt Fuss zu fassen. Auf Grundlage der Forschungsdaten lassen sich folgende Handlungsempfehlungen ableiten: Die Swisscom AG sollte weiterhin den Solarenergiemarkt analysieren, ihre Strategie auf die Bedürfnisse der Zielgruppen ausrichten und ein attraktives Angebot entwickeln. Die Nutzung von bestehenden Ressourcen und Kompetenzen, sowie der Aufbau von Partnerschaften und nachhaltigen Finanzierungsmodellen könnten hierbei hilfreich sein. Letztlich ist eine effektive Kommunikations- und Marketingstrategie von essenzieller Bedeutung.



Pablo Di Lione



Wertschöpfungskette SEaaS - abgedeckt durch Swisscom AG und Cablex AG

\*SEaaS = Solar-Energy-as-a-Service