

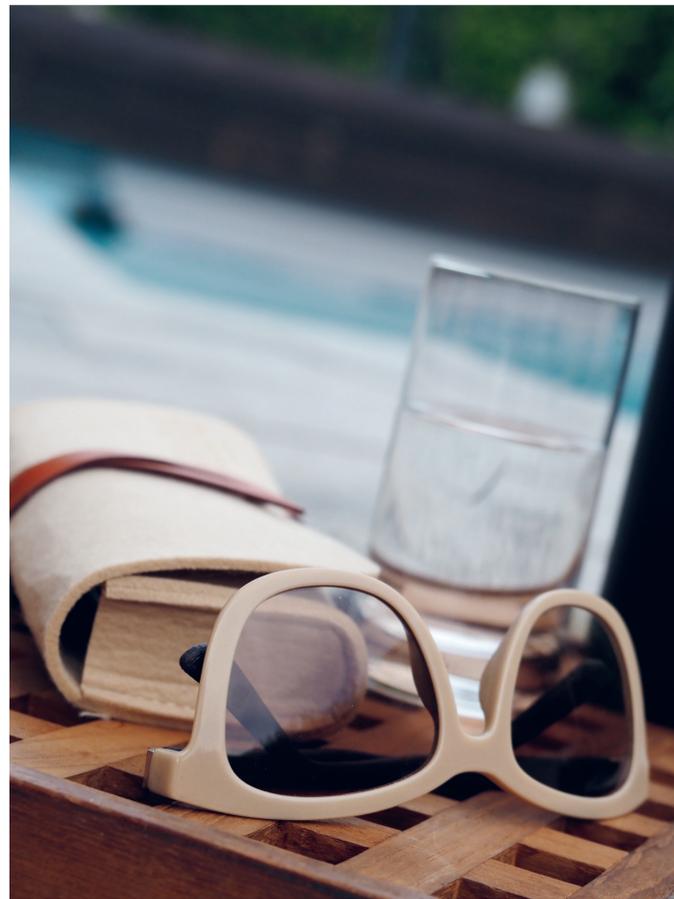
Bachelor-Thesis Wirtschaftsingenieur | Innovation

Entwicklung von alternativen Businessmodellen für PET-rezyklierte 3D-Druck-Brillen



BELLEVUE

de Zurich



© Bühler Gregor, von Allmen Dominik

Abstract

Diese Bachelorthesis befasst sich mit dem Thema alternativer Businessmodelle für das Unternehmen Sputnique Creative GmbH. Die Firma möchte eine neue Sonnenbrillenmarke (Bellevue de Zurich) auf den Markt bringen. Der Markteintritt in einen solch grossen Markt ist für ein kleines Unternehmen eine Herausforderung. Deshalb wurden drei verschiedene Businessmodelle entwickelt, wie ein Markteintritt gestaltet werden kann.

Die Sputnique Creative GmbH stellt Sonnenbrillen mit dem 3D-Druck-Verfahren her. Die Brillen werden aus rezykliertem Polyethylenterephthalat (PET) hergestellt und in der Schweiz produziert. Somit sind die Sonnenbrillen nachhaltig und lokal hergestellt. Faktoren, die im Konsumgütermarkt von grosser Bedeutung sind. Ebenfalls wird der Trend in Europa zu produzieren immer grösser.

Es wurden Recherchen gemacht, ob es bereits vergleichbare Produkte gibt. Direkt vergleichbare Produkte konnten keine gefunden werden. Es wurden fiktive Personas erstellt, um die Zielgruppe genauer zu definieren. Aus den Personas wurde ein Wertversprechen in Form eines Value Proposition Canvas abgeleitet. Die fiktiven Personas wurden durch verschiedene Experteninterviews sowie einer Online-Befragung mit potenziellen Kunden be-

stätigt.

Um einen Markteintritt von verschiedenen Seiten zu betrachten, wurden Interviews mit verschiedenen Experten durchgeführt. Dabei wurde die Sicht eines Marketingexperten, eines Optikers und einem OnlineShop, welcher auf nachhaltige Produktion setzt, mit einbezogen. Zusätzlich wurde die Sicht des Inhabers der Sputnique Creative GmbH berücksichtigt.

Die Bedürfnisse der möglichen Kundschaft wurden mit einer Online-Befragung eruiert. Weiter wurde die finanzielle Sicht genauer betrachtet. Es wurden mögliche Preise für die Sonnenbrillen mit verschiedenen Ansätzen der Preisbildung (Cost Base Pricing, Value Based Pricing) bestimmt. Ebenfalls wurde eine Kostenvorhersage der ersten fünf Geschäftsjahre durchgeführt und damit den Break-even sowie eine Kostenkalkulation berechnet.

Das Ziel der Arbeit war, alternative Businessmodelle mit der möglichen Zielkundschaft, der Markteintrittsstrategie sowie der finanziellen Betrachtung zu erarbeiten. Daraus resultierte, dass es eine eher jüngere sowie tendenziell eher weibliche Zielgruppe sein könnte. Ebenfalls ergab sich, dass das Vorhaben Potenzial hat und sich finanziell lohnen könnte.

Dominik von Allmen

Dozent:
Prof. Dr. Clemente Minonne

Experte:
Dr. Lorenz Tschuor

Wirtschaftspartner:
Sputnique Creative GmbH

Semester:
FS22