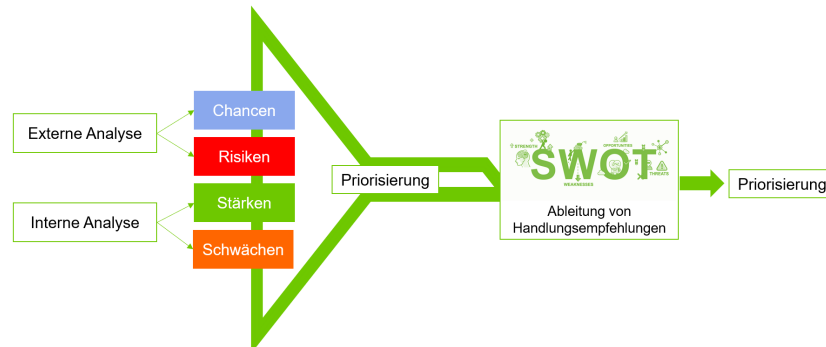


Entwicklung einer Markteinführungsstrategie für ein neues System im Markt der Gebäudeautomation



Prozess der SWOT-Analyse von WAGO im Gebäudeautomationsmarkt



Aspekte der Markteinführungsstrategie



Zielgruppen im Markt der Gebäudeautomation

Problemstellung

Das Unternehmen WAGO hat sich in den letzten 75 Jahren der Unternehmenshistorie aus der Verbindungstechnik über die Industriearbeitung in die Gebäudeautomation weiterentwickelt. Aus diesem Grund besteht in den Landesgesellschaften ein unterschiedliches Level von Ressourcen, Know-How und Kundenbestand. Das international agierende Unternehmen bietet mit dem WAGO Building Ecosystem ein modulares Gesamtsystem für die integrale Gebäudeautomation bestehend aus Hardware und Software. Aktuell basiert das Building Ecosystem auf der von WAGO angebotenen generischen Automationshardware. Um das System nun zugeschnitten auf die Anforderungen in Bestands- und Neubauprojekten weiterzuentwickeln, wird das System um neue Elemente ergänzt. Unter Berücksichtigung dieser Ausgangssituation bedarf es zur erfolgreichen Einführung des neuen Systems eine detaillierte und strukturierte Markteinführungsstrategie.

Lösungskonzept

Im Rahmen der Ausarbeitung werden interne und externe Primär- und Sekundärdaten untersucht. Im Rahmen einer SWOT-Analyse werden zur Betrachtung der Makro- und Branchenumwelt eine PESTEL-, Porter's Five Forces- und Kundenanalyse durchgeführt. Die interne Situation wird mittels einer internen Wertkettenanalyse untersucht. Ergänzend dazu wird ein externes Benchmarking umgesetzt.

Ergebnisse

Basierend auf den untersuchten Primär- und Sekundärdaten wird eine strukturierte und detaillierte Markteinführungsstrategie für das neue System im Markt der Gebäudeautomation entwickelt. Der Kern dieser Strategie ist ein ganzheitlicher Ansatz, der sowohl die Markteinführung auf einer internationalen Leitmesse als auch die lokale Marktdurchdringung adressiert. Der Zielmarkt umfasst die Region EMEA, wobei einige ausgewählte Länder durch die Unternehmenszentrale priorisiert unterstützt werden müssen.

Im Mittelpunkt der Marktkommunikation steht die klare Positionierung des Systems als innovative, zukunftssichere und skalierbare Lösung. Um eine erfolgreiche Markteinführung sicherzustellen, werden intern bei WAGO ein Launchpaket vorbereitet und verschiedene zyklische Meetings und Trainings durchgeführt.

Ronja Preckel

Hauptbetreuer:
Prof. Dr. Sascha Götte

Externer Experte:
Klemens Ruoss

Kooperationspartner:
WAGO GmbH & Co. KG

