

Internationalisierung - Marktanalysen und Strategievorschlag

Das Partnerunternehmen bei dieser Bachelorarbeit ist ein Spin-off der ETH Zürich im Bereich der Exoskelett-Entwicklung und dessen Vertrieb. Das Unternehmen mit Sitz in Schwerzenbach, Schweiz wurde 2019 gegründet. Zurzeit vertreibt das Unternehmen ein Exoskelett zur Unterstützung des Hebevorgangs und eines zur Unterstützung des Tragevorgangs.

Ein erster Schritt in Richtung einer international vertretenen Unternehmung im Exoskelettmarkt wurde zu Beginn des Jahres 2022 mit dem Markteintritt in Deutschland in Form einer Tochtergesellschaft gemacht. Für die nächsten Jahre plant das Unternehmen, weiter zu expandieren.

Aufbauend auf dieser Ausgangslage war das Ziel dieser Arbeit, eine Strategie für die Internationalisierung des Unternehmens für die nächsten Jahre zu entwickeln. Dazu wurden drei relevante Märkte vertieft analysiert und zu festgelegten Kriterien der Einfluss der Resultate auf das Unternehmen dargelegt. Die Analysen dieser Märkte wurden in Form einer Nutzwertanalyse ausgewertet, um die Vergleichbarkeit der Märkte zu gewährleisten.

Um das Ergebnis dieser Arbeit nachhaltiger zu gestalten, wurde ein Excel-Tool zur Auswertung von Resultaten aus einer Marktanalyse erstellt. Dieses Tool ermöglicht dem Unternehmen künftig einen einheitlichen Vergleich zwischen verschiedenen analysierten Märkten. Der Output dieses Tools zeigt eine übersichtliche Darstellung des Resultats der Nutzwertanalyse, Diagramme und Zahlen zum Marktpotential für jedes Produkt sowie eine Auflistung der Konkurrenz für den entsprechenden Markt. Die Konkurrenz-Daten werden dabei automatisch aus Excel-Tabellen, die die Resultate einer ausführlichen Konkurrenzanalyse beinhalten, entnommen.

Zum Schluss wurden die Resultate für die Analysen der Märkte ausgewertet, diskutiert und miteinander verglichen. Ausgehend von dieser Auswertung und dem Vergleich konnte eine Priorisierung der Märkte vorgenommen werden. Für den Markt mit der höchsten Priorität wurde eine geeignete Markteintrittsstrategie aufgrund der Resultate der Marktanalyse des entsprechenden Markts festgelegt. Zur Strategie gehört ein detailliertes Vorgehen bei einer Firmengründung, anfallende Kosten bei einer Betriebstätigkeit im entsprechenden Markt sowie ein Logistikkonzept zur Gewährleistung einer reibungslosen Versorgung der Kunden im entsprechenden Markt.



Diplomierende

Anika Heim
Nathalie Rusch
Bastian Schmid

Dozent

Richard Bödi



Exoskelette zum Heben (links) und Tragen (rechts)