



Die Gewinner des WTT YOUNG LEADER AWARDS 2011 in Marktforschung

# Der Award als Stempel «tauglich für die Arbeitswelt»

Stefan Zehnder, Fabian Frank, Rolf Lichtensteiger, David Studer – so heissen die diesjährigen Sieger des WTT YOUNG LEADER AWARDS in der Kategorie Marktforschung. Ausgezeichnet wurden sie für ihre Studie zum Thema «Solartechnologie – ein Zukunftsmarkt für die Plaston AG?». Dem Team war es gelungen, umfassende Preis- und Marktstrukturen zu ermitteln und so dem Auftraggeber konkrete Handlungsempfehlungen zu liefern. Herzliche Gratulation!

**Interview:** Daniela Winkler **Bild:** Bodo Rüedi  
**Rund 60 Projektgruppen der Fachhochschule St.Gallen (FHS) bewarben sich um den diesjährigen WTT YOUNG LEADER AWARD. Was gab den Ausschlag, dass Ihr Team in der Marktforschung als Sieger gekürt wurde?**

**Stefan Zehnder (Projektleiter):** Einerseits war es die mutige und fundierte Kommunikation auch von nicht so positiven Faktoren gegenüber der Kundschaft, der

Stefan Zehnder, Projektleiter:

«Wir sind Studenten und gehen nachher hinaus in die Arbeitswelt. Mit dem WTT YOUNG LEADER AWARD haben wir nun den Stempel «tauglich» erhalten.»

Plaston AG, die von der Jury gelobt wurde. Wir sprachen uns unter anderem für die Entwicklung eines Komplementärproduktes aus anstelle der vom Kunden erhofften Wiederbelebung eines vor 20 Jahren lancierten Produktes. Unsere Empfehlung ha-

ben wir ihm offen und anhand der Fakten klar kommuniziert und ein Überdenken empfohlen. Der zweite Punkt war die umfassende Recherche und damit verbunden der grosse Umfang unserer Arbeit, der wegen fehlender fundierter und stichhaltiger Daten nötig war, um zum maximalen Ergebnis zu gelangen.

**Wie lautete die Aufgabenstellung, die Sie von Plaston erhielten?**

**Stefan Zehnder:** Plaston denkt darüber nach, einen vor Jahren entwickelten Indach-Solarziegel wieder auferstehen zu lassen. Dazu muss aber vorerst die Frage geklärt werden, ob Solartechnologie für den Kunststoffprodukte-Hersteller Plaston AG ein Zukunftsmarkt darstellen könnte und ob für das Solarprodukt überhaupt eine Marktchance besteht.

**Fabian Frank:** Mittels Primärforschung über Umfragen war es unsere Aufgabe zu evaluieren, welchen Preis und welche Qualität vom Markt gefordert werden und welche Eigenschaften das Produkt vorzuweisen hat, um konkurrenzfähig zu sein. Aufgezeigt werden sollte damit, ob in der Schweiz ein Solarprodukt gefertigt werden kann, das auch auf dem internationalen Markt – wo ein Grossteil der Solarprodukte aus Asien stammt – konkurrenzfähig



MetroComm AG  
 9014 St. Gallen  
 071/ 272 80 50  
 www.leaderonline.ch

Medienart: Print  
 Medientyp: Fachpresse  
 Auflage: 8'200  
 Erscheinungsweise: jährlich

Themen-Nr.: 375.5  
 Abo-Nr.: 375005  
 Seite: 11  
 Fläche: 111'597 mm<sup>2</sup>

vertrieben werden kann. Das heisst: Findet ein Solarprodukt aus einem Hochpreisland wie der Schweiz in einem weniger hochpreisigen Land wie beispielsweise Deutschland oder Frankreich, später vielleicht auch Italien, Spanien, Ungarn und Tschechien, wirklich Abnehmer?

#### Welche Ausgangslage fanden Sie vor?

Stefan Zehnder: Die Plaston AG hat vor 20 Jahren einen Indach-Solarziegel entwickelt – vereinfacht dargestellt eine Platte von 40x60 Zentimetern mit einer Solarzelle, umgeben von einem Kunststoffrahmen. Er konnte flach anstelle von vier Dachziegeln auf einem Hausdach montiert werden. Technisch war dies damals eine Sensation und eine absolute Neuheit. Vielleicht auch noch zu revolutionär, um genügend Absatz zu finden, und preislich im oberen Segment. Der Absatz schleppte sich dahin, sodass 2000 die Produktion eingestellt wur-

David Studer:

«Die Teamarbeit war für mich sehr wichtig. Ich habe gelernt, mich auch richtig einzubringen in ein Projekt.»

de. Heute aber, mit der zunehmenden Bedeutung der Solartechnologie, kam die Frage erneut auf, ob der Indach-Solarziegel, technisch an die neusten Anforderungen angepasst, eine Marktchance haben könnte.

#### Worin lag für Sie der Reiz, diese Projektaufgabe zu wählen?

David Studer: Es war zum einen ein sehr aktuelles Thema. Seit der Nuklearkatastrophe von Fukushima war das Thema Alter-

nativenergie-Technologien, und besonders Solarenergie, ein Thema, das allgegenwärtig war und interessierte. Auch uns. Zudem waren es auch die Komplexität, der Projektablauf und die offene Aufgabenstellung, die uns interessierten.

Stefan Zehnder: Das Projekt gestaltete sich schon daher interessant, da es bereits im Vorfeld um mehr ging als um eine reine Standard-Befragung. Viele Projekte bewegten sich in einem klar begrenzten und vorgegebenen Rahmen, wie beispielsweise eine Zufriedenheitsanalyse bestehender Kunden. Dieses Projekt hingegen öffnete uns durch die offene Fragestellung einen sehr grossen Raum. Es umfasste das Abklären möglicher Märkte und Kanäle, Fragen zur Fertigung und technische Anforderungen ans Produkt. All diese Parameter mussten von uns zuerst evaluiert werden.

#### Bereitete Ihnen diese Komplexität auch Schwierigkeiten während der Projektentwicklung?

Fabian Frank: Doch, insbesondere da es für Indach-Solaranlagen kaum recherchierbare fundierte und stichhaltige Daten gab. Da wir all diese Daten selbst recherchieren, zusammentragen und erfassen mussten, wurde unsere Arbeit auch auf dem Papier

Fabian Frank:

«Mir bedeutet die Auszeichnung mit dem WTT YOUNG LEADER AWARD sehr viel. Es ist eine Wertschätzung der geleisteten Arbeit.»

sehr umfangreich. Es waren wohl Daten zum Solarmarkt allgemein auffindbar. Die-


 MetroComm AG  
 9014 St. Gallen  
 071/ 272 80 50  
 www.leaderonline.ch

 Medienart: Print  
 Medientyp: Fachpresse  
 Auflage: 8'200  
 Erscheinungsweise: jährlich

 Themen-Nr.: 375.5  
 Abo-Nr.: 375005  
 Seite: 11  
 Fläche: 111'597 mm<sup>2</sup>

se finden sich durchgängig in einschlägiger Literatur sowie dem Internet. Die Informationsflut ist gar so gross, dass sie zuerst sedimentiert werden musste nach Wichtigkeit und vor allem, da sich auf dem Solarmarkt im letzten Jahr sehr viel getan hat, nach Aktualität.

David Studer: Konkret aber für ein Indach-Solarprodukt, wie es Plaston entwickelt hat, waren kaum Informationen vorhanden, ganz zu schweigen von Unterlagen betreffend Einspeisevergütungen, Baurecht oder über Konkurrenzprodukte. Dazu kamen bei der Recherche auch sprachliche Hürden, da auch Ungarn und Tschechien zu unserem Marktgebiet zählten. Und wie erwähnt standen wir vor dem Problem der Aktualität. Uns waren aktuelle Zahlen aus dem Jahr 2010 wichtig. In der Schweiz waren diese wohl abrufbar, aber in andern Ländern wurde diese noch nicht nachgeführt.

**Zu welchem Ergebnis sind Sie gekommen? Welche Antworten konnten Sie Plaston geben?**

Stefan Zehnder: Unserem Auftraggeber konnten wir drei Handlungs-Empfehlungen abgeben, zudem haben wir auch eine Handlungs-Alternative gesehen. Wir haben ein Überdenken der Kostenstruktur angeregt – im Markt wird in wachsendem Masse über den Preis gearbeitet. Der zweite Ansatz war technischen Ursprungs: Für einen Markteintritt sollten die Eigenschaften des Indach-Solarziegels noch näher an die Marktanforderungen herangebracht wer-

Frank Ulsamer, Plaston AG:

«Wir sind beeindruckt von der professionellen Arbeitsweise und dem grossen Engagement der Studierenden. [...] Insgesamt stellt die Arbeit für uns eine wichtige Entscheidungsgrundlage dar.»

den können. Als dritten Ansatz sahen wir die generelle Prüfung der Markteinführung anhand von zu erwarteten Aufwänden, zum Beispiel in Bezug auf Vertriebsstrukturen, Know-how, Anlauf- und Prüfungskosten.

Fabian Frank: Zusammengefasst sehen wir für das Plaston-Solarprodukt nur eine partielle Chance im Markt. Deshalb haben wir den Gedanken an ein Alternativprodukt im Photovoltaikmarkt eingebracht. Dies sähe vor, die Produktion des Solarziegels einzustellen, dafür aber ein Komplementärprodukt zu lancieren, das den Kompetenzen von Plaston als Hersteller von Kunststoffartikeln und als Innovator auf dem Solarmarkt entspricht. Anschaulich ist das ein Produkt, mit dem Standard-Solarprodukte, die heute zu tiefen Preisen auf dem Markt verfügbar sind, zu einer Indach-Lösung ummodifiziert werden könnten.

**Wissen Sie bereits, wie die Plaston AG mit Ihren Empfehlungen weiterarbeiten wird?**

David Studer: Plaston versucht, unsere Ansätze in ihr Produkt einfließen zu lassen. Auch unser Alternativ-Vorschlag wird weiterverfolgt. Hier sind aber erst noch Techniker gefragt, die sich mit den Möglichkeiten einer Umsetzung befassen. Der kleine Wehmutstropfen dabei: Während unserer Recherchearbeiten hat ein kleiner Hersteller im Juni als Prototyp ein ähnliches Produkt präsentiert. Wenn es Plaston jetzt aber



MetroComm AG  
 9014 St. Gallen  
 071/ 272 80 50  
 www.leaderonline.ch

Medienart: Print  
 Medientyp: Fachpresse  
 Auflage: 8'200  
 Erscheinungsweise: jährlich

Themen-Nr.: 375.5  
 Abo-Nr.: 375005  
 Seite: 11  
 Fläche: 111'597 mm<sup>2</sup>

schaft, schnell zu reagieren und zu agieren, sehen wir darin trotzdem eine reelle Marktchance.

### Was nehmen Sie persönlich aus der Projektarbeit mit in den künftigen Geschäftsalltag?

Fabian Frank: Ich habe Erkenntnisse darüber gewonnen, wie Teamarbeit effizienter gestaltet werden kann und wie gut ein Team dadurch zusammenarbeitet. Effizienz sehe ich unter anderem darin, dass wir es mit einer minimalen Anzahl Treffen zu einem maximalen Ergebnis gebracht haben. Das beweist, dass man sich im Team auch anders optimal vernetzen kann als mit zahlreichen langen Meetings. Das Team bringt sich zusammen vorwärts.

Stefan Zehnder: Wir haben aber auch mögliche Stolpersteine der Teamarbeit kennengelernt. Unser Vierer-Team kennt sich seit Langem, wir sind Kollegen. Dieses Umfeld kann den Umgang mit Kritik dem andern gegenüber aber auch schwierig machen. In diesem Fall habe ich besonders auch in der Funktion des Projektleiters gelernt, zu trennen und zu unterscheiden zwischen privat und geschäftlich.

### Plaston AG, Widnau

Seit 50 Jahren entwickelt Plaston Kunststoffprodukte. Heute ist sie die renommierteste Herstellerin von Verpackungssystemen für die Elektro- und Vermessungsindustrie und der weltweit führende Anbieter von Luftbehandlungsgenäten für Privathaushalte. Die Plaston-Gruppe mit Hauptsitz in Widnau ist mit vier strategischen Standorten rund um den Globus vertreten: Produktionsstätten in der Schweiz, in Tschechien und in China sowie eine Vertriebsgesellschaft in den USA.

### Das Siegerteam Marktforschung

#### Stefan Zehnder

\*1987, lebt in Arnegg SG

Beruflicher Werdegang: WMS – Account Manager bei Complementa Investment-Controlling AG, St. Gallen – selbständig mit A1Sound Technologies ([www.lautsprecherbausaeetze.ch](http://www.lautsprecherbausaeetze.ch))

Studium: General Management, FHS St. Gallen, 5. Semester

#### Rolf Lichtensteiger

\*1987, lebt in Engelburg

Beruflicher Werdegang: WMS  
 Studium: International Management, FHS St. Gallen, 5. Semester

#### David Studer

\*1986, lebt in Trogen AR

Beruflicher Werdegang: Handels- und Bürofachschule H.B.S., Rapperswil – Praktikum Huber + Suhner AG, Herisau  
 Studium: General Management, FHS St. Gallen, 5. Semester

#### Fabian Frank

\*1985, lebt in St. Gallen

Beruflicher Werdegang: Ausbildung zum Gross- und Aussenhandelskaufmann Metro Cash & Carry Deutschland GmbH, Neu-Ulm / Deutschland – Key Account Management Metro Cash & Carry Deutschland GmbH, Neu-Ulm/Deutschland – Studentischer Mitarbeiter Projektassistenz Bock Abbruch-Recycling GmbH ([www.bock-abbruch.de](http://www.bock-abbruch.de))  
 Studium: General Management, FHS St. Gallen, 5. Semester



MetroComm AG  
9014 St. Gallen  
071/ 272 80 50  
www.leaderonline.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 8'200  
Erscheinungsweise: jährlich

Themen-Nr.: 375.5  
Abo-Nr.: 375005  
Seite: 11  
Fläche: 111'597 mm<sup>2</sup>

## WTT YOUNG LEADER AWARD für Marktforschung – die weiteren Nominierten



### Zweiter Rang

FHS Projektteam: Manuela Zwicky, Thomas Jäger, Nathalie Schmied, Daniela Vetsch, Michael Wiesli

Projekttitel: Förderung der psychiatrischen und sozialen Netzwerk- und Koordinationsarbeit durch ein Psychiatrie-Zentrum im Rheintal: Formen, Voraussetzungen und Massnahmen

Kundschaft: St.Gallische Psychiatrie-Dienste Süd – Psychiatrie-Zentrum Rheintal, Heerbrugg

Projektleitung (Kundschaft): Karlheinz Pracher, Psychiatrie-Zentrum Rheintal

FHS Coach: Sibylle Olbert



### Dritter Rang

FHS Projektteam: Daniel Ritter, Jacqueline Graemiger, Dominik Loeliger, James Hilton, John Chartier, Jana Macickova

Projekttitel: Key Performance Indicators for Security Departments of Global Major Banks

Kundschaft: A Network of Security Departments of Global Major Banks

Projektleitung (Kundschaft): Rolf Blocher

FHS Coach: Wilfried Lux