

US Market Entry Analysis and Strategy for the Brüggli Dog Box



«Die Zusammenarbeit in einem internationalen Team mit transatlantischen Telefonkonferenzen war anspruchsvoll und intensiv - die gemachten Erfahrungen unbezahlbar!»

FHS-Projektteam

Thomas Gut, St.Gallen / Projektleiter / FHS
Irene Brühwiler, Oberbüren / FHS
Stefan Heeb, Haag / FHS
Andrea Huang, Boston / Babson
Won Choe, San Jose / Babson
Cyrus Sabouri, Princeton / Babson

Kundschaft

Brüggli, Romanshorn
David Fischer / Verkaufsleiter
www.brueggli.ch

FHS-Coach

Prof. Dr. Wilfried Lux

In sozialer Mission

Brüggli ist ein produktions- und dienstleistungsorientiertes Sozialunternehmen auf der Rechtsgrundlage eines Vereins, das in Romanshorn ca. 460 Mitarbeitende beschäftigt. Das Ziel des sozialen Leistungsauftrages ist die Integration und Rehabilitation von Menschen die dauernd oder vorübergehend berufliche oder gesundheitliche Schwierigkeiten haben.

Da liegt der Hund begraben!

Eines von vielen innovativen Brüggli Produkten ist die Aluminium-Hundebox, die dem sicheren Transport des Hundes im Auto

dient. Die sogenannte Dog Box wird im Kofferraum installiert und schützt sowohl den besten Freund als auch dessen Halter bei Unfällen und plötzlichem Bremsen. Brüggli vertreibt die Box seit Jahren erfolgreich in Europa. Mit 74,8 Millionen Hunden bietet allerdings der Amerikanische Markt ein Potenzial, das seinesgleichen auf unserer Seite des Atlantiks sucht.

USA:

Land unbegrenzter Möglichkeiten?

Ziel des internationalen Studententeams war es, herauszufinden, ob der US-Markt, resp. die Amerikanischen Hundehalter be-



«
Kommentar vom Fach
»

reit sind für die Brüggli Dog Box. Konnte diese Frage bejaht werden, galt es, eine realistische und praxisnahe Strategie für den Markteintritt zu entwickeln.

Schlafende Hunde wecken

Die Projektgruppe analysierte in einer ersten Phase den Amerikanischen Haustiermarkt auf der Grundlage von bereits vorhandenen und zugänglichen Informationen. Anschliessend folgten Interviews mit Hundehaltern, Besitzern von Tierfachmärkten, Branchenexperten, Juristen und weiteren tangierten Personen. Zudem organisierte das Team Gruppentreffen, an welchen es die Dog Box einem ausgewählten Personenkreis vorstellte. Die anschliessenden Diskussionen unter den Teilnehmenden lieferten wichtige und aufschlussreiche In-

formationen. Auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse erarbeiteten die Studierenden in Phase zwei eine Strategie für den Markteintritt Brüggli.

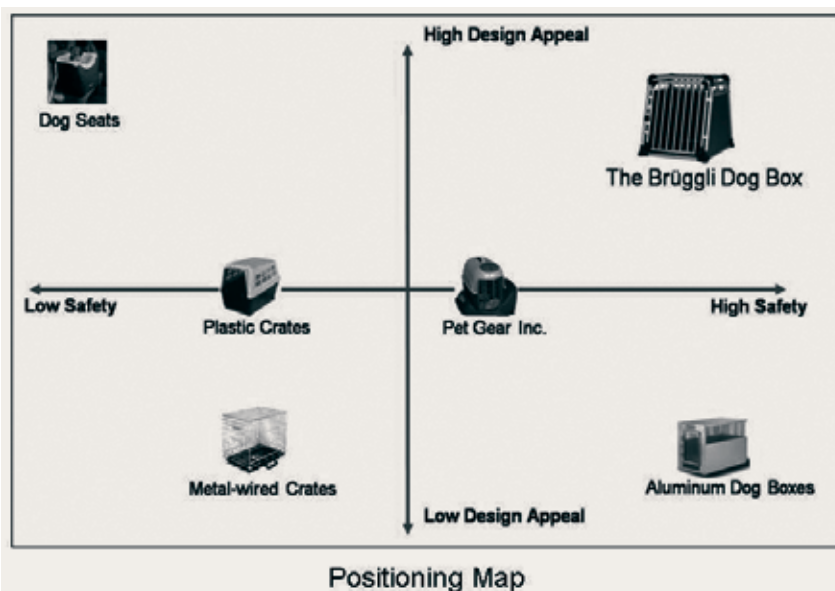
Gute Resultate

Die Ergebnisse der Marktanalyse beinhalteten interessante Fakten für Brüggli und bestätigten zudem viele eigene Erfahrungen, die bereits in Europa gemacht worden waren. Darüber hinaus zeigten die Untersuchungen Aspekte, die ausschliesslich für den Amerikanischen Markt relevant und deshalb von besonderer Bedeutung sind. Die vorgeschlagene Strategie und die darin festgehaltenen Massnahmen werden zu einem erfolgreichen Markteintritt Brüggli beitragen.



Wilfried Lux

«Anspruchsvolle Herausforderungen fachlicher, methodischer und interkultureller Art prägten dieses spannende, internationale Projekt. Durch hohen Einsatz und grosse Motivation der Studierenden machte es viel Spass, mit diesem Team zu arbeiten. Es leistete grossartige Arbeit und brachte der Kundschaft einen echten Mehrwert.»



David Fischer

«Mehrere Erkenntnisse, welche wir uns in bereits bekannten Märkten erarbeiteten, wurden auch für diesen neu zu bearbeitenden Markt bestätigt. Das erstaunliche dabei war, dass sich das Projektteam in der kurzen Zeit so intensiv in das Thema einarbeiten konnte, dass ein praxisnahes und lösungsorientiertes Ergebnis entstand.»