



WTT  
YOUNG  
LEADER  
AWARD

Praxisprojekt Unternehmensanalyse  
und Marktforschung  
für die **Gemeinnützige und Hilfs-Gesellschaft**

v.l.n.r.: **Dominik Holenstein**, Bichwil; **Christoph Piske**, St.Gallen; **Adnan Jusupovic**, Romanshorn; **Svenja Gaemperli**, Jonschwil, Projektleiterin;  
**Stefan Bischof**, Goldach; **Cédric Metzger**, Uzwil; **Sarah Truniger**, Oberuzwil

# Zukünftige strategische Ausrichtung des St.Galler Brockenhauses

Der Second-Hand-Markt befindet sich in einem Umfeld, das von zunehmendem Konkurrenzdruck geprägt ist. Online-Marktplätze sind dabei nur ein Faktor von vielen. Das St.Galler Brockenhaus möchte wettbewerbsfähig bleiben, indem es Kundenbedürfnisse erkennt und diese mit einer neuen strategischen Ausrichtung bearbeitet.

## Methodik

Neben intensiver Literaturrecherche hat die Projektgruppe die Kundenbedürfnisse mittels zwei Befragungen erhoben. Die erste fand im Verkaufslokal statt und richtete sich an die bestehende Kundschaft. Um die Bedürfnisse des Second-Hand Marktes zu verstehen, führte die Projektgruppe eine Online-Umfrage durch. Diese Befragung beschränkte sich auf die Bevölkerung der Stadt St. Gallen und Umgebung, wobei 814 Personen über Facebook und Instagram teilnahmen. Auf Basis der Ergebnisse wurden Stossrichtungen abgeleitet und entsprechende Massnahmenvorschläge herausgearbeitet. Diese wurden mit dem Projektteam des St.Galler Brockenhauses kritisch hinterfragt und priorisiert.

## Ergebnisse

Der digitale Wandel führt dazu, dass Personen vermehrt online einkaufen. Dieser Trend sowie weitere Ergebnisse aus der Primär- und Sekundärforschung bildeten die Grundlage für drei strategische Stossrichtungen, die der Kundschaft vorgeschlagen wurden. Im Rahmen dieser Stossrichtungen entwickelte die Projektgruppe verschiedene Massnahmen rund um die Online-Präsenz, das Marketing, die Beschaffungsprozesse und die Markenpositionierung. Diese Massnahmen wurden anschliessend auf Kosten und Nutzen geprüft und zusammen mit der Kundschaft bewertet. Basierend auf diesen Resultaten wurde abhängig von der Bewertung eine Empfehlung zur Umsetzung der jeweiligen Massnahmen ausgesprochen. Die empfohlenen Massnahmen wurden in eine Roadmap integriert, die der Kundschaft als Planungs- und Messinstrument für die Umsetzung über die nächsten vier Jahre dienen soll.

[ost.ch/praxisprojekte-wi](http://ost.ch/praxisprojekte-wi)

## Gemeinnützige und Hilfs-Gesellschaft, St.Gallen

Das St.Galler Brockenhaus gehört zu den ältesten Brockenhäusern der Schweiz. Es wurde am 1. August 1908 von Jakob Kuhn im Haus „zum goldenen Kreuz“ an der Kugelgasse eröffnet. 1954 zog es an den heutigen Standort an der Goliathgasse 18. Das St.Galler Brockenhaus gehört der Gemeinnützige und Hilfs-Gesellschaft der Stadt St. Gallen (GHG) an. Das Sortiment umfasst gebrauchte Möbel, Kleider, Bücher, Haushaltsartikel bis hin zu Gemälden.



## Kundschaft

Gemeinnützige und Hilfs-Gesellschaft, St.Gallen

**Ramon Beerli, Kommunikation und Projekte**

[www.ghg-sg.ch](http://www.ghg-sg.ch)

Basierend auf systematischen Analysen und eigenen Erhebungen, leitete das Projektteam umfassende strategische Stossrichtungen und dazugehörige Massnahmen für unser GHG St.Galler Brockenhaus ab. Die Arbeit liefert wertvolle Inputs, die uns bei der zukünftigen Positionierung und Weiterentwicklung der Institution helfen. Die Mitglieder des Projektteams überzeugten mit grossem Engagement und kreativen Ideen – herzlichen Dank!

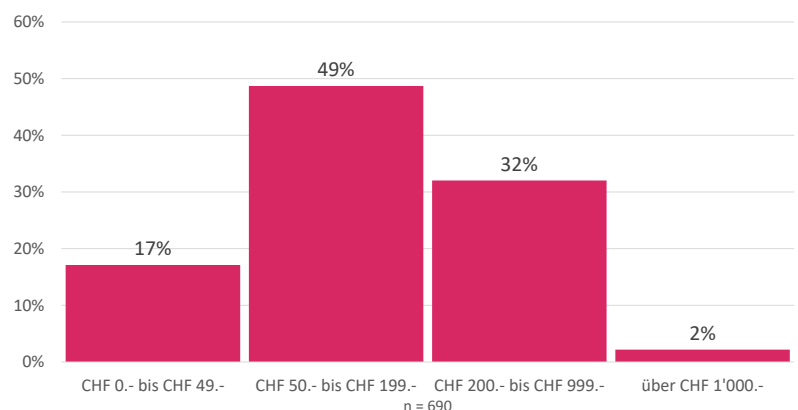


## Coach

OST – Ostschweizer  
Fachhochschule

**Dr. Stefan Ch. Ott**

Mit Engagement und Kreativität hat das Team die Herausforderungen des Projekts gemeistert. Basierend auf Sekundäranalyse und Umfragen, resultiert methodisch fundiert eine detaillierte Analyse des St. Galler Brockenhauses sowie des Kundenverhaltens auf dem Second-Hand-Markt. Darauf gestützt präsentierte das Projektteam Empfehlungen an die Kundschaft, die darauf abzielt, sich auch künftig erfolgreich zu positionieren.



**Jährliche Ausgaben der Befragten für Second-Hand-Artikel über Online-Kanäle**  
Quelle: eigene Darstellung