



St.Galler
Kantonalbank



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

Praxisprojekt Unternehmensanalyse
und Marktforschung
für die **St.Galler Kantonalbank AG**

Positionierung bei Start-up-Unternehmen

Die Start-up-Szene in der Ostschweiz ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Gemäss Branchenexperten wird dieser Trend weiter anhalten. Die St.Galler Kantonalbank AG unterstützt seit Jahren die Start-up-Unternehmen finanziell und will nun wissen, ob dieses Engagement in ihrem Marktgebiet auch wahrgenommen wird.

Methodik

Für die Einarbeitung in die Thematik führte die Projektgruppe eine intensive Sekundärforschung durch. Diese wurde durch Interviews mit Expertinnen und Experten, Mitarbeitenden der St.Galler Kantonalbank AG (SGKB) sowie Start-ups ergänzt. Dadurch konnte ein fundiertes Grundwissen angeeignet werden. Auf Basis der gewonnen Erkenntnisse wurde eine Online-Umfrage erstellt, mit der 106 Start-ups aus dem Marktgebiet der SGKB befragt wurden. Die Jungunternehmenden beantworteten Fragen zu den Themen Start-up-Markt, Konkurrenz, Produkte und Dienstleistungen sowie künftige Trends. Anschliessend wurden diese Erkenntnisse dokumentiert und statistisch ausgewertet.

Ergebnisse

Durch die Kooperation mit der Stiftung Startfeld kann sich die SGKB gegenüber der Konkurrenz in der Ostschweiz differenzieren. Rund 90 % der befragten Jungunternehmenden ist die Kooperation bekannt. Zudem zeigen die Ergebnisse aus der Marktforschung, dass die Risikofinanzierungen einen hohen Stellenwert bei den Start-ups haben. Die SGKB bietet deshalb verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten für Start-ups an. Zusätzlich legen die Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer einen erhöhten Wert auf die Fachkompetenz ihres Kundenberaters im Start-up-Bereich. Die SGKB hat Mitarbeitende, welche über ein fundiertes und hohes Know-how in diesem Bereich verfügen. Anhand der oben erwähnten Aspekte wird die SGKB als Start-up-Bank wahrgenommen, was die Ergebnisse aus der Marktforschung widerspiegeln.

Damit die Positionierung der SGKB bei Start-ups verbessert werden kann, hat die Projektgruppe unterschiedliche Marketingmassnahmen (u.a. Storytelling) zur Steigerung der eigenen Identität vorgeschlagen. Zudem soll das Engagement bei der Ostschweizer Bevölkerung vermehrt wahrgenommen werden, damit die SGKB als Wirtschaftsförderer auftritt.

St.Galler Kantonalbank AG, St.Gallen

Die St.Galler Kantonalbank AG ist eine regionale Universalbank. Mit 37 Niederlassungen in den Kantonen St. Gallen und Appenzell Ausserrhoden ist sie in der Ostschweiz breit vertreten und nahe bei der Kundschaft. Die Bank hat ein Geschäftsmodell entwickelt, welches aus zwei Ertragspfeilern besteht, den Privat- und Geschäftskunden sowie dem Private Banking. Basierend auf diesen zwei Pfeilern möchte die Bank ihre Schlüsselmärkte bedienen.



Kundschaft

St.Galler Kantonalbank AG, St.Gallen
Marcel Camiu, Leiter Bereichsentwicklung Privat- und Geschäftskunden
www.sgkb.ch

Wie nehmen uns Start-ups in der Ostschweiz wahr? Wo haben wir Verbesserungspotenzial? Aus Experteninterviews und einer gezielten Umfrage bei Start-ups wurden wichtige Erkenntnisse zur aktuellen Positionierung der St.Galler Kantonalbank AG gewonnen. Sehr systematisch hat das engagierte Projektteam daraus die Stärken und Schwächen herausgeschält und ein praxisorientiertes Massnahmenbündel ausgearbeitet, welches wir nun weiter vertiefen.



Coach

OST – Ostschweizer
Fachhochschule
Claudia Brönimann,
MSc in Business Administration

Mit viel Ausdauer und Hartnäckigkeit kam das Projektteam zu zahlreichen spannenden Aussagen der Start-up-Unternehmenden. Dem Team gelang es, in einem noch eher unerforschten Markt in der Ostschweiz Transparenz zu schaffen. Dadurch konnten wertvolles Entwicklungspotenzial aufgezeigt und konkrete Massnahmen erarbeitet werden.

