

# Neue Märkte für UD-tapeverstärkte Kunststoffbauteile

## Bachelorarbeit in Richtung Markteinstieg & Marketing

### Diplomand



Jan Evan Grob

**Problemstellung:** Die Kombination von sehr guten mechanischen Eigenschaften und effizienter Herstellung ist bei faserverstärkten Kunststoffen eine Herausforderung. Der Einsatz von unidirektionalen Tapes und deren Verarbeitung im Spritzgiessprozess eröffnet hier neue Perspektiven, ist aber noch nicht sehr verbreitet. Kunststoffwerk AG Buchs (KWB) will mit dieser Technologie unter dem Label Svismold neue Kunden und Märkte bedienen. Dazu müssen geeignete Märkte gefunden werden, die Vorteile der Technologie müssen klar dargestellt sein und weitere Themen wie Marketing oder die Preisstrategie müssen geklärt werden. Die wohl grösste Hürde stellt jedoch der Kunde dar – es ist Umdenken gefragt und er muss von den Vorteilen der Technologie überzeugt werden.

**Ziel der Arbeit:** Das Ziel der Bachelorarbeit im Herbstsemester 2021 ist es, für KWB neue Märkte und schliesslich einen Markteinstieg für die Svismold-Technologie zu finden. Mittels Partnerschaften mit geeigneten Unternehmen möchte KWB das typische Produktdenken des Kunden grundlegend ändern. Mit einem Dienstleistungspaket bietet KWB diesen Kunden eine Komplettlösung an, welche bestehende Produkte um ein Vielfaches verbessern können. Für die konkrete Umsetzung steht folgende Fragestellung im Raum: Welche Märkte sind für Svismold interessant und wie soll die Vermarktung der Technologie stattfinden, um möglichst viele Kunden zu gewinnen?

Ebenso muss die Eintrittsstrategie mit allen Bestandteilen wie Pricing, Produktdefinition und Vertriebsart geklärt sein.

**Ergebnis:** Die Ergebnisse zeigen, dass es im Bereich Marketing vor allem auf einen guten Mix zwischen den einzelnen Tools ankommt. Ebenfalls werden typische Marketinginstrumente mit neuartigen Medien in Verbindung gebracht, um dem Kunden die Lösung zu seinem Problem näher zu bringen. Nur so kann die optimale Reichweite und Verständnis für ein Produkt wie das von KWB erzielt werden.

Beim Markteinstieg gestaltet sich die Ausgangslage einzigartig: dem Kunden wird kein Produkt verkauft, sondern eine Dienstleistung rund um eine Technologie, welche nur wenige benutzen - dies soll sich aber mittels der gewählten Strategie bald ändern.

### Examinator

Prof. Dr. Gion Andrea Barandun

### Experte

Prof. Dr. Michael Niedermeier,  
Hochschule Ravensburg-Weingarten,  
Weingarten, BW

### Themengebiet

Geschäftsmodell,  
Marketing und Vertrieb

### Projektpartner

Kunststoffwerk AG,  
Buchs, SG

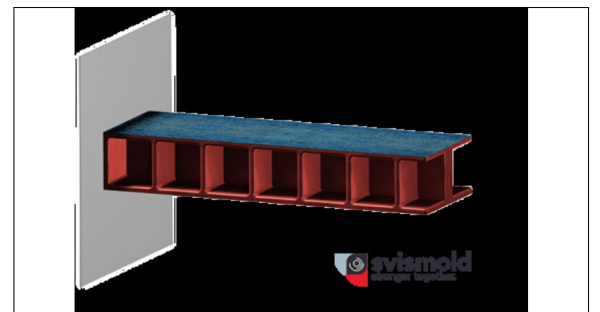
### Unidirektionale Fasertapes sind die geheime Essenz von Svismold

<https://svismold.ch/produktion/>



### Beispiel für Anwendung der Svismold-Technologie

<https://svismold.ch/produkte-loesungen/>



### Grundlegende Produktstruktur, die bei Svismold zur Anwendung kam

Eigene Darstellung

