



Jan Sturm

Diplomand	Jan Sturm
Examinator	Prof. Dr. Daniel Patrick Politze
Expertin	Dr. Noelle Jufer, Dr. Acél & Partner AG, Zürich, ZH
Themengebiet	Geschäftsmodell, Marketing und Vertrieb
Projektpartner	Elektron AG, Au, ZH

Smart Waste Management - Zielgruppenbestimmung und Pricing-Konzept

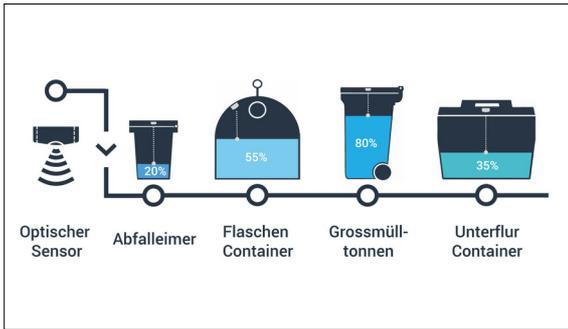


Abbildung 1: Einsatzgebiete von Füllstand-Sensorik

Ausgangslage: Die Elektron AG bedient ihre Kunden aus dem Stadt- und Energiemarkt-Umfeld durch ihre fünf spezialisierten Geschäftsbereiche Antriebe, Elektronik, Licht, Zahlungssysteme und Smart City. Jeder Geschäftsbereich ist schlank organisiert, hat eine starke Verankerung in seinem Zielmarkt und fokussiert sich ganz auf die Erfüllung der jeweiligen Kundenbedürfnisse.

In Kooperation mit der Partnerfirma Nordsense hat die Elektron AG ein Smart Waste Management System auf den Markt gebracht. Mittels optischer Sensorik kann der Füllstand von Abfallbehältern gemessen und so mit den gesammelten Daten die Abfallsammlung optimiert werden. Eine automatische Routenplanung über ein Navigator App steigert die Effizienz der Entsorgungslogistik. Einsatzgebiet sowie Funktionsprinzip dieser Lösung sind in den Abbildungen 1 und 2 schematisch dargestellt. Für die Bearbeitung des Schweizer Marktes soll mehr über dessen Bedürfnisse in Erfahrung gebracht werden.



Abbildung 2: Funktionsprinzip der Smart Waste Management Lösung

Problemstellung: Die Frage, an wen sich der Business Case der Elektron AG wenden soll, ist ein zentraler Aspekt für die nächsten Schritte der Elektron AG. In Rahmen der Arbeit soll Knowhow über die Organisations- und Kostenstruktur der Schweizer Abfallwirtschaft erarbeitet werden, um anschliessend den Markt zu segmentieren und eine fokussierte Zielgruppe festzulegen. Zusätzlich sollen die erlangten Erkenntnisse zur Kostenstruktur der Schweizer Abfallwirtschaft dazu genutzt werden, um ein Pricing-Konzept zu erarbeiten, das auf die Zielgruppen im Schweizer Markt ausgerichtet ist.

Ergebnis: Um eine genauere Einsicht in die Organisations- und Kostenstrukturen der Schweizer Abfallwirtschaft zu erhalten, wurden Tiefeninterviews mit den Hauptverantwortlichen von diversen Städten und Gemeinden, Abfallbehälter-Herstellern und Transportdienstleistern durchgeführt.

Anhand der Ergebnisse der Interviews wurde eine Stakeholder-Analyse erstellt und die Kunden segmentiert. Die Kundenbedürfnisse wurden analysiert und eine Strategie zum Segmentfokus sowie zur Segmentbearbeitung vorgeschlagen.



Abbildung 3: Vorgehen Pricing-Konzept

Auf Basis eines wertbasierten Pricing-Ansatzes wurde ein Pricing-Konzept für den Schweizer Markt erarbeitet. Die Preisfestsetzung stützt sich dabei auf der Wertschöpfung des Angebots für die Kunden. Das bereits existierende Preismodell des Partners Nordsense wurde übernommen und auf den Schweizer Markt angepasst. Um die generierte Wertschöpfung zu quantifizieren, wurde eine Use Case Analyse zur Erhebung der möglichen Kostenreduktionen gemacht. Zusätzlich wurde auf bereits erhobene Daten zu den Kosten der heutigen Abfallwirtschaft in der Schweiz zurückgegriffen. Das Vorgehen wird in Abbildung 3 visualisiert.