

Babsy: Strategische Expansion

**Master of Science in Business Administration
with a Major Innovation Management der Fernfachhochschule Schweiz**

Autor(en): *Jeffrey Waser, Säntisstrasse 3, 8560 Märstetten
jeffrey.waser@students.ffhs.ch
Stephanie Roquand Antar, EDA (Pristina)
stephanie.roquand@students.ffhs.ch
Martin Albrecht, Wiesentalstrasse 95, 7000 Chur
martin.albrecht@students.ffhs.ch
Jefferson Ian Monteza, Hardstrasse 28, 8424 Embrach
jefferson.monteza@students.ffhs.ch*

Einreichdatum: *05.06.2021*

Referent: *Dr. Armon Pfister
Prof. Dr. Hagen Worch*

Vorwort

Im Rahmen des Moduls Strategic Planning I (INN51) im 2. Semester des Master of Science Studienganges an der Fernfachhochschule Schweiz (FFHS), durften wir eine höchst interessante, top aktuelle und praktische Aufgabenstellung bearbeiten. Diese hat uns alle sehr stark beansprucht und herausgefordert. Wir sind jedoch mit einem kühlen Kopf an die Sache herangegangen und sind daher an dieser Aufgabe gewachsen und haben sehr viel für spätere Semester- und Abschlussarbeiten profitieren können. Auch war die Zusammenarbeit im Team sowie mit den Auftraggebern und den betreuenden Dozenten sehr gut, wofür wir sehr dankbar sind. Wir hoffen, dass wir mit unserer Arbeit und den erarbeiteten Ergebnissen einen Mehrwert für Babsy schaffen und den Weg für eine erfolgreiche Zukunft ebnen konnten. Wir sind sehr dankbar, dass wir diese Fragestellung als Team angehen durften und so einen Teil der Babsy Gemeinschaft geworden sind. Wir wünschen Andrea und dem ganzen Babsy Team auf diesem Weg bereits viel Erfolg und Power für die Zukunft. Wir sind uns sicher, dass wir in naher Zukunft noch viel von Babsy in den Medien hören und sehen werden.

Management Summary

Babsy wurde als Non-Profit Unternehmen mit dem Fokus der Kinderbetreuung gegründet. Die Idee, welche hinter Babsy steht, ist eine sichere, vertrauenswürdige und liebevolle Anlaufstelle für Kinderbetreuung für berufstätige Eltern zu sein. Babsy ist aktuell auf das Endkundengeschäft ausgerichtet, um weiter wachsen zu können, soll der B2B Markt ins Auge gefasst werden. Für Babsy entspricht diese Expansion einer Marktentwicklung welche Opportunitäten wie auch Risiken beinhaltet. Im Rahmen dieser Forschungsarbeit sollen die Grundlagen für die geplante strategische Expansion erarbeitet werden. Die Eintrittsstrategie soll auf den Erkenntnissen dieser Forschung basieren. Zunächst sollen hierzu die Kundenbedürfnisse abgeklärt werden. Die Geschäftsleitung von Babsy vermutet eine Diskrepanz zwischen den Erwartungen berufstätiger Eltern sowie der Sichtweise bzw. den angebotenen Dienstleistungen der Unternehmen. Es liegt die Vermutung nahe, dass berufstätige Eltern eine andere Erwartung an eine zeitgemässe Kinderbetreuung haben, als dies den Unternehmen allenfalls bewusst ist. In einem ersten Schritt werden mittels sogenannter Discovery Interviews die Leitplanken für das Projekt gesetzt. Es geht darum, sich mit der Thematik vertraut zu machen und zu verstehen, wo genau das Problem liegt. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen werden in einem weiteren Schritt quantitative Umfragen durchgeführt. Einerseits werden berufstätige Eltern sowie auf der anderen Seite die personalverantwortlichen Stellen verschiedener, kleiner und grösser Unternehmen zu konkreten Sachverhalten direkt befragt. Gleichzeitig findet ein Studium gängiger Literatur zu den Themen Führungsstile, betriebliche Personal- und Familienpolitik vs. staatliche Familienpolitik, Arbeitszeitmodelle sowie Kinderbetreuung statt. Die Auswertungen der entsprechenden Fragebögen sowie Interviews haben ergeben, dass die Mehrheit der befragten Personen mit der aktuellen Situation zufrieden ist. Es hat sich auch gezeigt, dass viele Unternehmen auf eine finanzielle Unterstützung der Mitarbeitenden verzichten, dafür flexible Arbeitszeitmodelle zur Verfügung stellt. Auch hat sich gezeigt, dass die Unternehmen auch in Zukunft nicht gross in die Kinderbetreuung investieren werden. Viele Firmen wurden durch die noch immer andauernde Corona Krise dermassen unter Druck gesetzt, dass andere Vorhaben priorisiert werden. Unsere Gruppe schlägt daher der Geschäftsleitung von Babsy vor, branchenorientiert auf die Unternehmen zuzugehen. Es könnten vor allen anderen der Detailhandel, die Finanzberatung und Banken, das Gesundheits- und Sozialwesen sowie der öffentliche Sektor geeignete Partner für Babsy sein. Hier lohnt es sich, weiter zu investieren und direkt auf diese Unternehmen zuzugehen.