

**Berufsprüfung für Verkaufsfachleute mit eidg. Fachausweis  
Examen professionnel pour spécialiste de vente avec brevet fédéral  
Esame per l'attestato professionale federale di specialisti di vendita**

**Prüfung 2010**

**Verkaufsförderung / Werbung**

**Prüfungszeit: 120 Minuten**

Aufgabe	Punkte
1	8
2	38
3	33
4	<u>21</u>
Total	100

Dieser Fall umfasst 8 Seiten inkl. Deckblatt. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie den Fall vollständig erhalten haben.

## **Bikestar AG**

### **Das Unternehmen**

Vor knapp 15 Jahren hat ein kleines Tüftler-Team im Schweizer Mittelland seine Vision eines elektrifizierten Velos umgesetzt. Nachdem der Prototyp eines elektrifizierten Fahrrades 1995 die ersten Runden gedreht hatte, wurde von 1996 bis 2000 ein erstes Produkt in Kleinserie hergestellt: das Bike Classic. Das Echo im Markt war hervorragend. Allerdings mussten die E-Bike-Pioniere bitter erfahren, dass Markterfolg nicht automatisch auch wirtschaftlicher Erfolg bedeutet. Die zur Amortisation der hohen Investitionen notwendigen Erträge wurden nicht erreicht. Die drohende Auflösung des jungen Betriebes konnte dank der Unterstützung innovativer Investoren und der Übernahme der Unternehmensleitung durch ein neues marktorientiertes Ingenieur-Team verhindert werden.

Die Entwicklung eines neuen Zweirad-Mobilitätsproduktes, welches weltweit den Massstab setzen soll, wurde in enger Zusammenarbeit mit Hochschulen, Zulieferern und Behörden realisiert. 2003 lancierte Bikestar AG mit ihren 12 Mitarbeitern das erste Elektrofahrrad Europas mit der neuen Lithium-Ionen Batterie-Technologie. Ein Quantensprung war gelungen. Das Fahrzeug wurde konsequent auf die Bedürfnisse der Endverbraucher ausgerichtet (tiefer Einstieg, solide und zuverlässige Technik, hochwertige Komponenten, geringes Gewicht) und hebt sich auch durch das Design als eigenständiges Produkt ab.

Die Bikestar-Produkte werden in der Schweiz gefertigt. Eine Verlagerung der Montage in Niedriglohnländer kommt für das Management der Bikestar AG auf keinen Fall in Frage, im Gegenteil. Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung hat das Unternehmen vor knapp zwei Jahren entschieden, vom bisherigen, logistisch ineffizienten Standort in ein neues, auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Werk mit Minergie-Standard umzuziehen. Mit ehrgeizigem Zeitplan wurde geplant und nach rekordverdächtigen zehn Monaten Bauzeit kann das Minergie-Werk der Bikestar AG am neuen Standort Ende Juli 2010, also in wenigen Wochen, bezogen werden.

Nachdem die Firma Ende 2008 noch knapp 30 Personen beschäftigte, beträgt die Mitarbeiterzahl mittlerweile rund 45 Personen. Dank ihrer innovativen Unternehmensphilosophie hat Bikestar AG in der Schweiz bereits einen Marktanteil von gegen 45% erarbeitet und wird sich weiterhin im In- und Ausland positiv entwickeln. Der Umsatz liegt bei 12'000 Stk. (davon 3'500 Stk. im Ausland) oder CHF 32 Mio.

Die Organisation der Bikestar AG gliedert sich heute in folgende Bereiche:

Geschäftsleitung		2
Beschaffung/Produktion		27
Marketing/Vertrieb	ID	7
	AD	3
	Export	2
Tourismus/Events		<u>4</u>
Total Mitarbeiter		45

## **Marktbearbeitung**

Bikestar AG hat die Schweiz in drei Regionen aufgeteilt. Der grösste Umsatzanteil wird im Raum Mittelland/Tessin erzielt, gefolgt von der Westschweiz und dem Raum Ostschweiz. Bikestar AG arbeitet ausschliesslich mit dem Fachhandel zusammen. Die Exportgeschäfte in den deutschsprachigen Nachbarländern Deutschland und Österreich sind erfolgreich angelaufen.

## **Marktinformation Schweiz**

### **Trend in der Schweiz**

Lockere Fahrt in ein neues Lebensgefühl: Locker gegen den Wind!

Wer sich zum ersten Mal auf ein Elektrobike setzt, kommt aus dem Staunen nicht mehr heraus. Das sonst oft mühsame Anfahren, besonders in hohen Gängen, gelingt auf dem E-Bike fast wie von selbst. Von 0 auf 20 in drei Sekunden, sozusagen. Normalerweise bringen Gegenwind und Steigungen Velofahrer schnell einmal ins Schwitzen. Mit dem Elektrobike ist dies kein Problem. Leichte Steigungen können plötzlich im grössten Gang bewältigt werden. Auch vom Gegenwind lässt sich ein E-Bike-Fahrer nicht aus der Ruhe bringen.

Hightechmodelle kosten heute im Fachhandel bis zu 6'000 Franken, günstige Ausführungen vom Discounter sind ab 1'500 Franken zu haben. Der Stromverbrauch ist bescheiden. Bei einem Bikestar beträgt er nur 1 Kilowatt auf 100 Kilometer, was einem Deziliter Benzin entspricht. Ein Akku reicht bei voller Leistung für 80 Kilometer, und gute E-Bikes erreichen Geschwindigkeiten bis zu 40 Stundenkilometer.

### **E-Bike statt Zweitauto**

E-Bikes bestimmen einen neuen Lebensstil. Kommt ein Kind auf die Welt, überdenken viele Familien ihr Mobilitätsverhalten. Statt ein Zweitauto zu kaufen, entscheiden sich viele für ein Elektrobike mit einem Kinder-Anhänger. Dank der Lithium-Ionen-Batterie lässt sich dieser leicht ziehen. Auch im Pendlerverkehr ist das E-Bike das perfekte Transportmittel: kein Stau, keine nervige Parkplatzsuche. Man kommt schnell und entspannt an seinen Arbeitsplatz.

### **Marketingphilosophie:**

Bikestar AG lässt sich für ihre Premium-E-Bikes von folgender Philosophie leiten:  
*Einschalten, aufsitzen, losfahren – mehr braucht es nicht, um mühelos und mit einem Lächeln auf den Lippen jeden Schweizer Alpenpass zu „erfahren“.*

### **Marketing-Strategie-Ansätze**

Bikestar AG ist überzeugt, dass dem Kaufentscheid fast immer ein **Fahrerlebnis** auf ihren E-Bikes vorausgeht. Dieses Erlebnis kann durch Miete eines E-Bikes am

Hauptsitz von Bikestar AG nach vorgängiger Anmeldung 7 Tage in der Woche, oder bei den Regional-Händlern erfolgen. Aus der Überlegung heraus, dass Herr und Frau Schweizer in den wenigsten Fällen zu Hause vor den Augen ihrer Nachbarn Probefahrten mit einem E-Bike unternehmen, suchte Bikestar AG weitere Wege, um den Spass vermitteln zu können und wagte 2003 den ersten Schritt mit Mietstationen in einer Ferienregion. Mit grossem Erfolg: Inzwischen kann die Schokoladenseite des Radfahrens in zahlreichen Tourismusregionen **erlebt** werden! So können potenzielle Kunden in entspannter Atmosphäre ohne Kaufdruck von den Vorteilen, die ein Bikestar bietet, überzeugt werden. 2008 waren es bereits 500 E-Bikes an 150 Vermiet-Stationen. So stehen u.a. Schweizweit an 35 Bahnhöfen über 300 E-Bikes zum mietweisen Gebrauch bereit. Eine Zusammenarbeit, die mit der Organisation „Rent a Bike“ (Velovermietung am Bahnhof) unter der Bezeichnung „Rent a Bikestar“ aufgebaut wurde.

Nebst Vermiet-Stationen, inklusive der 35 Bahnhöfe, können bei weiteren 400 Stützpunkten (wie z. B. Restaurants/Hotels an wunderschönen Velorouten) Batterien getauscht werden. Somit ist die Mobilität nicht nur auf eine Batteriefüllung beschränkt.

Auch an den slow-up Anlässen (regionale Velofeste auf abgesperrten Strassen) ist Bikestar AG aktiv dabei. Dabei können an beiden Endpunkten bei den Bahnhöfen E-Bikes gemietet werden. Deshalb kann die Strecke je nach Lust und Bahnverbindungen sowohl vom Start- wie vom Zielpunkt aus in Angriff genommen werden.

Bikestar AG **setzt auf erlebte Emotionen** und strebt eine positive Ansteckung von möglichen Käufern durch begeisterte Benutzer ihrer E-Bikes an. Dies gelingt so überzeugend, dass der Unternehmensverantwortliche bereits von einem “Pandemie-Marketing“ spricht.

### **Entwicklungen im Produktsortiment**

Bikestar AG hat im Verlauf der letzten Jahre ihr Angebot zu einem umfassenden Komplettdienstprogramm im Elektrofahrrad-Markt entwickelt. Auch werden alle E-Bikes mit einem personalisierten Code des Produktverwenders gekennzeichnet und sind dadurch entsprechend Diebstahlsicher.

Mit der neuesten Entwicklung der **Generation 2010** sind die E-Bikes schneller, edler, mobiler:

**Die S-Serie:** S-Serie Version mit 28-Zoll-Laufrädern (Varianten Street und Urban).

**Die K-Serie:** Die neue K-Serie mit Karbon-Rahmen.

**Das Faltrad:** Der faltbare Bikestar neu mit Premium-Motor ausgestattet, ist mit Naben- wie auch mit Kettenschaltung erhältlich.

**Die X-Serie – auch hinten gefedert:** Mit der X-Serie geht das Unternehmen nun noch einen Schritt weiter. Mit Federung an beiden Rädern (die bisherigen Modellreihen besitzen nur Vorderrad-Federung) und Leichtbau (Gewicht unter 20 kg) richtet sie sich ganz gezielt an eine sportliche Klientel (40 bis 50 jährige Männer und Frauen, gesund, gutsituiert, mit Freude an der Natur und leichter körperlicher Betätigung), die ihr Elektro-Gefährt auch abseits befestigter Strassen einsetzen will.

### **Distribution**

Vor fünf Jahren führten erst etwa 5% der Velohändler E-Bikes, von denen Bikestar AG 90% belieferte. Vor zwei Jahren hatten 20% der Velohändler E-Bikes im Sortiment, von denen Bikestar AG 70 – 80% belieferte, heute führen die meisten Händler E-Bikes. Der Anteil von Bikestar AG ging auf 40 – 45% zurück. Dies aus dem einfachen Grund, dass Bikestar AG ihre Partner sorgfältig auswählt und nur immer den besten Velohändler in einem Ort beliefert. Diese Partner müssen auch den Grundgedanken von Bikestar AG mittragen und marketingmässig mitziehen.

### **Angebote auf dem Markt**

E-Bikes gibt es heute im Markt in unterschiedlicher Ausführung und Provenienz. Rund 20 Anbieter führen Elektrovelos im Sortiment, die sie allesamt importieren. Diese Fertigvelos kommen aus Niedriglohnländern wie China und Taiwan. Sie werden dort hergestellt und tel quel in die Schweiz geliefert. Die Billig-Konkurrenz aus Fernost sieht der Unternehmensleiter nicht als Bedrohung, sondern als Chance. Sie helfe, das Produkt am Markt noch bekannter zu machen.

Bikestar AG ist dagegen auf höchstem Qualitätsstandard positioniert und ist der einzige Anbieter, der in der Schweiz produziert und die hier nicht erhältlichen Komponenten wie Schaltgruppe, Tretlager etc. nach strengsten Kriterien bei bekannten Markenherstellern wie Shimano oder Campagnolo bezieht. So sind Bikestar E-Bikes Highend-Produkte mit echtem Swiss Finish. *Der Premium-Philosophie entsprechend werden die Bikestar-Produkte nicht in Aktionen oder mit Preis-Nachlass verkauft.*

### **Elektrovelos stärken den Fachhandel**

Mit rund 315'000 neuen Velos bewegten sich 2008 die Verkäufe in der Schweiz knapp über Vorjahresniveau. Vor allem dank des enormen Wachstums bei den E-Bikes stieg der Branchenumsatz um 6,5 Prozent auf 394 Millionen Franken. Die Verbandsstatistik zeigt für das Jahr 2008 für mehrere Velotypen leicht rückläufige Verkäufe. Kompensiert wurden diese jedoch durch die Elektrovelos. 17'631 E-Bikes wurden abgesetzt, also doppelt so viele wie im Jahr zuvor. Mit einem Marktanteil von rund 5,6 Prozent werden E-Bikes inzwischen fast so häufig verkauft wie klassische Strassenrenner.

### **Vorgaben der Geschäftsleitung zum weiteren Ausbau der Marktstellung**

Die Distribution konnte in der Ostschweiz soeben mit fünf neu akquirierten Händlern erhöht werden. Zudem soll das erfolgreich ausgebaute Netzwerk von Partnerschaften mit anderen Organisationen wie Reiseveranstaltern, Gastronomie, Tourismus etc. vertieft werden.

Auf der Velomesse Eurobike in Friedrichshafen will Bikestar AG die Neuheiten der Saison präsentieren. Beim sich abzeichnenden Trend des boomenden Marktes für Elektrowelos will sie sich als innovativer und futuristischer Anbieter profilieren.

Das neuerstellte Werk ist ein weiterer Meilenstein in der noch jungen Geschichte von Bikestar AG. Mit einem würdigen Tag der offenen Tür soll dieser gelungene Neubau mit seinen besonderen, anspruchsvollen Vorgaben der Öffentlichkeit, Behörden, Bewohnern und der Kundschaft, aber auch den Mitarbeitenden mit ihren Familien Mitte September 2010 auf Image fördernde Weise vorgestellt werden.

Sie sind als Verkaufsfachmann/-frau bei Bikestar AG tätig und werden mit der Lösung der folgenden Aufgaben betraut.

### **Annahmen:**

*Nutzen Sie zur Lösung der Fallstudie die vorhandenen und vorgegebenen Informationen, auch wenn Sie über spezifische Marktkenntnisse verfügen sollten. Fehlende Angaben können Sie selber festlegen. Kennzeichnen Sie diese als eigene Annahmen.*

### 1. Aufgabe

8 Punkte

**Definieren** Sie die **Zielgruppen** für die neue X-Serie von Bikestar AG, so dass man sie als Briefing-Vorlage für eine Agentur verwenden könnte.

### 2. Aufgabe

38 Punkte

Die fünf neu akquirierten Fach-Händler im Gebiet Ostschweiz (Raum Winterthur/ Schaffhausen bis und mit Graubünden) will die Geschäftsleitung im Jahr 2010 mit geeigneten Verkaufsförderungs-Aktivitäten unterstützen und ihnen den Start in diesem Gebiet erleichtern.

Die Geschäftsleitung stellt ein Budget von CHF 100'000 bereit.

**Stellen** Sie einen entsprechenden **VF-Plan** (Achtung: keine Werbung!) für die fünf neuen Händler zusammen.

Zielgruppen	4 Punkte
Ziele	6 Punkte
Massnahmen inkl. Begründung	13 Punkte
Zeitplan	4 Punkte
Budget	6 Punkte
Kontrolle	5 Punkte

### 3. Aufgabe

33 Punkte

Tag der offenen Tür: Die Geschäftsleitung plant in einem 3-Tages-Event, vom Donnerstag 9. bis Samstag 11. September 2010 das neu erstellte Geschäftshaus einer breiten Öffentlichkeit und ihren Kunden vorzustellen.

#### Aufgabe 3.1

8

**Notieren** Sie auf einer **Liste**, wen Sie auf welchen Tag einladen wollen. **Begründen** Sie, weshalb die Anwesenheit dieser Personen/Zielgruppen gewünscht wird und mit welchen Anreizen Sie erreichen, dass sie den Tag der offenen Tür besuchen.

#### Aufgabe 3.2

25

**Erstellen** Sie einen entsprechenden **Aktivitäten-Plan** mit Termin- und Kostenangaben für diesen imagefördernden Event. Das Budget beträgt CHF 80'000.

Ziele	4 Punkte
Gestaltung der Tages-Programme	15 Punkte
Kosten	6 Punkte

#### 4. Aufgabe

21 Punkte

An der weltgrössten 5-tägigen Fahrradmesse (Fachmesse) in Friedrichshafen will Bikestar AG ihre neusten E-Bikes vorstellen.

**Zeigen** Sie anhand einer **Checkliste** auf, wie Sie die Teilnahme als Aussteller planen, durchführen und beurteilen.

**Messevorbereitung**, inklusive messespezifische Kommunikation

14

**Messenachbearbeitung**

7

Jede aufgeführte Aktivität/Massnahme ist **zu begründen**, damit ersichtlich ist, was damit erreicht/bezweckt werden soll.