

**Berufsprüfung für Marketingplaner mit eidg. Fachausweis
Examen prof. pour techniciens en marketing avec brevet fédéral
Esame per l'attestato professionale federale di tecnico di marketing**

Prüfung 2006

Verkauf

Xiron AG

Prüfungszeit: 2 Stunden

Aufgabe	Punkte
1	8
2	8
3a	5
3b	5
3c	5
3d	3
4	8
5a	4
5b	5
5c	3
6	6
Total	60

Im Interesse der Lesbarkeit wurde darauf verzichtet, bei Personenbezeichnungen jedes Mal auch die weibliche Form zu schreiben.

Diese Aufgabe umfasst 8 Seiten inkl. Deckblatt. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie die Aufgabe vollständig erhalten haben.

Bitte beachten: Es dürfen keine Lösungsblätter zusammengeheftet werden.

Fall Xiron AG

Die 1975 gegründete Xiron AG mit Sitz in Sursee gehört heute zu den weltweit führenden Anbietern von Montageanlagen. Xiron konzentriert sich dabei auf folgende Absatzmärkte:

- Automobilindustrie
- Elektrotechnik
- Telekommunikation
- Datenkommunikation
- Haushaltgeräte

Die Xiron-Gruppe betreibt heute Produktionswerke in der Schweiz, in den USA, in Spanien, in Frankreich und in China. Die gesamte Gruppe erwirtschaftete 2005 weltweit einen Umsatz von CHF 225.5 Mio. und beschäftigt Ende Jahr 707 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zudem ist ein weltumspannendes Vertriebs- und Servicenetz aufgebaut.

Die Montageanlagen

Auf den Xiron Montageanlagen entstehen vollautomatische Stecker, Sensoren wie zum Beispiel die Träger der SIM-Card von Mobiltelefonen, Airbag-Zündpillen oder Raumtemperaturfühler.

Der Verkaufspreis einer Xiron Montageanlage liegt zwischen CHF 0.75 Mio. und CHF 5.0 Mio. Dabei betragen die Materialkosten ca. 45 % des Verkaufspreises. In erster Linie steht den Kunden ein umfassendes Dienstleistungsangebot wie die Beratung bei der Wahl der richtigen Lösung, die Entwicklung kundenspezifischer Anwendungen, Inbetriebnahme, Schulung, Service und Support zur Verfügung.

Marktkennzahlen

Der globale Montageanlagen-Markt wird in Teilmärkte mit folgenden Marktvolumen aufgeteilt. Xiron AG ist in den gekennzeichneten Märkten tätig. Die Teilmarktentwicklung wird in den verschiedenen Märkten unterschiedlich prognostiziert:

Teilmarkt	Montage von (Beispiele)	Marktvolumen	Xiron tätig	Teilmarkt-Entwicklung
EES Montage von elektronischen Bauteilen	<ul style="list-style-type: none"> • Auto Steuergeräte • Waschmaschinensteuergeräte 	CHF 900 Mio.	ja	→
MES Montage von mechanischen Bauteilen	<ul style="list-style-type: none"> • Autoscheibenwischblätter • Militärsackmesser 	CHF 750 Mio.	ja	↘
WPS Montage von Kabeln mit Steckern	<ul style="list-style-type: none"> • Kabel inkl. Stecker für das Autoradio • Überbrückungskabel für die Autobatterie 	CHF 50 Mio.	ja	↗
PVS Montage von Solarzellen	<ul style="list-style-type: none"> • Solarzellen auf Hausdächern 	CHF 80 Mio.	nein	↗
MTS Verpacken von medizinischen Artikeln	<ul style="list-style-type: none"> • Verpacken von Spritzen • Abfüllen von Hustensirup 	CHF 620 Mio.	nein	↑

Marktbearbeitung

Xiron AG ist weltweit mit Tochtergesellschaften, Vertretungen und Handelspartnern in folgenden Ländern tätig. Die Umsatzaufteilung setzt sich wie folgt zusammen:

• Deutschland	21.0 %	CHF 47.355 Mio.
• Schweiz	14.0 %	CHF 31.570 Mio.
• Italien	13.0 %	CHF 29.315 Mio.
• Spanien	12.0 %	CHF 27.060 Mio.
• Frankreich	10.0 %	CHF 22.550 Mio.
• England	8.0 %	CHF 18.040 Mio.
• Polen, Ungarn, Slowakei, Tschechien	7.0 %	CHF 15.785 Mio.
• USA	6.0 %	CHF 13.530 Mio.
• China	5.0 %	CHF 11.275 Mio.
• restliches Asien	4.0 %	CHF 9.020 Mio.

Schwachpunkte der Xiron AG

Beim Erstellen der neuen Marketingstrategie wurden folgende Schwachpunkte der Xiron AG herausgefunden:

- Markt Asien wird zu schwach bearbeitet
- Serviceleistungen (Ersatzteile, Wartungsverträge, Helpline, Produktionsunterstützung, Serviceeinsätze, usw.) sind bis heute mit einem Jahresumsatz von CHF 20 Mio. vernachlässigt worden
- Nur in einem wachsenden "Teilmarkt (WPS)" tätig

Strategische Zielsetzungen

Die Geschäftsleitung der Xiron AG hat sich folgende strategische Ziele gesetzt:

- Im Jahr 2010 soll der Jahresumsatz 400 Mio. CHF betragen
- Im Jahr 2010 soll der Jahresumsatz von Serviceleistungen 50 Mio. CHF betragen
- Bearbeitung des stark wachsenden Teilmarktes MTS

Expansion der Xiron AG

Die Xiron AG übernimmt per 1. Januar 2006 die **Medtech SA** mit Sitz in Genf. Medtech SA ist in der Montageautomation einer der weltweit führenden Anbieter in der Medizinaltechnik (Teilmarkt: **MTS**). Mit dieser Übernahme gelingt es Xiron, einen raschen Einstieg in den Teilmarkt Medizinaltechnik sicherzustellen.

Der durchschnittliche Verkaufspreis einer Medtech Montageanlage beträgt CHF 0.75 Mio. (von CHF 0.2 Mio. bis CHF 1.1 Mio.). Beim Zusammenbau der Medtech Montageanlagen muss im Gegensatz zu den Xiron Anlagen auf Sauberkeit und Reinheit geachtet werden. Die Montagemitarbeiter tragen bei gewissen Montageprozessen Handschuhe und Haar-netze.

Medtech erwirtschaftete 2005 einen Umsatz von CHF 35.5 Mio. mit 95 Mitarbeitern. Der realisierte Betriebsgewinn betrug CHF 1.7 Mio. Der Zusammenschluss konnte ohne Personalabbau durchgeführt werden. Es sind auch in Zukunft keine Entlassungen geplant.

Medtech SA bearbeitet bis heute folgende Märkte (Prozentuale Aufteilung am Gesamtumsatz der Medtech SA)

• USA	45.0 %	CHF 15.975 Mio.
• Norwegen, Dänemark, Schweden	20.0 %	CHF 7.100 Mio.
• Deutschland	11.0 %	CHF 3.905 Mio.
• Spanien	9.0 %	CHF 3.195 Mio.
• Griechenland	9.0 %	CHF 3.195 Mio.
• Schweiz	0.5 %	CHF 0.178 Mio.
• Diverse	5.5 %	CHF 1.952 Mio.

Schwachpunkte von Medtech SA

Der sehr wichtige Medizinaltechnische Schweizer Heimmarkt wird mit einem Marktpotential von CHF 30 Mio. bewertet. Medtech SA hat mit rund 0.5 % Marktanteil keinen Einfluss auf das Marktgeschehen in der Schweiz. Durch die starke Pharmaindustrie ist die Schweiz ein wichtiger Wachstumsbarometer für die Montageautomations-Industrie. Sehr oft werden die Montageanlagen in der Schweiz geplant und eingekauft, der Produktionsstandort wird jedoch in "Billiglohnländer" verlegt. In der Schweiz gibt es 60 potentielle A-Kunden sowie ca. 120 B/C-Kunden. Der Verkaufsprozess einer Montageanlage dauert im Durchschnitt 6 Monate und es sind ca. 5 Kundenbesuche notwendig, die jeweils einen ganzen Tag (inklusive Vor- und Nachbearbeitung der Besuche) beanspruchen.

Zudem ist die Ausrichtung auf den amerikanischen Markt viel zu einseitig und somit sehr gefährlich. Der gesamte Umsatz wird in den USA mit nur 3 Grosskunden erzielt.

Der Verkauf auf dem Schweizer Markt wird bis heute von Herrn Max Birrer, Verkaufsleiter, sichergestellt. Durch die Überlastung von Herrn Birrer ist der Verkauf in der Schweiz fast inaktiv und es werden nur die drei bisherigen Grosskunden betreut.

Die Übernahme durch die Xiron AG verursachte bei verschiedenen Know-how-Trägern eine Verunsicherung. Zudem haben diverse Schlüsselpersonen die Medtech SA bereits verlassen. Im Montageanlagenbau ist sehr viel personifiziert und daher muss dieser unsicheren Stimmung grosse Beachtung geschenkt werden.

Zielsetzungen für Medtech SA

An der letzten Geschäftsleitungs-Sitzung wurden für die Medtech SA folgende Zielsetzungen definiert:

- Nutzung der Synergien zwischen der Xiron AG und der Medtech SA
- Auf- und Ausbau der Verkaufsaktivitäten auf dem Schweizer Markt. Steigerung des Marktanteils bis 2010 auf 20 %. Der Verkauf soll in der Schweiz direkt über einen Ausendienst gewährleistet werden.
- Steigerung des EBIT (Earnings Before Interest & Taxes) von 2 % (2005) auf 8 % bis 2008
- Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit, Verhinderung des Weggangs von Schlüsselpersonen

Aufgabe 1

8 Punkte

Erstellen Sie eine SWOT-Analyse mit je 2 Chancen und 2 Gefahren und je 2 Stärken und 2 Schwächen für die Medtech SA aus Sicht des Verkaufs.

Aufgabe 2

8 Punkte

Beschreiben Sie 4 Synergiepotentiale, die sich für die Medtech SA abzeichnen. Erstellen Sie eine Frageliste für die notwendigen Abklärungen, ob sich tatsächlich Synergien ergeben.

Aufgabe 3

Die Geschäftsleitung der Medtech SA hat entschieden, den Schweizer Markt intensiv zu bearbeiten. Dafür wird eine Verkaufsplanung erstellt.

Aufgabe 3a

5 Punkte

Definieren Sie für den Schweizer Markt 2 qualitative und 3 quantitative Verkaufsziele.

Aufgabe 3b

5 Punkte

Bestimmen Sie die Verkaufsstrategien für den Schweizer Markt.

Aufgabe 3c

5 Punkte

Erstellen Sie die primären Verkaufspläne für die Bearbeitung des Schweizer Marktes.

Aufgabe 3d

3 Punkte

Berechnen Sie die notwendige Anzahl Aussendienstmitarbeiter für die Erreichung der definierten Verkaufsziele und begründen Sie diese.

Aufgabe 4

8 Punkte

Herr Max Birrer hat für die neuen Aussendienstmitarbeiter (AD) folgende Ausbildungsziele für die ersten 3 Monate definiert:

- Der AD kennt die detaillierte Kundenstruktur des Schweizer Marktes
- Der AD kennt die wichtigsten Technologieprozesse der Medtech Montageanlagen
- Der AD kennt die internen administrativen Abläufe der Verkaufsabteilung
- Der AD ist über die Serviceleistungen der Medtech SA informiert

Beschreiben Sie detailliert 4 zentrale Ausbildungsmassnahmen zur Erreichung dieser Ziele.

Aufgabe 5

Herr Birrer hat entschieden, für die Bearbeitung der Schweizer Kunden im Oktober 06 eine Hausausstellung bei der Medtech SA zu organisieren. Als Ziel wurde definiert, dass 20 potentielle Kunden an der Hausausstellung teilnehmen werden. Für die Umsetzung stehen Ihnen CHF 15'000.-- zur Verfügung.

Aufgabe 5a

4 Punkte

Entwerfen Sie für den Verkauf einen Argumentationskatalog mit dem Mehrwert, den ein potentieller Kunde erwartet, wenn er an der Ausstellung teilnimmt.

Aufgabe 5b

5 Punkte

Erstellen Sie einen Massnahmenplan für den Verkauf, von der Einladung der Kunden bis zur Nachbearbeitung.

Aufgabe 5c

3 Punkte

Erarbeiten Sie das Budget.

Aufgabe 6

6 Punkte

Wie motivieren Sie Ihren Verkauf? Nennen Sie 2 verschiedene Möglichkeiten. Entscheiden Sie sich für eine Variante und Begründen Sie Ihren Entscheid.