

**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 2007

Verkauf

Badewannen Blues

Prüfungszeit: 2 Stunden

Aufgabe	Punkte
1a	6
1b	6
2a	6
2b	4
3a	4
3b	10
4	11
5a	5
5b	8

Total	60
--------------	-----------

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

Diese Aufgabe umfasst 6 Seiten inkl. Deckblatt. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie die Aufgabe vollständig erhalten haben.

Bitte beachten: Es dürfen keine Lösungsblätter zusammengeheftet werden.

Der Badewannen Blues

Geschichtliches: Die Geschichte des Badezimmers als Ort der Körperreinigung, Entspannung und Gesundheitsvorsorge ist so lange wie wechselvoll. Sie beginnt mit der üppigen Bade-Kultur in der Antike, hat einen Tiefpunkt im Barock und führt erst seit dem 19. Jahrhundert zum Badezimmer, wie wir es heute kennen.

Bis 1950 verfügten lediglich 69 % der Mietwohnungen in der Schweiz über ein eigenes Bad, bei den Arbeiterwohnungen waren es damals nur 54 %. Noch in den fünfziger Jahren waren samstäbliche Waschroutale üblich, das wöchentliche Bad war die Regel, die tägliche Dusche war die Ausnahme.

Im Januar 2005 beschliesst Fredy Clever, seine eigene Firma zu gründen. Nach all den Querelen, Ungerechtigkeiten und Mobbing-Attacken der vergangenen Jahre verlässt er seinen Arbeitgeber und gründet die Firma „Sanitop GmbH“ mit Sitz und Büro (inkl. Show-room/Lager) in Zug.

Wohnungsmarkt Schweiz

Gebäudeverteilung nach Gebäudealter, reine Wohngebäude:

bis 1920 (und älter)	11 %
1921 – 1960	18 %
1961 – 1980	23 %
1981 - 2006	27 %

Gebäudeverteilung nach Gebäudealter, Wohngebäude mit Zusatznutzen (= Restaurants, Läden, Büro, Gewerbe allgemein, etc.):

bis 1920 (und älter)	6 %
1921 – 1960	5 %
1961 – 1980	4 %
1981 - 2006	6 %

Anzahl Wohnungen in der Schweiz, Total per 2005: 3'650'000

Wohnbautätigkeit:

Die Wohnbautätigkeit in der Schweiz legte im 4. Quartal 2006 weiter zu. Die Anzahl neu erstellter Wohnungen erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal um mehr als 4 % auf 12'500 Neuwohnungen. Ende Dezember 2005 befanden sich 55'000 Wohnungen im Bau, was einem markanten Zuwachs von beinahe 13 % innert Jahresfrist entspricht.

Die Firma „Sanitop“:

Fredy Clevers Firma spezialisiert sich im Bereich **Badezimmer**. Zielsetzung ist es, als Komplettanbieter für die potentiellen Kunden aufzutreten (Motto: Alles aus einer Hand).
Zielkunden: 1. Bauherren (als Planer und Erbauer), 2. Sanitärinstallateure (Einbau/Montage) und 3. Architekten (als Beeinflusser der Bauherren). In der Zeit bis heute konnten lediglich 10 Geschäftspartner gefunden werden, mit welchen stetigen Umsatz erzielt werden konnte. Im Jahre 2006 konnte ein Umsatz von CHF 900'000.-- mit einer Marge von 18 % erzielt werden. Obwohl die Situation nicht zufrieden stellend ist hat sich Fredy Clever entschlossen, ab Mitte 2007 eine Büro-Assistentin einzustellen. Deren Aufgaben sind noch genauer zu definieren.

Das Sortiment von Sanitop:

- Duschkabinen: Umsatzanteil 50 %, Preise CHF 1'000.-- bis 2'500.-- (inkl. Dusch-Trennwände (auch nachträglicher Einbau in Altbauten), Preis CHF 300.-- bis CHF 500.--
- Armaturen/Accessoires: Umsatzanteil 15 %, Preise CHF 100.-- bis CHF 450.--
- Badezimmer Möbel: Umsatzanteil 20 %, Preise CHF 1'000.-- bis CHF 3'500.--
- Keramik (WC, Waschbecken): Umsatzanteil 15 %, Preise CHF 130.-- bis CHF 800.--

Die Lieferanten stammen aus folgenden Ländern:

Duschen und Badewannen:	Deutschland und Oesterreich
Armaturen und Accessoires:	Italien
Keramik:	Oesterreich

Lieferant neu: Im Frühling 2006 ist Fredy Clever auf einen neuen Produzenten für Duschen (komplettes Programm für Duschen) aus Ungarn gestossen. Dieser produziert Ware in Topqualität und beliefert namhafte Firmen in Westeuropa (Jahresumsatz 300 Millionen Euro). Die Einkaufs- und Lieferkonditionen sind sensationell und erlauben der Firma Sanitop eine Marge von 55 %.

Lieferungen NUR an Geschäftskunden (kein Verkauf an Private).

Mitbewerber im Markt Schweiz:

Generell kann davon ausgegangen werden, dass das Sanitärwesen in der Schweiz recht konservativ ist, was den Kunden/Lieferanten-Kontakt anbetrifft. Die Absprachen zwischen Bauherren und Zulieferanten sind sehr intensiv. Die grössten Sanitär-Zulieferer mit einem geschätzten Marktanteil von ca. 80 % sind die Sanitas-Trösch Gruppe, die Firma Richner und die Sabag-Gruppe.

Weitere Möglichkeiten / eventuelle Marktpartner:

Anzahl	(Firmen)	Anzahl	(Firmen)
21	Badezimmer Möbel Hersteller	3'840	Sanitärinstallateure
130	Badezimmer Einzelhandel	14	Hersteller Sanitärkeramik Porzellan
		200	Sanitärbedarf Grosshandel
16'331	Architekten, Bauplaner	130	Grosshandel Bauausstellungen
41'671	Bauunternehmen	192	Bau und Heimwerker Grosshandel
39	Hersteller Fertighäuser	62	Baumärkte
		140	Bau und Heimwerk Hersteller

Damit Sanitop weiterhin überleben kann, benötigt die Firma kurz und mittelfristig einen Umsatzschub. Zudem muss dringend die Kundenbasis massiv ausgeweitet werden.

Fredy Clever will in Zukunft seine Haupttätigkeit klar dem Verkaufen widmen. Stellen Sie sich vor, SIE wären jetzt in der Situation von Fredy Clever!

Aufgabe 1a

6 Punkte

Demnächst will nun Fredy Clever eine neue Mitarbeiterin, welche den Verkaufsdienst übernehmen soll, einstellen. Erstellen Sie den Stellenbeschrieb für diese Funktion.

Aufgabe 1b

6 Punkte

Erstellen Sie einen Ablaufplan für die Suche / Anstellung der neuen Assistentin.

Aufgabe 2a

6 Punkte

Gemäss den aufgeführten Zielkunden stellt sich die Frage, ob Fredy Clever seinen Hauptakzent auf den direkten (Bauunternehmer, Architekten, Hersteller Fertighäuser) oder indirekten Kanal (Baumärkte, Sanitär Grosshandel usw.) legen soll. Nennen Sie je 3 Argumente für und gegen die beiden Absatzmöglichkeiten.

Direkt		Indirekt	
Pro	Contra	Pro	Contra

Aufgabe 2b

4 Punkte

Entscheiden Sie sich für einen Vertriebskanal und begründen Sie Ihren Entscheid.

Aufgabe 3a

4 Punkte

Welche Kundengruppen soll Fredy Clever im ersten Halbjahr schwerpunktmässig bearbeiten? Nennen Sie die wichtigsten Kundengruppen aus der in der Aufgabenstellung aufgeführten Möglichkeiten. Begründen Sie Ihre Wahl ausführlich.

Aufgabe 3b

10 Punkte

Mit welchen 5 Verkaufs-Massnahmen sollen in den nächsten 6 Monaten im Bereich Duschen ein Umsatz von CHF 500'000.-- generiert werden? Begründen Sie Ihre Massnahmen.

Aufgabe 4

11 Punkte

Erstellen Sie für die Neukundenbearbeitung einen Verkaufsstufenplan.

Aufgabe 5

Da bekannt ist, dass sich viele Bauherren (egal ob Neubau oder Renovation) im Internet informieren, will Fredy Clever mit einer eigenen Homepage vertreten sein.

Aufgabe 5a

5 Punkte

Welche Grundsätze sollen / müssen aus Sicht des Verkaufs beim Aufbau einer Homepage beachtet werden? Nennen Sie 5 Überlegungen.

Aufgabe 5b

8 Punkte

Gemäss Ihrem Vorschlag wurde die Homepage nun erstellt und geht ins Netz. Welche zusätzlichen Massnahmen muss nun Fredy Clever noch ergreifen, um einen möglichst hohen Traffic auf die Homepage zu bringen? Was muss berücksichtigt werden, damit die Homepage als „Verkaufswerkzeug“ benutzt wird?

Nennen Sie 8 Punkte, welche dabei zu beachten sind.