

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

Prüfung 2011

Verkaufsplanung

Prüfungszeit: 180 Minuten

Aufgabe	Punkte
1	15
2	12
3	12
4	8
5	10
6	9
7	24
8	10
Total	100

Dieser Fall umfasst 22 Seiten inkl. Deckblatt. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie den Fall vollständig erhalten haben.

Fallstudie E-Cicleta GmbH

Alle Angaben im Fallbeispiel sind verändert und entsprechen nicht der tatsächlichen Marktsituation.

1. Ausgangslage

Unternehmen

Ein junger Techniker aus dem hügeligen Emmental hatte 1993 die Idee, ein Elektrovelo zu bauen. Um das steile Gelände müheloser zu bewältigen, montierte er eine Autobatterie an sein Fahrrad, einige «Kabeli und Steckerli» sowie einen Scheibenwischermotor – fertig war das erste Elektrovelo. Ab 1995 fertigte der junge Mann mit einem Kollegen das erste Serienprodukt in Kleinstückzahlen. Damit gewann er sogar einen Jungunternehmer-Preis.

Produziert wurde damals vor allem angebots- statt nachfrageorientiert. Die erste Fahrrad-Generation (Roter Büffel) setzte in der Velowelt zwar Massstäbe, war aber zu wenig zuverlässig und zu teuer. Die Investoren zogen sich im Jahr 2000 zurück, was dann zur Nachlassstundung führte. Ehemalige Mitarbeiter entschlossen sich, den Nachlass zu kaufen (Management Buy Out) und die neue Firma E-Cicleta GmbH in Bodio TI zu gründen. Es wurden neue, bedürfnisorientierte Produkte, sogenannte «Birdies» entwickelt. Ein Jahr später kamen diese auf den Markt. Dabei standen, statt der eigenen, die Kundenbedürfnisse im Fokus. Produziert wurde ein Velo, das leichter, einfach zu bedienen und für jedermann zu fahren war und eine grössere Reichweite hatte. Begonnen wurde mit 7 Mitarbeitenden, heute sind es 130. Der Geschäftszweck besteht aus der Entwicklung, Herstellung und dem Vertrieb der «Birdie» Produkte und weiterer innovativer Produkte der effizienten Zweirad-Mobilität. Gemäss dem Leitsatz «Wir produzieren keine Elektrofahrräder, sondern machen Menschen glücklich» sind die Marketing- und Verkaufsaktivitäten auf den Kunden-Markt ausgerichtet.

Marktsituation

Das Kundensegment umfasst Berufspendler im Alter von 20 bis 65 Jahren, die nicht verschwitzt zur Arbeit erscheinen wollen. «Birdies» bringen neue Leute aufs Velo, auch die weniger sportlichen in allen Alterskategorien von 14-95 Jahren. Auch die Wohnmobilisten/Caravaner (Campeure), als mobile Genussmenschen, gehören zur Zielgruppe. Produziert werden 9 verschiedene Modellreihen in 18 Ausführungen. Bis heute wurden über 100'000 Elektrovelos produziert. Der Vertrieb erfolgt vorwiegend über den Fachhandel.

Aufgrund der stark steigenden Absatz- und Umsatzzahlen haben auch die Grossverteiler diesen Teilmarkt entdeckt. Im Oktober 2010 stieg die Migros in den E-Bike-Markt ein. In Zürich wurde der erste E-Bike-Shop unter dem Label «M-way» eröffnet. Wer sich für ein E-Bike interessiert, wird zuerst von einem Bodyscanner vermessen. In Ergänzung dazu sorgt der M-way-Partner Zurich Financial Services für das passende Versicherungsangebot (Cross Selling).

2003 lancierte die E-Cicleta GmbH das erste Elektrofahrrad Europas, welches mit der neuen Lithium-Ionen-Technologie – ein Quantensprung – ausgestattet war. Das Fahrzeug wurde konsequent auf die Bedürfnisse der Endverbraucher ausgerichtet: tiefer Einstieg, solide und zuverlässige Technik sowie hochwertige Komponenten. Es hob sich durch sein Design als eigenständiges Produkt ab. Vor allem dank der «Birdie» B-Line und D-Line erreicht die Marke «Birdie» in der Schweiz einen Marktanteil von 70%. Der Absatz der Elektrofahrräder hat sich in den beiden Jahren 2009 und 2010 verdoppelt. Der Trend «schneller, edler, mobiler» wird sich noch verstärken.

Nachdem das Geschäft in der Schweiz mit einem Marktanteil von 70% hervorragend läuft, ist nun in einem nächsten Schritt der Markteintritt in den deutschen Markt geplant.

2. Vorgaben

Markt Deutschland



Der geplante **Markteinstieg** in der Bundesrepublik Deutschland erfolgt in den vier Regionen: Deutschland-Ost (⇒ neue Bundesländer), sowie in den Business- und Tourismusregionen D-Nord, D-West und D-Süd (⇒ alte Bundesländer). In Deutschland-Ost soll im Jahr 2012 ein **Absatz** von 6'000 Stück bei den Zielgruppen «45+» (Owners, Vitale, Silver Heads) und «Freizeitsportler» generiert werden. In den drei übrigen Regionen (alte Bundesländer) soll mit den Zielgruppen «Berufstätige» und «Touristen» ein Absatz von insgesamt 25'000 Stück generiert werden.

Distribution: Während der Vertrieb in der Region Deutschland-**Ost** über **Grossverteilermärkte (GVM)** erfolgt, ist für das restliche Bundesgebiet der Vertrieb über den **Fachhandel (FH)** vorgesehen. Da bei den GVM preislich «spitz» kalkuliert wird, sind die Birdie-Lines mit den tiefsten GVM-Preisen zu favorisieren. Für die Bearbeitung des deutschen Marktes wurde Anfangs 2011 das Tochterunternehmen E-Cicleta (Deutschland) GmbH in Frankfurt am Main gegründet

Kommunikation: Für den Einstieg in den Markt Deutschland hat die Geschäftsleitung der E-Cicleta GmbH ausserordentliche Mittel für die Kommunikation bewilligt. Für die Region Deutschland-Ost sind dies € 350'000, für die Regionen D-Nord, D-West und D-Süd sind es insgesamt € 750'000.

Markt Schweiz



Aufgrund des erfreulichen Wachstums im Bereich Absatz und Umsatz sollte im Jahr 2012 im Bereich Fachhandel die Anzahl der Kunden verdoppelt werden. Neu sollen diese Kunden in A-, B-, und C-Kunden gegliedert werden. Durch die Verdoppelung der Fachhandels-Kunden rechnet die E-Cicleta (Schweiz) GmbH mit einem Umsatzwachstum von 50%.

3. Interne Daten der E-Cicleta GmbH

Elektrofahrrad-Modelle 2011 in der Schweiz (Absatz von 30'000 Stück)

Birdie-Line	Eigenschaften	Absatz-Anteil in %	Change vs VJ in %
A-Line	Elektrofahrrad, eigenständiges Design mit starkem Motor und grossem Akku <ul style="list-style-type: none"> • Unisex-Rahmen (tiefer Einstieg) • Herrenmodell im Cruiser-Look 	13	+ 180
B-Line	Mit 28-Zoll-Rädern und progressivem Antrieb (Akku-Kapazität: 8 Ampere-Stunden) <ul style="list-style-type: none"> • Unisex-Rahmen (tiefer Einstieg) <ul style="list-style-type: none"> • Touren-Birdie • Trekking-Birdie 	20	+ 350
C-Line	Carbon-Rahmen-Serie (aus gewichtssparenden Carbon-Fasern); besticht durch Sportlichkeit und Eleganz <ul style="list-style-type: none"> • Unisex-Rahmen (tiefer Einstieg) • Herrenmodell im Cruiser-Look <ul style="list-style-type: none"> • Road • City 	13	+ 170
D-Line	Mit 26-Zoll-Rädern, progressivem Antrieb, der hohe Trittfrequenzen unterstützt und sportlichem Look <ul style="list-style-type: none"> • Herrenmodell <ul style="list-style-type: none"> • Street • Urban • Country 	16	+ 190
E-Line	Ergänzung zur D-Line; sportliche Alternative mit tieferem Einstieg, verspricht Genuss am Hang oder mit beladenem Anhänger <ul style="list-style-type: none"> • Unisex-Rahmen (tiefer Einstieg) 	10	+ 220
F-Line	Kompaktrad mit 20-Zoll-Laufrädern mit komfortabler Ballonbereifung (Laufruhe, Fahrkomfort) <ul style="list-style-type: none"> • Unisex-Rahmen (tiefer Einstieg) 	8	+ 280
G-Line	Mit gefedertem Hinter- und Vorderbau (Viergelenkdämpfung), noch sportlicher und geländegängiger; dynamisches Fahrgefühl bergauf und bergab <ul style="list-style-type: none"> • Herrenmodell <ul style="list-style-type: none"> • Road • Mountainbike • Massanfertigungen 	9	+ 190
H-Line	Faltrad; ideal für Berufspendler in Kombination mit ÖV, Wohnmobil und Camping mit dem Auto oder auf dem Schiff <ul style="list-style-type: none"> • Unisex-Rahmen (Tiefeinsteiger) 	9	+ 130
T-Line	Tandem; die beliebte Art gemeinsam lustvoll auszufahren <ul style="list-style-type: none"> • Herrenmodell 	2	+ 90
Total		100	+ 206

Birdie-Preise in Deutschland (Wechselkurs € 1 = CHF 1.5)

Birdie-Line	Preis		
	Grossverteilermarkt- (GVM) Preis	Fachhandels- (FH) Preis	Publikumspreis (inkl. 19% MwSt.)
A-Line	€ 1652	€ 1943	€ 2590
B-Line	€ 1907	€ 2243	€ 2990
C-Line	€ 3500	€ 4118	€ 5490
D-Line	€ 2522	€ 2967	€ 3490
E-Line	€ 2735	€ 3218	€ 4290
F-Line	€ 2710	€ 3188	€ 4250
G-Line	€ 3787	€ 4455	€ 5940
H-Line	€ 1460	€ 1718	€ 2290
T-Line	€ 2340	€ 2753	€ 3670

Schweizer Konsumenten zahlen im Schnitt 10% mehr. Grund: kleiner Markt, staatliche Vorschriften, hohe Verteilkosten.

Fachbegriffe

- Ein Elektrorad, Elektrovelo, Elektrofahrrad, E-Bike oder e-Bike ist ein Fahrrad mit zusätzlichem oder eingebautem Elektromotor. Die Versorgung des Elektromotors mit elektrischer Energie erfolgt in der Regel über einen abnehmbaren Akku. Als Pedelec wird ein Elektrorad bezeichnet, dessen elektrische Fahrunterstützung nur durch Treten der Pedale abgefordert werden kann («Rückenwind»).
- Für die Stromenergie-Bereitstellung stehen 4 Varianten zur Verfügung (Blei-Gel-Akkumulator, Nickel-Cadmium-Akku, Nickel-Metallhydrid-Akku, Lithium-Ionen-Akku). Der Lithium-Ionen-Akku ist die modernste Technik auf Elektrofahrrädern und wird von E-Cicleta GmbH als erstem Hersteller in Europa serienmässig eingesetzt. Das sehr geringe Gewicht von ca. 2.5 kg und die sehr hohe Kilometerleistung (mehr als 50 km) stellt den grössten Entwicklungssprung in der Geschichte des Elektrofahrrades dar.
- Für die Steuerung des Antriebes gibt es drei verschiedene Möglichkeiten (Gas-Drehgriff, Bewegungssensor, Drehmomentsensorik). Die Birdie-Modelle sind mit der berührungslosen Drehmomentsensorik (DMS) ausgestattet, welche jederzeit die Kraft auf den Pedalen misst und entsprechend auf den Fahrer reagiert. Die Systemsteuerung erfolgt mit den Füßen und nicht mit dem Kopf.
- Grundsätzlich werden 2 Antriebs-Varianten (Radnaben-Motoren und Antriebe im Tretlagerbereich) unterschieden. Die E-Cicleta GmbH setzt ausschliesslich Tretlager-Antriebe ein, die einerseits eine optimale Gewichtsverteilung für stabiles Fahrverhalten ermöglichen und gleichzeitig die störungsanfälligen Verkabelungen auf Batterie und Motor sowie die mühsame Demontage und Reparatur des Vorder- oder Hinterrades hinauf machen.
- Die Antriebsüberarbeitung wurde mit Hilfe eines Förderbeitrages von CHF 100'000 vom Bundesamt für Energie unterstützt. Die Elektrofahrräder sind emissionsfrei und tragen zur Reduktion des Autoverkehrs bei.

Wissenswertes

- Die Schweiz weist nach Japan weltweit die höchste Elektrofahrraddichte auf
- Birdies gehören in die Kategorie der sogenannten Pedelecs
- der Fahrrad-Fachhandel ermöglicht ausgiebige Probefahrten der verschiedenen Birdie-Modelle
- ein Birdie verbraucht auf 100 km gleich viel Energie wie drei Minuten warm duschen
- eine vollständige Birdie-Akku-Ladung benötigt Strom für ca. 5 Cents
- der Birdie-Antrieb ist nahezu geräuschlos
- die Birdies sind in bis zu vier Rahmengrössen erhältlich
- Birdies der Fahrrad-Kategorie dürfen die Radwege benutzen
- die Birdies sind mit einem Reifen bestückt, der «Plattfüsse» verunmöglicht
- der Durchstieg der Birdie-A-Line ist 12 cm tiefer als bei einem Damenrad
- die Birdies eignen sich als Zugfahrzeug für Kinderanhänger
- für die Birdies der Fahrrad-Kategorie ist kein Führerschein notwendig (ausser für 14- bis 16-jährige) und es besteht keine Helmpflicht
- beim Pedelec dürfen die Geschwindigkeiten von Mensch und Motor addiert werden, sodass auf der Ebene je nach menschlicher Kraft 35-45 km/h möglich sind
- beim Pedelec (Fahrräder nach Strassenverkehrsordnung) unterstützt der Motor das Treten. Im EU-Raum unterliegen Pedelecs weder Helm-, noch Versicherungs- und Führerscheinplicht (die EU-Richtlinien limitieren die mittlere Motorenleistung auf 250 W und die Unterstützung des Motors muss ab 25 km/h aussetzen)
- beim Elektroradverkauf ist die Fachberatung und der Service besonders wichtig.

Nutzergruppen

- Personen, die häufig mit Steigungen, Gegenwind oder viel Gepäck zu tun haben
- Postzusteller
- Ältere Menschen, denen wegen nachlassender Kraftreserven eine Unterstützung willkommen ist (grosse, stark wachsende Zielgruppe)
- Pendler, die mit dem unlimitierten, tretabhängigen Zusatzantrieb durchschnittlich schneller als mit jedem anderen Fahrzeug, aber trotzdem wenig verschwitzt vorankommen wollen
- Touristen (besonders in Gegenden mit ausgebautem Elektrorad- und Akkutauschdiensten)

Daten zur Geschäftsentwicklung

Schweiz

- Im Jahr 2011 wurde von der E-Cicleta (Schweiz) GmbH ein Umsatz von CHF 122 Mio generiert.
- 92% des Umsatzes generierte der Fachhandel (FH). Die restlichen 8% Umsatz stammen von den Sportmärkten.
- 260, das heisst 20% aller Fachhandelsgeschäfte sind Kunden der E-Cicleta GmbH.
- die Schweizer Fachhändler werden bisher durch einen AD-MA betreut. Aufgrund der langen Anfahrtswege konnte dieser durchschnittlich 3-4 Besuche pro Tag abwickeln.
- 50 Schweizer Bahnhöfe verfügen über Elektrovelo-Vermietstationen (Zusammenarbeit mit Wandeler Reisen).

Deutschland

- In Deutschland sollen die Produkte gegenüber der Schweiz im Schnitt 10% günstiger angeboten werden, um die Mehrwertsteuer einigermaßen auszugleichen.
- der Elektrorad-Fachhandel in Deutschland konzentriert sich zu 84% in den alten Bundesländern, da D-Ost noch nicht dieselbe Kaufkraft aufweist .

Potenzial des Velo-/Mofa-Vertriebs in der Schweiz



Absatzkanal	Total	Regionale Aufteilung		
	CH-D	CH-D	CH-F	CH-I
Grossisten	46	41	4	1
Fachhandel (FH)	1300	1066	201	33
Grossverteiler (Detailhändler)	Migros, Coop			
Discountmärkte	Conforama, Jumbo, Otto's (Billigstelektrofahrräder Made in China)			
Sportmärkte	Athleticum, Ochsner Sport, SportXX			
Hard-Discounter	Aldi, Lidl			

Potenzial des Velo-/Mofa-Vertriebs in Deutschland



Absatzkanal	Total-Anzahl
Grossverteilermärkte (GVM)	57
Fachhandel	12'000

Deutschland besteht aus 16 Bundesländern

Nr.	Kürzel	Bundesland	Landeshauptstadt	Einwohnerzahl in Tausend	%-Anteil
1	BW	Baden-Württemberg	Stuttgart	10'750	13.1
2	BY	Bayern	München	12'520	15.2
3	BE	Berlin	Berlin (Stadtstaat)	3'430	4.2
4	BB	Brandenburg	Potsdam (D-Ost)	2'520	3.1
5	HB	Bremen	Bremen (Stadtstaat)	660	0.8
6	HH	Hamburg	Hamburg (Stadtstaat)	1'770	2.2
7	HE	Hessen	Wiesbaden	6'060	7.4
8	MV	Mecklenburg-Vorpommern	Schwerin (D-Ost)	1'660	2.0
9	NI	Niedersachsen	Hannover	7'950	9.7
10	NW	Nordrhein-Westfalen	Düsseldorf	17'930	21.9
11	RP	Rheinland-Pfalz	Mainz	4'030	4.9
12	SL	Saarland	Saarbrücken	1'030	1.3
13	SN	Sachsen	Dresden (D-Ost)	4'190	5.1
14	ST	Sachsen-Anhalt	Magdeburg (D-Ost)	2'380	2.9
15	SH	Schleswig-Holstein	Kiel	2'830	3.5
16	TH	Thüringen	Erfurt (D-Ost)	2'270	2.7
16		Total		81'980	100

Ballungsräume (7) in Deutschland

Ballungsraum	Einwohnerzahl in Tausend			%Anteil Metropolregionen
	Einwohner Stadt	Einwohner Agglomeration	Einwohner Metropolregion	
Berlin	3'430	4'200	5950	15.8
Hamburg	1'770	2'550	4'270	11.3
München	1'340	1'940	5'200	13.8
Köln	1'000	1'850	-	-
Frankfurt	670	1'920	5'520	14.7
Stuttgart	600	2'670	5'290	14.0
Ruhrgebiet/Rhein-Ruhr	-	5'750	11'470	30.4
Total 7	8'810	20'880	37'700	100

Begriffserklärungen Agglomeration: grösseres, zusammenhängendes Siedlungsgebiet
Metropolregion: stark verdichtete Grossstadregion von internat. Bedeutung

Verkaufsregionen (4) in Deutschland

Nr.	Region	Bundesländer	Tourismusregion	Distribution
1	D-Ost	6 Bundesländer: Brandenburg, Berlin, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen	Harz, Thüringer Wald, Mecklenburgische Seenplatte, Rügen (Ostseeinsel), Oderland	Grossisten
2	D-Nord	4 Bundesländer: Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein	Teutoburger Wald, Weserland, Elbeland, Lüneburger Heide, Sylt (Nordseeinsel)	Fachhandel
3	D-West	4 Bundesländer: Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland	Hunsrück, Rheinland (Rhein-/Main-Gebiet), Spessart, Westerwald, Emsland, Nahe-Radweg, Schwalen-Radweg, Siegtal-Radweg, Ederauenradweg	Fachhandel
4	D-Süd	2 Bundesländer: Baden-Württemberg, Bayern	Bayerischer Wald, Ober- & Niederbayern, Bodensee, Schwarzwald, Schwäbische Alb, Fränkische Alb, Donaugebiet	Fachhandel

Die 16 Bundesländer der Bundesrepublik Deutschland



Auftrag

Als neuer Verkaufsspezialist bei der Firma E-Cicleta GmbH haben Sie folgende Aufgaben zu lösen:

Verwenden Sie für die Lösung der Aufgaben die folgenden Aufgaben-/Lösungsblätter von Seite 12-22.

Achten Sie auf dieses Zeichen ✎ machen Sie in den Feldern Ihre Einträge

- 1. Aufgabe** (S.12/13) 15 Punkte
Produkteselektion
Beim Markteinstieg in Deutschland sollen in der Region D-Ost (neue Bundesländer) und den übrigen Regionen (D-Nord, D-West, D-Süd ⇔ alte Bundesländer) je drei Produktelinien angeboten und beworben werden.
Stellen sie das jeweilige Sortiment zusammen, nennen Sie die Stückzahl der abzusetzenden Fahrräder und begründen Sie ihre Wahl.
- 2. Aufgabe** (S. 14) 12 Punkte
Umsatzplanung 2012 der Firma E-Cicleta (Deutschland) GmbH
Ausgehend von Ihrer Wahl in Aufgabe 1 erstellen Sie die Umsatzplanung für 2012 im Markt Deutschland.
Vereinzelt werden auch noch einige Einheiten der übrigen Produktlinien verkauft. Für diese rechnet die E-Cicleta GmbH mit einem zusätzlichen Umsatz von 15%.
- 3. Aufgabe** (S. 15) 12 Punkte
Verkaufs-Zielsetzung
Im Hinblick auf das nächste Verkaufsmeeeting bittet Sie ihr Chef eine Skizze für eine «Präsentations-Folie» zu erstellen, mit der quantitativen Verkaufszielsetzung (Ab- und Umsatzplanung in Stck. bzw. €) für das Jahr 2012 für die Schweiz und Deutschland, sowie dem erwarteten jeweiligen Gesamt-Total der Firma E-Cicleta GmbH.
- 4. Aufgabe** (S. 16) 8 Punkte
Einsatzplanung
Für das Jahr 2012 stehen der E-Cicleta (Deutschland) GmbH sieben Aussen-dienstmitarbeiter (AD-MA) zur Verfügung. Machen Sie einen konkreten, begründeten Vorschlag, wie diese Mitarbeitenden eingesetzt werden sollen.
- 5. Aufgabe** (S. 17) 10 Punkte
Organisationsplanung
Ihr Chef bittet Sie um eine stichwortartige Aufzeichnung, wie Sie die ausserordentlichen Mittel für die Kommunikationsmassnahmen beim Markteinstieg in die alten Bundesländer Deutschlands für Public Relations, Verkaufsförderung und Werbung (Werbung inklusive der Werbemittel) einsetzen.

6. Aufgabe (S. 18)

6.1 Motivationsplanung

6 Punkte

Der Verkauf in der Region D-Ost erfolgt über Grossverteilermärkte (GVM). Beim Verkaufspersonal handelt es sich demnach um GVM-Angestellte. Diese sind wie alle Angestellten im Verkauf stark unter Druck, sowohl in zeitlicher als auch finanzieller Sicht. Zeigen Sie drei geeignete Möglichkeiten auf, wie Sie diese Angestellten motivieren können, damit sie den Kaufinteressenten für Fahrräder das Angebot der E-Cicleta (Deutschland) GmbH besonders schmackhaft machen können und somit den Kaufentscheid positiv beeinflussen.

6.2 Kontrolle (S. 18)

3 Punkte

Zeigen Sie begründet auf, wie Sie die adäquate Kontrolle des Personals gestalten, um sicher zu sein, dass die Soll-Vorgaben der Firma E-Cicleta (Deutschland) GmbH eingehalten werden.

7. Aufgabe – Verkaufsformen (S. 19/20/21)

7.1 Internet

6 Punkte

Nebst den indirekten Absatzformen (Gross- bzw. Fachhandel) überlegt sich die E-Cicleta GmbH auch einen Direktvertrieb über Internet. Nennen Sie je drei Vorteile und drei mögliche Problembereiche für die E-Cicleta GmbH bei einer aktiven Nutzung dieser neuen Verkaufsform.

7.2. Mietgeschäft (in Zusammenarbeit mit Wandeler Reisen)

18 Punkte

Die Firma Wandeler Reisen betreibt bereits zusammen mit den SBB eine Elektro-fahrradvermietung an 50 Bahnhöfen der Schweiz. Jede Station verfügt über einen Grundbestand an B-Line-Rädern.

Im Rahmen von Firmen-Outdoor-Seminaren und Firmenevents sind besonders die Stationen der Regionen Berner Oberland und Graubünden mit einer stark steigenden Nachfrage konfrontiert. Die Firma Wandeler erwägt deshalb die Anschaffung von neunzig zusätzlichen Rädern für jede Region. 1/3 umfasst die B-Linie und für die übrigen 2/3 erwartet der Kunde zwei Vorschläge zur Zusammenstellung des Sortiments.

Stellen Sie dazu eine Offerte zusammen. Als Preisbasis halten Sie sich an die Grosshandelspreise von Deutschland, umgerechnet in CHF und mit einem Aufschlag von 10%

8. Aufgabe (S. 22)

10 Punkte

Fachhandels-Kundenselektion der E-Cicleta (Schweiz) GmbH 2012

Erarbeiten Sie einen Vorschlag betreffend der Anzahl der durch den AD zu leistenden Besuche, sowie eine Empfehlung betreffend allfälliger personeller Konsequenzen.

Neu sollen die A-Kunden alle zwei Monate einmal, die B-Kunden mindestens zweimal pro Jahr persönlich besucht werden.

Begründen Sie ihren Entscheid.

Verwenden Sie für die Lösung der Aufgaben die folgenden Aufgaben-/Lösungsblätter von Seite 12-22.

Achten Sie auf dieses Zeichen  machen Sie in den Feldern Ihre Einträge




1. Aufgabe – Produkteselektion

15 Punkte

Beim Markteinstieg in Deutschland sollen in der Region D-Ost (neue Bundesländer) und den übrigen Regionen (D-Nord, D-West, D-Süd ⇒ alte Bundesländer) je drei Produktlinien angeboten und beworben werden.




Stellen sie das jeweilige Sortiment zusammen, nennen Sie die Stückzahl der abzusetzenden Fahrräder und begründen Sie ihre Wahl.

Produkteselektion der E-Cicleta (Deutschland) GmbH in der Region D-Ost (neue Bundesländer)

Birdie-Line 	Absatz in Einheiten (Stück) 	Begründung 
	6'000	

1. Aufgabe – Produkteselektion (Fortsetzung)

Produkteselektion der E-Cicleta (Deutschland) GmbH in den übrigen Regionen: D-Nord, D-West, D-Süd (⇔ alte Bundesländer)

Birdie-Line 	Absatz in Einheiten (Stück) 	Begründung 
	25'000	

2. Aufgabe Umsatzplanung 2012 in Deutschland der Firma E-Cicleta (Deutschland) GmbH

12 Punkte

Ausgehend von Ihrer Wahl in Aufgabe 1 erstellen Sie die Umsatzplanung für 2012 und den Markt Deutschland. Vereinzelt werden auch noch einige Einheiten der übrigen Produktlinien verkauft. Für diese rechnet die E-Cicleta GmbH mit einem zusätzlichen Umsatz von 15%.

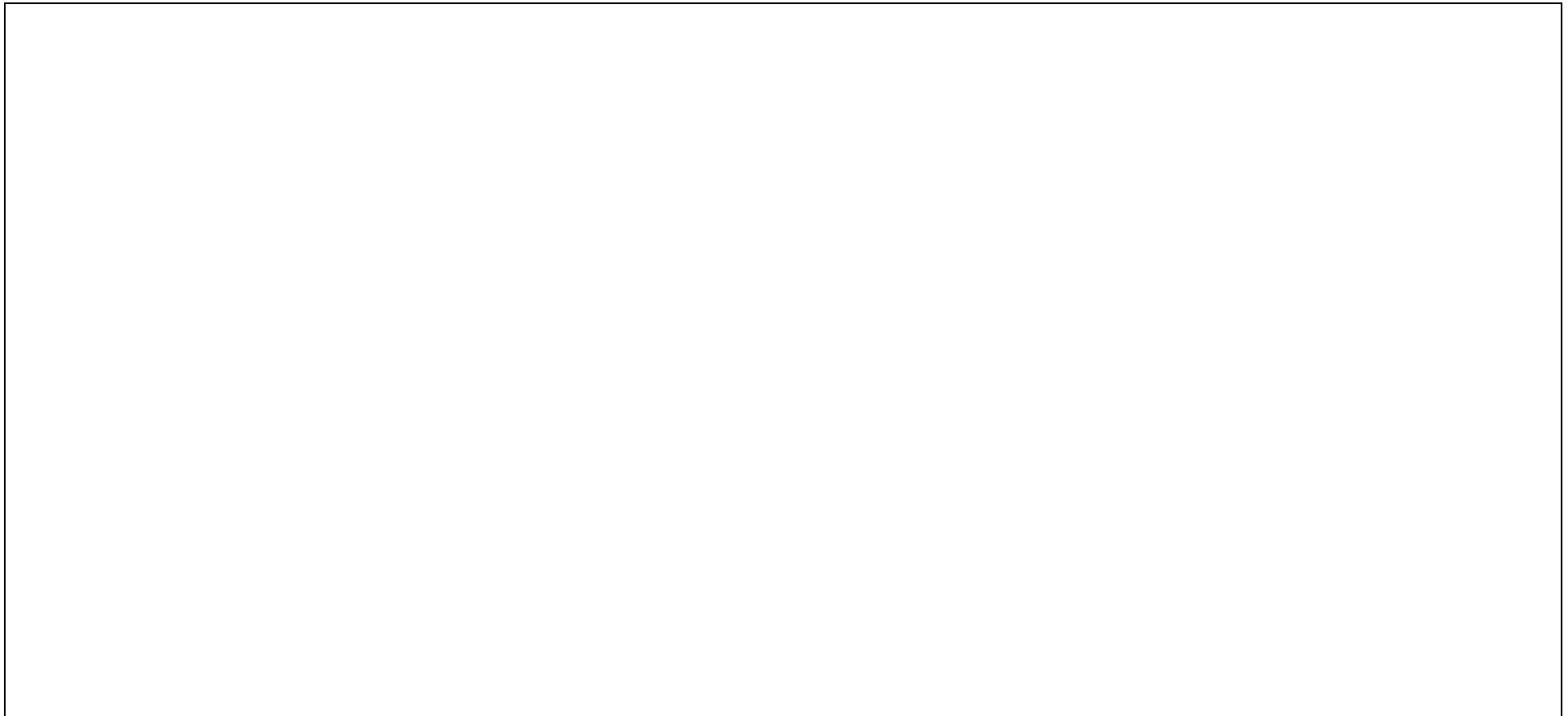
Umsatzplanung der E-Cicleta (Deutschland) GmbH 2012

Birdie-Line ✎	Einheiten (Stück) ✎	Preis pro Einheit ✎	Total-Umsatz in Tausend € ✎	Umsatz-Anteil in % ✎
_____ Line				
_____ Line				
_____ Line				
_____ Line				
_____ Line				
_____ Line				
Übrige				15%
Total				100%

3. Aufgabe – Verkaufs-Zielsetzung

12 Punkte

Im Hinblick auf das nächste Verkaufsmeeeting bittet Sie ihr Chef eine Skizze für eine «Präsentations-Folie» zu erstellen, mit der quantitativen Verkaufszielsetzung (Ab- und Umsatzplanung in Stck. bzw. €) für das Jahr 2012 für die Schweiz und Deutschland, sowie dem erwarteten jeweiligen Gesamt-Total der E-Cicleta GmbH. ✍



4. Aufgabe – Einsatzplanung

8 Punkte

Für das Jahr 2012 stehen der E-Cicleta (Deutschland) GmbH sieben Aussendienstmitarbeiter (AD-MA) zur Verfügung. Machen Sie einen konkreten, begründeten Vorschlag, wie diese Mitarbeitenden eingesetzt werden sollen. ✍




5. Aufgabe – Organisationsplanung

10 Punkte

Organisationsplanung

Ihr Chef bittet Sie um eine stichwortartige Aufzeichnung, wie Sie die ausserordentlichen Mittel für die Kommunikationsmassnahmen beim Markteinstieg in die alten Bundesländer Deutschlands für Public Relations (PR), Verkaufsförderung (VF) und Werbung (inklusive der Werbemittel) einsetzen.

Kommunikationsmassnahmen der E-Cicleta (Deutschland) GmbH in den übrigen Regionen: D-Nord, D-West, D-Süd (⇒ alte Bundesländer)

Bereich 	Massnahme(n) und Termin(e) / Zeitraum (€-Aufteilung) 	Budget in Tausend (€) 
Total		750'000

6. Aufgabe - sekundäre Verkaufsplanung

6.1 Motivationsplanung

6 Punkte

Der Verkauf in der Region D-Ost erfolgt über Grossverteilermärkte (GVM). Beim Verkaufspersonal handelt es sich demnach um GVM-Angestellte des Grossverteilers. Diese sind wie alle Angestellten im Verkauf stark unter Druck, sowohl in zeitlicher als auch finanzieller Hinsicht.


Zeigen Sie drei geeignete Möglichkeiten auf, wie Sie diese Angestellten motivieren können, damit sie den Kaufinteressenten für Fahrräder das Angebot der E-Cicleta (Deutschland) GmbH besonders schmackhaft machen können und somit den Kaufentscheid positiv beeinflussen.



1. _____
2. _____
3. _____

6.2 Kontrolle

3 Punkte

Zeigen Sie auf, wie Sie die adäquate Kontrolle des Personals gestalten, um sicher zu sein, dass die Soll-Vorgaben der Firma E-Cicleta (Deutschland) GmbH eingehalten werden mit Begründung 

7. Aufgabe – Verkaufsformen

7.1 Internet

6 Punkte

Nebst den indirekten Absatzformen (Gross- bzw. Fachhandel) überlegt sich die E-Cicleta GmbH auch einen Direktvertrieb über Internet.

Nennen Sie **drei Vorteile** dieser neuen Verkaufsform. ✍

1. _____

2. _____

3. _____

Nennen Sie **drei mögliche Problembereiche** für die E-Cicleta GmbH bei einer aktiven Nutzung dieser neuen Verkaufsform. ✍

1. _____

2. _____

3. _____

7.2 Mietgeschäft (in Zusammenarbeit mit Wandeler Reisen)

18 Punkte

Die Firma Wandeler Reisen betreibt bereits zusammen mit den SBB eine Elektrofahrradvermietung an fünfzig Bahnhöfen der Schweiz. Jede Station verfügt über einen Grundbestand an B-Line-Rädern. Im Rahmen von Firmen-Outdoor-Seminaren und Firmenevents sind besonders die Stationen der Regionen Berner Oberland und Graubünden mit einer stark steigenden Nachfrage konfrontiert. Die Firma Wandeler erwägt deshalb die Anschaffung von neunzig zusätzlichen Rädern für jede Region. 1/3 umfasst die B-Linie und für die übrigen 2/3 erwartet der Kunde zwei Vorschläge zur Zusammenstellung des Sortiments.

Stellen Sie dazu eine Offerte zusammen. Als Preisbasis halten Sie sich an die Grossverteilermarktpreise von Deutschland, umgerechnet in CHF und mit einem Aufschlag von 10%

E-Cicleta GmbH, 6743 Bodio TI
Tel: +41 91 123 45 67 Fax+41 91 321 54 76

An
Wandeler Reisen AG
Abteilung Veloreisen
zHv Herrn Huber
Zähringerstr. 1
CH-3000 Bern



8. Aufgabe – Fachhandels-Kundenselektion der E-Cicleta (Schweiz) GmbH 2012

10 Punkte

Erarbeiten Sie einen Vorschlag betreffend der Anzahl der durch den AD zu leistenden Besuche, sowie eine Empfehlung betreffend allfälliger personeller Konsequenzen.

Neu sollen die A-Kunden alle zwei Monate einmal, die B-Kunden mindestens zweimal pro Jahr persönlich besucht werden. Begründen Sie ihren Entscheid.



Begründung:
