

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

**Prüfung 2012**

**Distribution**

**BOSSBERRY AG**

**Prüfungszeit: 120 Minuten**

| Aufgabe      | Punkte     |
|--------------|------------|
| 1            | 20         |
| 2            | 22         |
| 3            | 34         |
| 4            | 14         |
| 5            | 10         |
| <b>Total</b> | <b>100</b> |

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

Dieser Fall umfasst 6 Seiten inkl. Deckblatt. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie den Fall vollständig erhalten haben.

## BOSSBERRY AG

### Ausgangslage

BOSSBERRY AG ist einer der weltweiten Marktführer im Premium- und Luxussegment des Bekleidungsmarktes. Der Konzern fokussiert sich auf die Entwicklung und Vermarktung hochwertiger Mode im Damen- und Herrenbereich. Der in Zug beheimatete Konzern erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2011 mit annähernd 2'000 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von CHF 400 Mio. und gehört zu den umsatzstärksten Bekleidungsherstellern. Dabei erzielte das Unternehmen schweizweit einen Umsatz von CHF 128 Mio.

BOSSBERRY AG als Premium-Marke steht für eine Top-Qualität, perfekte Passformen und ein anspruchsvolles Design, welches die Vision der Firma widerspiegelt.

### Teilmärkte

Es werden folgende Produkte angeboten:

- Businessmode
- Freizeitbekleidung
- Kinderbekleidung
- Accessoires

### Zielgruppe

Es werden folgende Segmente angesprochen:

- Kinder
- Jugendliche
- Erwachsene
- Senioren

### Markt Schweiz

Markenprodukte werden über eigene Shops und/oder über Warenhausketten vertrieben. Im Markt Schweiz sind gemäss dem spezialisierten Marktforschungsunternehmen "QUO VADIS" 300 Verkaufsstellen der gleichen Produktart (Markenverkaufsstellen) registriert. Diese generieren einen Umsatz von über CHF 420 Mio.

Davon ist BOSSBERRY AG in lediglich 78 Verkaufsstellen vertreten. Diese erzielen einen Warengruppenumsatz von CHF 140 Mio.

### Vertriebssituation

BOSSBERRY AG vertreibt ihre Produkte in mehr als 1'400 Verkaufsstellen auf der ganzen Welt. Dies bedeutet für das Unternehmen, welches aktuell über dem Markt wächst, einen riesigen Logistikaufwand. In diesem Bereich sind die Kosten

explodiert. Der Deckungsbeitrag II schrumpft bedrohlich. Die Geschäftsleitung hat dies erkannt und fordert in diesem Bereich raschmögliche Korrekturen.

Aktuell vertreibt BOSSBERRY AG nur über Mehrmarken-Verkaufspunkte, die von exklusiven Ketten vertrieben werden. Dabei können lediglich schmale Sortimente gelistet werden.

### **Marketingaktivitäten**

Als dominante Massnahme setzt BOSSBERRY AG auf medienwirksame Fashion Events (Modeschauen) in den Modemetropolen der Welt. Diese unterstreichen die Attraktivität und Akzeptanz der Marken des Konzerns bei wichtigen Zielgruppen und emotionalisieren die Markenwelt von BOSSBERRY AG. Weiter werden die Social Networks (Facebook, Twitter, etc.) aktiv eingesetzt. Als primäre Massnahmen werden Inserate sowie TV-Spots geschaltet.

### **Vision**

Aufgrund der stark zunehmenden Nachfrage nach breiterem und tieferem Sortiment überlegt sich die Geschäftsleitung, ein eigenes Filialnetz mittels Franchisekonzept aufzubauen.

Das Ladenkonzept dieser zukünftigen Franchisenehmer soll einen unverwechselbaren, exklusiven und zeitgemässen Rahmen bieten, der dem hohen Design- und Qualitätsanspruch der Kollektionen und Produkte entspricht.

Im Design der zukünftigen BOSSBERRY-Verkaufsstellen muss sich die Vision der Marke optimal widerspiegeln.

In 2. Priorität prüft BOSSBERRY AG, ihre Auslaufkollektionen über firmeneigene Shops in Fashion-Outlet-Stores (Fabrikverkauf von Auslauf- und Rabattware) zu vertreiben, um möglicherweise neue Segmente anzusprechen.

### **Konkurrenzsituation**

Die direkten Mitbewerber stärken durch gezielte Marketingmassnahmen sowie Engagements im Sport- und Kultursponsoring ihre Marke sowie ihr Image. Dabei setzen die Marktbegleiter lediglich auf klassische Werbeformen.

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.

**Aufgabe 1**

**20 Punkte**

**Aufgabe 1.1**

4 Punkte

Berechnen Sie aufgrund der Fallstudie die numerische und gewichtete Distribution. Zeigen Sie den Lösungsweg auf.  
(die Resultate sind auf zwei Dezimalstellen zu berechnen)

**Aufgabe 1.2**

4 Punkte

Berechnen Sie den Distributionsfaktor aufgrund Ihres Resultates in der Aufgabe 1.1. Zeigen Sie dabei den Lösungsweg auf.

**Aufgabe 1.3**

12 Punkte

Erklären und interpretieren Sie Ihr Resultat von Aufgabe 1.2 aufgrund von 4 fallrelevanten Kriterien.

| Kriterien | Erklärung | Interpretation |
|-----------|-----------|----------------|
|           |           |                |

**Aufgabe 2**

**22 Punkte**

**Aufgabe 2.1**

12 Punkte

Nennen Sie für die Vorbereitung einer Präsentation an die GL, welche Arten der Distributionsdifferenzierung zur Verfügung stehen. Beschreiben Sie die 3 Möglichkeiten und nennen Sie je 1 Vorteil und 1 Nachteil aus der Sicht von BOSSBERRY AG.

| Art der Distributionsdifferenzierung | Beschrieb | Vorteil | Nachteil |
|--------------------------------------|-----------|---------|----------|
|                                      |           |         |          |

**Aufgabe 2.2**

10 Punkte

Nennen Sie die Art der Distributionsdifferenzierung, welche BOSSBERRY AG für ihre zukünftige strategische Ausrichtung aus Ihrer Sicht wählen, bzw. nicht wählen muss. Begründen Sie Ihre Entscheide ausführlich.

| Art der Distributionsdifferenzierung | Wahl / Nichtwahl | Begründung |
|--------------------------------------|------------------|------------|
|                                      |                  |            |

**Aufgabe 3**

34 Punkte

Die Geschäftsleitung hat entschieden, ihre Produkte über zukünftige Franchisepartner zu vertreiben.

**Aufgabe 3.1**

12 Punkte

Definieren Sie das Leistungspaket, welches BOSSBERRY AG dem Franchisenehmer anbieten könnte. Nennen Sie hierfür 6 mögliche Leistungen und beschreiben Sie diese.

| Leistungen | Beschrieb |
|------------|-----------|
|            |           |

**Aufgabe 3.2**

12 Punkte

Welche distributionsrelevanten Aufgaben hat ein möglicher Franchisenehmer gegenüber von BOSSBERRY AG zu erfüllen? Nennen Sie 6 mögliche Aufgaben und beschreiben Sie diese.

| Aufgaben | Beschrieb |
|----------|-----------|
|          |           |

**Aufgabe 3.3**

10 Punkte

Erstellen Sie ein Anforderungsprofil für einen zukünftigen Franchisenehmer. Nennen Sie dabei die 10 wichtigsten Anforderungen und bewerten Sie diese gemäss untenstehendem Raster (bitte Muss/Kann jeweils ankreuzen).

| Anforderungen | Muss | Kann |
|---------------|------|------|
|               |      |      |

**Aufgabe 4**

**14 Punkte**

Um für die Zukunft gewappnet zu sein, müssen die Logistikkosten von BOSSBERRY AG markant gesenkt werden. Zählen Sie 7 kostenbeeinflussende Logistikfaktoren auf und beschreiben Sie diese.

| Kostenbeeinflussende Logistikfaktoren | Beschrieb |
|---------------------------------------|-----------|
|                                       |           |

**Aufgabe 5**

**10 Punkte**

Beurteilen Sie je 5 Vorteile und 5 Nachteile bei einem möglichen Outsourcing der Logistik im Bereich des Transportwesens. Dabei würde BOSSBERRY AG die gesamte Warenverteilung und Distributionslogistik als Dienstleistung einkaufen.

| Vorteile | Beurteilung |
|----------|-------------|
|          |             |

| Nachteile | Beurteilung |
|-----------|-------------|
|           |             |