

Aufgabe 1

8 Punkte

Beschreiben und begründen Sie 2 Chancen und 2 Gefahren für ein Genossenschaftsmitglied.

Wichtig: Für ein Genossenschaftsmitglied (kurze Überlegung: wie sähe ein Marketinggesicht aus?)

Nr.	Chance	Beschreibung	Begründung
1	Grosse Zielgruppe	Die Zielgruppe wächst nicht, bleibt in etwa gleich gross	Die Geburtenrate ist 1980 und 2002 in etwa gleich gross geblieben. Der Bedarf der Zielgruppe ist immer noch hoch und somit die Nachfrage ebenfalls.
2	Konkurrenz	Die Konkurrenz ist regional und national und nicht stark organisiert.	Der zeitgrösste Konkurrent hat lediglich 6 Filialen in der Schweiz.

Nr.	Gefahr	Beschreibung	Begründung
1	Konkurrenz	Markteintritt von Aldi/Lidl	Die neuen Discounter aus Deutschland drängen in die Schweiz. Ein Markteintritt wird entsprechend gravierende Folgen haben.
2	Ökonomie	Der Einfluss der Ökonomie der Schweiz hat einen Einfluss auf die Kaufkraft (sinkend). Secondhand nimmt zu.	Ausgabenbelastung der Familien ist steigend, folglich bleibt weniger Geld für neue, teure Produkte (Krankenkasse)

FAZIT: Der Markt ist im Grundsatz attraktiv und wir können in diesem die Chancen nutzen, welche die Mitgliedschaft zu Baby-Rose mit sich bringt. Die Gefahren sind kaum zu eliminieren, jedoch können wir diesen bewusst entgegen wirken.

Aufgabe 2

8 Punkte

Beschreiben und begründen Sie 2 Stärken und 2 Schwächen für die Baby-Rose Genossenschaft.

Nr.	Stärke	Beschreibung	Begründung
1	Nationale Abdeckung	Wir decken die ganze Schweiz mit unseren Filialen ab (total 33)	Dies gibt uns eine nationalen Auftritt – auch visuell und die Grösse von uns ist für die Zielgruppe auch sichtbar.
2	Grosse Flächen	Die Flächen unserer Läden ist zukunftsgerichtet gross.	Gibt ein Spiegelbild unserer Marktstärke und Entwicklungsmöglichkeiten gegenüber den anderen Marktteilnehmern ab.

Nr.	Schwäche	Beschreibung	Begründung
1	Struktur	Genossenschaft ist eine starres Gebilde und hemmt die Dynamik des Unternehmens	Viele Köche verderben den Brei und sprechen somit auch rein. Die Organisationsstruktur ist auftreibend und wird wohl einige Genossenschafter benachteiligen.
2	Abhängigkeit der Werbebeiträge	Macht eine Filiale wenig Umsatz bleibt die Werbetätigkeit eingeschränkt. Wächst die Filiale stark, ist man zwangsweise mit den Beiträgen verpflichtet mitzugehen.	Finanzielles Risiko. Sowohl positiv, wie aber auch negativ.

FAZIT: Die Marktfähigkeit wurde schon unter Beweis gestellt, jedoch muss Baby Rose vorsichtig sein, dass durch die Struktur nicht Probleme entstehen, welche dann zur Gefährdung der Flexibilität führen.

Aufgabe 3

12 Punkte

Beschreiben Sie 6 Erwartungen, die ein Genossenschaftsmitglied an die Zentrale hat. Begründen und gewichten Sie diese.

Nr.	Erwartung	Beschreibung der Erwartung	Begründung	Gewichtung der Bedeutung
1	Produkte	Die Genossenschaft hat Top Produkte im Sortiment	Somit bleiben die Filialen konkurrenzfähig und der Fortbestand ist gesichert.	Sehr hoch
2	Preise/Marge	Die Preise, welche die Genossenschaft verrechnet sind markt- und handelsüblich	Finanzieller Spielraum gewährleistet, gegenüber den Konkurrenten, unter halten der Marge von 45 % ab Einkaufspreis.	Sehr hoch
3	Administration	Die Abrechnungen der Lieferantenrechnungen sind korrekt und stimmen mit der effektiven Leistung	Genauere Abrechnung bedeutet, keine falschen Ausgaben/Kalkulationen.	Sehr hoch
4	Kommunikation nach aussen	Der gemeinsame Marktauftritt bringt entsprechenden Impact dank einem CI, welches durch die Genossenschaft umgesetzt wird.	Baby-Rose wird als Major-player im Markt wahrgenommen – von allen Marktteilnehmern.	Sehr hoch
5	Budget	Einhaltung der Werbekosten seitens der Genossenschaft	Damit die auf die Filiale heruntergebrochenen Kosten diese nicht ruinieren.	Hoch
6	Kommunikation intern	Eine gut funktionierende Kommunikation erleichtert die Zusammenarbeit zwischen den Filialen und der Genossenschaft.	Erleichtert die Zusammenarbeit.	Hoch

Aufgabe 4

12 Punkte

Beschreiben Sie 6 Erwartungen oder Anforderungen, welche die Zentrale an die Genossenschaftsmitglieder hat. Begründen und gewichten Sie diese.

Nr.	Erwartung/Anforderung	Beschreibung der Erwartung	Begründung	Gewichtung der Bedeutung
1	Verantwortung	Durch die partielle Teilnahme im Vorstand nehmen die Mitglieder Verantwortung mehr wahr.	Die Verantwortung muss im Geschäftsleben verteilt werden und vor allem wahrgenommen.	Sehr hoch
2	Aktives Geschäft	Die Mitglieder der Genossenschaft sind aktiv und unterstützen diese mittels Aktivität und Einsatz	Man spricht über erfolgreiche und aktive Unternehmen und die Zielgruppe nimmt diese wahr.	Sehr hoch
3	Preisstruktur	Die Filialen halten sich an die Preisvorgaben von Baby Rose.	Kein Konkurrenzkampf intern über den Preis.	Sehr hoch
4	Grossflächen	Die Filialen haben im Rahmen der Absatzsicherung und Wettbewerbsfähigkeit das Grossflächen Denken vor Augen.	Langfristig werden die grossen Geschäfte überleben können.	Sehr hoch
5	Zahlungen	Die Filialen bezahlen Ihre Rechnungen der Lieferanten rechtzeitig	Liquiditätswirksame Zahlungsverweigerung oder - Verspätung kann Baby Rose in Verlegenheit bringen	Hoch
6	Pro Baby	Das Qualitätssiegel wird entsprechend gut Markenpolitik geführt und eingesetzt. Soviel Produkte wie möglich sollen aus dieser Linie sein.	Das Gütesiegel ist das eine, das andere ist für den Fortbestand von „Pro Baby“ wichtig, da sich die Genossenschaft damit auch refinanziert.	Hoch

Aufgabe 5

14 Punkte

Beschreiben Sie 4 Massnahmen, die Sie den Genossenschaftsmitgliedern zur eigenen Kundenbindung empfehlen würden. Beschreiben Sie 2 wichtige Argumente pro Massnahme, mit denen Sie Ihre Mitglieder überzeugen wollen.

Nr.	Titel	Beschreibung	Argument 1	Argument 2
1	Mütterberatung	Wir veranstalten für unsere Kundinnen regelmässige Mütterberatung, zu welcher wir Ärzte, Kinderpsychologen als Gastreferenten einladen.	Hohe Anbindung an die Filiale weil diese Anlässe nur den Kunden offen stehen	Hoher Informationsbedarf bei der Zielgruppe
2	Geschenkbüchlein	Wir erstellen ein Büchlein, in welchem die wichtigsten Artikel unserer Filiale aufgeführt sind.	Filiale hat freie Wahl welche Produkte aufgenommen werden	Wirkt unterstützend zur individuellen Beratung der Kunden
3	Internetauftritt	Ein filialbasierender Internetauftritt. Möglichkeit zur Individualität.	Spezielle Angebote können so präsentiert werden.	Passwort für Stammkunden mit speziellem Angebot.
4	Rabattmarken	Sammeln von Punkten in der einzelnen Filiale.	Belohnungssystem für Kunden, welche regelmässig in der entsprechenden Filiale einkaufen.	Sammlerinstinkt wecken. Chance auf Spontankäufe ist grösser.

Fazit: Für den optimalsten Fall (Umsetzung aller vorgeschlagenen Massnahmen) sehe ich die Möglichkeiten einer wirklich starken Kundenbindung.

Aufgabe 6

14 Punkte

Beschreiben Sie 8 Massnahmen, die ein Genossenschaftsmitglied selber zur Gewinnung neuer Kunden durchführen kann. Entscheiden Sie sich für die 4 nach Ihrer Ansicht besten Massnahmen. Begründen Sie Ihre Wahl.

Titel	Tag der offenen Tür	Lokale Werbung (Lokalzeitung)	Lokale Werbung (Radio/TV)	Freundschaftswerbung	Müttertag	Rabatt für Erstkunden	Zugabeartikel für Neukunden	Rabattmärkli
Beschrieb	Wir öffnen Tür und Tor und zeigen was wir können resp. im Angebot haben	Bewerbung unserer Filiale in lokalen Medien evtl. in Kombination mit VF	Bewerbung unserer Filiale in lokalen Medien evtl. in Kombination mit VF	Wir belohnen diejenigen Kunden, welche uns neue Kunden bringen	Regelmässige Anlässe für Mütter mit Fachberatung	Erstkunden erhalten klar definierte Rabatte	Wahlweise kann der Neukunde aus verschiedenen möglichen Zugaben auslesen.	Kann auch weiter verwendet werden zur Kundenbindung.
Kom-Instrument.	PPR	Werbung/VF	Werbung/VF	Dialog Marketing	PPR	Preisbildung	VF	Kundenbindung
Zielgruppenaffin.	6	4	4	6	5	4	4	4
Erreichbarkeit	4	3	3	6	5	4	4	4
Umsetzung	5	5	3	6	5	5	4	4
Kosten	5	3	2	5	5	5	5	5
Image	5	4	4	6	6	3	5	3
TOTAL	25	19	16	29	26	21	22	20
Rang	3			1	2		4	

Wahl: Wir schlagen den Filialen als erstes eine Massnahme zur Freundschaftswerbung vor.

Begründung: Diese Massnahmen hat vermutlich die höchste Wirkung bei jungen Müttern, weil das Kaufen und Auswählen von Kinderutensilien Vertrauen erfordert. Diese Massnahme lässt sich auch rasch umsetzen.

Aufgabe 7**20 Punkte**

Erarbeiten Sie ein Konzept zur Gewinnung neuer Mitglieder für die Baby-Rose Genossenschaft.

Hier kann man die klassische Konzeptvariante wählen oder sich für den Einsatz des Ankerkonzeptes entscheiden!

- Ausgangslage: Baby Rose hat 33 Mitglieder und ist Marktleader. Einkaufsgenossenschaft.
Teilmarkt/Segment: Baby-Artikel / in dem Fall potentielle Genossenschaftsmitglieder – Endkonsument Eltern/Mütter mit Kindern bis 3 Jahre (gemässe Fall: werdende Mütter, Junge Mütter und Väter etc.)
Zielgruppe: Neue Mitglieder der Genossenschaft müssen heute schon ein Geschäft besitzen, welches die Prämissen erfüllt, in die Genossenschaft aufgenommen zu werden. Zielgruppe ist der Entscheidungsträger, soziodemogr. irrelevant.
Strategie: Wir verfolgen eine Marktentwicklungsstrategie und bauen systematisch unseren Wirkungsbereich durch neue Absatzmittler aus.
Positionierung: Baby Rose steht bei den Endkonsumenten für Qualität, Erfahrung und Kundenfreundlichkeit!
Zielsetzung/Zeit: Pro Kalenderjahr ist mindestens ein neues Mitglied zu finden (Annahme)
Zielgebiet: Ballungsräume der Schweiz
Marktbearbeitung: Mögliche neue Mitglieder werden über einen Consultant vermittelt (indirekt)

Massnahmen/Vorgehensweise (Darstellung Vorzugsweise im Raster/Grobmassnahmenplan)

- 1) Selektion möglicher „weisser Gebiete“ in der Schweiz, wo noch keine Genossenschafter von uns Sitz haben
- 2) Über Consultant Selektion erstellen lassen, wo's in diesen „weissen Gebieten“ noch Läden mit >500m² hat, welche selbständig sind.
- 3) Consultant nimmt treuhänderisch Kontakt mit diesen Firmen auf und klärt auf um was es geht.
- 4) Consultat stellt Dossier für ein neues Mitglied zusammen. Versenden der Dossiers. Nach positivem Signal, Terminvereinbarung mit dem Marketingleiter
- 5) Schriftliche Terminbestätigung zwischen Interessent und Consultant, zusammen mit einer Geheimhaltungserklärung für den Interessenten.
- 6) Erstes Meeting, Präsentationen beider Unternehmer mir der nötigen Transparenz zwischen den Parteien.
- 7) Nächstes Meeting mit den Parteien.

Infrastruktur: Gegenwärtig keine Massnahmen zur Anpassung geplant.

Budget: Consultant wird auf Erfolg bezahlt.

Kontrolle: Kontrollplan in Raster, welcher die einzeln definierten Massnahmen enthält und durch Baby Rose oder/und den Consultant umgesetzt wird.

Aufgabe 8

12 Punkte

Erstellen Sie ein Budget für ein Fachgeschäft mit 500m² Verkaufsfläche und CHF 2.3 Mio. Umsatz pro Jahr. Rechnen Sie dabei mit Personalkosten inkl. Sozialleistungen von CHF 330'000.- und Miete inkl. Nebenkosten von CHF 110'000.-. Ein Gewinn zwischen CHF 50'000.- und CHF 100'000.- wird angestrebt. Integrieren Sie die in Aufgabe 6 besten beschriebenen 4 Massnahmen.

AUFWAND	CHF	ERTRAG	CHF
Warenaufwand	1'050'00	Warenertag	2'100'000
Werbemittel ab Baby Rose	10'000	Ausserordentlicher Ertrag	200'000
Werbekosten (5% Umsatzabgaben)	115'000	Werbekostenbeiträge Baby Rose	20'000
Werbekostenbeiträge (0.5%)	11'500		
Werbekosten/Gemeinschaftswerbung Baby Rose	40'000		
Freundschaftswerbung	30'000		
12 Müttertage mit Referenten	36'000		
Tag der offenen Tür	20'000		
Zugabeartikel (VF 2 x jährlich)	30'000		
Klassische Werbung	200'000		
Personalkosten inkl. Sozialleistungen	330'000		
Miete inkl. Nebenkosten	110'000		
Gewinn	67'500		
Reserve	250'000		
	2'320'000		2'320'000

Gesamter Umsatz somit CHF 2'300'000.--. Die CHF 20'000.—der Werbekostenbeiträge rechne ich nicht in den Ertrag hinein, weil diese Erträge mit dem Aufwand einhergehen werden, welcher wir mit Baby-Rose teilen.