

Handout 2

Fallstudie: BVB-Shop

ABC-Analyse



Der Direktor für Marketing und Vertrieb von Borussia Dortmund möchte nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2013 neue Produktklassen für den „Textil“-Fanartikelbereich definieren, um diese dann differenziert bearbeiten zu können. Zu dieser Kategorie gehören Kleidungsartikel, wie zum Beispiel Trikots, Mützen und Sweatjacken.

- a. Sie als Mitglied einer studentischen Unternehmensberatung haben als Datengrundlage die durchschnittlichen monatlichen Umsätze für die Bearbeitung dieser Aufgabe erhalten. Betrachten Sie das gegenwärtige Leistungsprogramm und unterteilen Sie die Produktgruppen anhand von Umsatzanteilen in A-, B- und C-Bereiche. Ziehen Sie die Grenze bitte **bei etwa 70 %** des Gesamtumsatzes für den A-Bereich und **bei etwa 95 %** für den B-Bereich. **Berechnen** Sie bitte die Prozentsätze mit zwei Dezimalstellen.

b.

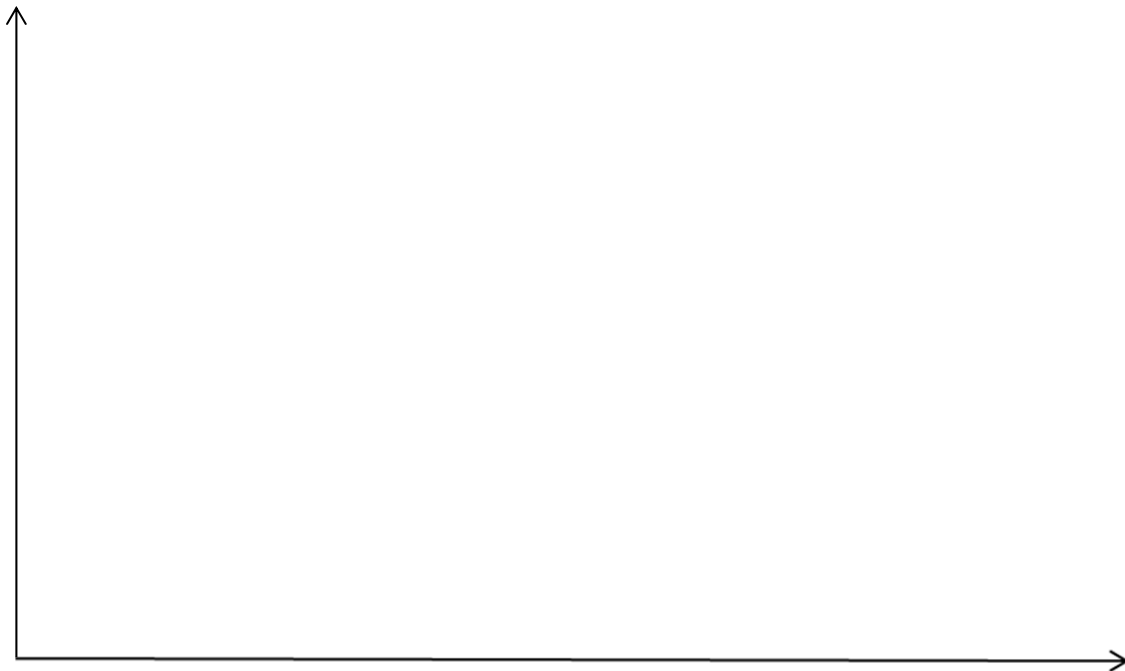
Folgende Umsatzdaten liegen vor:

Produktgruppen	Abgesetzte Menge (Stück)	Preis €/Stück	Umsatz des Artikels in €
2 Trainingsanzüge	835	120	100.200
1 Trikots	3.500	100	350.000
6 Longsleeves	622	60	37.320
8 Sweatjacken	555	45	24.975
10 Nacht- & Unterwäsche	430	25	10.750
3 T-Shirts	1.350	40	54.000
7 Shorts und Hosen	750	35	26.250
4 Outdoorjacken und Westen	750	70	52.500
5 Schals	2.200	20	44.000
9 Mützen	1.500	15	22.500

Nutzen Sie die Tabelle für Ihre Ergebnisse.

Rangord nung der Produkt- gruppen nach U	Produktgruppen	Umsatz des Artikels in €	Kumulie rter Umsatz in €	% des kumulierten Umsatzes am Gesamtumsatz	A-, B-, oder C- Bereich	% der A-,B, und C- Bereiche am Gesamt Sortiment (10 Produktgruppen)
Trikot	A	350 000	350 000			
T. anz.		100 200	450 200			
Gesamtumsatz:						

- c. Nach der Berechnung ist es Ihre Aufgabe die Ergebnisse vor dem Marketing und Vertriebsmanagement zu präsentieren. Stellen Sie Ihre Ergebnisse graphisch dar. Kennzeichnen Sie alle relevanten Stellen.



- d. Der Direktor für Marketing und Vertrieb möchte nun auch eine ABC-Analyse der Kunden durchführen. Nachdem A-, B- und C-Kunden identifiziert wurden, ist dem Verantwortlichen jedoch unklar, wie diese Kundengruppen differenziert behandelt werden können. **Empfehlen** Sie dem Direktor, wie man bei den A- und B-Kunden vorgehen könnte. **Begründen** Sie Ihren Ratschlag kurz.

Ratschlag für A-Kunden:

Loyalitäts Maßnahmen (Treuepunkte etc.)

Begründung:

Sicherung der Haupteinnahmequelle

Ratschlag für B-Kunden:

Mengenrabatt etc.

Begründung:

B-Waren müssen in größerem Volumen gekauft werden.