

## Handout 1

### Fallstudie: PlainTech Solutions AG

### SWOT-Analyse



Die PlainTech Solutions AG möchte sich langfristig im Geschäftsfeld mobile Endgeräte/ Mobiltelefone behaupten. Um die richtigen strategischen Entscheidungen zu treffen, möchte das Unternehmen eine Analyse der Marketingsituation (SWOT-Analyse) durchführen.

Als Mitglied einer externen Unternehmensberatung werden Sie beauftragt die PlainTech Solutions AG dabei zu unterstützen. Beachten Sie zunächst die untenstehenden Aufgaben und lesen Sie danach die Fallstudie (s. Seite 2).

- a) Zunächst soll eine Analyse der internen, beeinflussbaren Variablen durchgeführt werden. Die **interne Analyse** der **Stärken und Schwächen** betrachtet die Plain Tech Solutions AG im Vergleich zu deren Hauptkonkurrenten (sofern diese im Text erwähnt werden).
- b) Danach analysieren Sie die nicht beeinflussbaren, externen Variablen. Diese **externe Analyse** betrachtet die **Chancen und Risiken**, die sich im Markt, z.B. auf Seiten der Handelspartner, Lieferanten, Kunden, Konkurrenten und im Umfeld ergeben.
- c) Im letzten Arbeitsschritt entwickeln Sie auf Basis der erarbeiteten Gegenüberstellung der Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken strukturierte Marketingstrategien.

Die PlainTech Solutions AG ist ein auf Computersoft-/hardware spezialisiertes, international renommiertes Unternehmen. Seit fünf Jahren ist die PlainTech Solutions AG auch im Markt für mobile Endgeräte/Mobiltelefone eingestiegen und hat aufgrund seiner hervorragenden technologischen Fähigkeiten und durch cleveres Marketing bereits einen erkennbaren Marktanteil gewonnen. Insbesondere das Angebot fortschrittlicher Computer- und Internetapplikationen auf den Endgeräten konnten durch die PlainTech Solutions AG erfolgreich umgesetzt werden.



Das gesamte Management der PlainTech Solutions AG besteht aus erfahrenen Ingenieuren. Der Kern der Unternehmensleistung wird im Forschungszentrum Stuttgart durch hochqualifizierte Ingenieure und Informatiker geleistet. Hier werden in einem von der Außenwelt abgeschlossenen „Thinktank“ wichtige Innovationen entwickelt. Diese Mitarbeiter der PlainTech Solutions AG gehören zu den Besten im Markt und werden durch das Unternehmen durch großzügige Gehälter gebunden.

Die Marktentwicklung im Mobilfunkmarkt ist in den vergangenen 10 Jahren zwar sehr positiv gewesen; doch weist der Markt aufgrund zunehmender Sättigungstendenzen abnehmende Wachstumsraten auf. Neben der PlainTech Solutions AG steigen immer mehr Konkurrenten in den Markt ein – insbesondere Billig-Anbieter aus Fernost verzeichnen mit qualitativ hochwertigen und kundennah entwickelten Produkten hohes Wachstum.

Die PlainTech Solutions AG hat traditionell eine sehr hohe Mitarbeiterzufriedenheit; diese liegt unter anderem an einem starken Betriebsrat, der die Interessen der Arbeitnehmer bei den verschiedensten Themen vertritt (vor kurzem gab es Auseinandersetzungen bzgl. der Gehaltskluft zwischen den Ingenieuren und der übrigen Belegschaft).

Die marktführenden Wettbewerber der PlainTech Solutions AG kooperieren seit längerer Zeit mit wichtigen Telekommunikationsunternehmen. Das Management der PlainTech Solutions AG hat dies bisher nicht als notwendig angesehen, da man sich nicht binden möchte. Die eigenen

High-End Geräte wurden bisher von jedem der wichtigen Telekommunikationsunternehmen bestellt.

Der Markt sieht sich nun mit neuen Übertragungsstandards (z.B. UMTS) konfrontiert. Diese bergen das Potential, das Marktwachstum deutlich zu beleben. Zudem können diese neuen Standards endlich eine internationale Harmonisierung der verschiedenen Technologien bedeuten.

- (a) Geben Sie Beispiele für mögliche **Stärken** und **Schwächen** der PlainTech Solutions AG an. Erklären Sie kurz auch, warum es sich um eine Stärke oder eine Schwäche handelt.

Stärken	Schwächen
international renomiert gute Ingenieure guter marktanteil	keine Kooperation Gehaltsklüften sehr Forschungsorientiert Betriebsrat blockiert

- (b) Geben Sie Beispiele für mögliche **Chancen** und **Risiken**, die aus Ihrer Sicht berücksichtigt werden sollten. Aus Ihrer Antwort muss deutlich hervorgehen, warum es sich um eine Chance bzw. ein Risiko handelt.

Chancen	Risiken
Standardisierung Neue Märkte	Neue Wettbewerber Kooperationen unter Wettbewerbern

(c) Im letzten Arbeitsschritt entwickeln Sie auf Basis der erarbeiteten Gegenüberstellung der Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken strukturierte Marketingstrategien.

		Interne Sicht	
		Stärken	Schwächen
		<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
Externe Sicht	Chancen	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	Neue Märkte erschließen/ Marktführer in UMTS technologie werden  Text
	Risiken	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	Kooperation der Wettbewerber drohen Verdrängung von Markt  => Kooperation als Lösung