

Marketing bei Endress + Hauser AG

Projektleiter	Stephan Müller
Autor	Valentino Rusconi
Datum	08. Mai 2018



Endress + Hauser

People for Process Automation

1 Management Summary

In folgender Arbeit wird die Firma Endress + Hauser Process Solutions als Marketingbetrieb beschreiben.

Die Firma Endress + Hauser AG lässt sich im Marketing in zwei grosse Komponenten aufteilen, die Product Center und die Sales Center. Ein Product Center bündelt verschiedene Kompetenzen in der Entwicklung, Forschung und der Produktion. Auch sind die Product Center auf jeweils eine Messtechnik fokussiert. Mit dem direkten Verkauf an Kunden hat ein Product Center nichts zu tun. Der Verkauf erfolgt über die Sales Center. Diese arbeiten eng mit dem Product Management der einzelnen Product Center zusammen. Die Sales Center kaufen Produkte von den Product Center und vertreiben diese danach an den Kunden.

Es gibt keine direkte Zielgruppe von Endress + Hauser Process Solutions, da wir eine Gesamtgruppe vertreten und somit auch unsere Zielgruppen teilen.

Da Endress + Hauser auf Messtechnik spezialisiert ist und sich auf die Industrie spezialisiert hat werden folgende Branchen zu Zielgruppen: Chemie, Lebensmittel, Öl/Gas, Wasser/Abwasser, Life Sciences, Energie, Schiffbau, Grundstoffe/Metall.

In folgender Arbeit wird genauer auf das Bindeglied "Roundtable" eingegangen. Beim Roundtable werden Vertreter von jedem Sales Center weltweit eingeladen. Dies geschieht einmal jährlich. Beim Roundtable werden aktuellste Entwicklungen der Produktpalette vorgestellt. Während dem Roundtable finden Trainings und Workshops statt, wodurch die Sales Center einen optimalen Einblick in die neuen Technologien erhalten.

2 Inhaltsverzeichnis

1 Management Summary	1
3 Mein Vorgehen	3
4 Ausgangslage Betrieb	3
4.1 Eigene Einschätzung	5
5 Definition Zielgruppe	5
6 Beschreibung Bindeglieder	6
6.1 Roundtable	6
6.2 Product Manager	6
6.3 Marketing Sales	6
6.4 Intranet	6
6.5 Skype-Meeting	7
6.6 Trainings	7
6.7 Social Media	7
7 Detailbeschreibung Bindeglied - Roundtable	7
7.1 Eigene Einschätzung	8
8 Reflexion	8
9 Quellen	8
10 Selbstständigkeitserklärung	9

Dokumentenmanagement

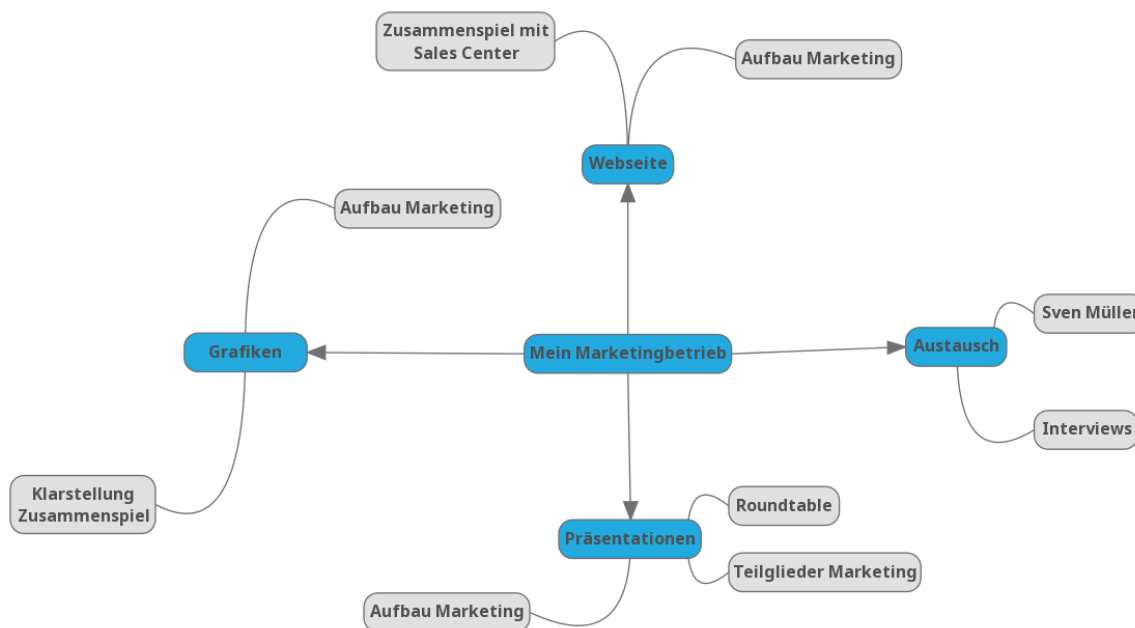
Version/Status: 1.0
Datum: 08.05.2018
Autor: Valentino Rusconi

Änderungshistorie

Version	Beschreibung	Datum
0.1	Formatierung vorgenommen / Dokument vorbereitet	19.04.2018
0.2	Mein Vorgehen und Ausgangslage Betrieb fertiggestellt	23.04.2018
0.3	Zielgruppe fertiggestellt	01.05.2018
0.4	Detail Bindeglied verfasst	01.05.2018
0.5	Reflexion verfasst	04.05.2018
1.0	Letzte Korrekturen	08.05.2018

3 Mein Vorgehen

Um genügend Informationen zu sammeln, werde ich verschiedene Quellen in Betracht ziehen. Bei Endress + Hauser gibt es ein Intranet, wo sich mehr als genügend Informationen befinden, ausserdem werde ich mich auch mit meinem Mitlehring, Sven Müller, austauschen. Auch die offizielle Website von Endress + Hauser bietet reichlich Informationen, welche ich für die Vorstellung verwenden kann. Auch versuche ich verschiedene Grafiken einzubinden um den Aufbau der Endress + Hauser Gruppe visuell vorzulegen. Interviews mit Mitarbeiter aus unseren Marketing Abteilungen können auch interessant sein.



1

4 Ausgangslage Betrieb

Endress + Hauser Process Solutions wurde 1999 gegründet, mit Standort Reinach. Process Solutions ist ein Product Center innerhalb der gesamten Endress + Hauser Gruppe. Ein Product Center ist somit ein Ast eines Baumes. Ein Product Center ist immer in verschiedene Teilgebiete aufgeteilt. Teilgebiete wie, Logistik, interne IT, Entwicklung, Forschung, Marketing etc. Unsere Product Center mit Stammhäusern in Deutschland und der Schweiz bündeln das Know How auf dem Gebiet von Produktion, Produktmanagement, Forschung und Entwicklung sowie Logistik. Dort werden Kernkomponenten für unsere weltweite Produktion angefertigt. Koordiniert wird das weit verzweigte Netzwerk aus Vertrieb und Produktion von der Endress+Hauser Management AG mit Sitz in Reinach.

Die Product Center verkaufen Ihre Produkte jedoch nicht direkt an den Endkunden. Die Produkte werden über ein Sales Center vermarktet. Diese Sales Center stehen in ständigem Kontakt mit einem Product Manager der Product Center.

¹ Bild1 - Mindmap "Mein Vorgehen"

Die Sales Center kaufen die Produkte von den Product Center und vermarkten diese Produkte dann an die Endkunden.



2

Betriebsstätten in China, Frankreich, Brasilien, Indien, Italien, Japan, Südafrika und den USA montieren, kalibrieren und testen Geräte überwiegend für die regionalen Märkte. So können Kunden auf der ganzen Welt flexibel, schnell und vor allem individuell bedient werden.

Das Marketing bei Endress + Hauser Process Solutions ist in folgende Sektoren unterteilt: Marketing Technology(MT), Product Management(PM), Marketing Sales(MS) und Marketing Communication(MC).



3

² Bild2 - Aufbau Komponenten

³ Bild3 - Aufbau Marketing

Eine grobe Grafik soll das Zusammenspiel der internen Marketingabteilungen von Process Solutions beschreiben:



4

Die Marketing Technology Abteilung befasst sich mit der technologischen Entwicklung auf dem Markt und informiert das Product Management damit dieses neue Produkte entwickeln kann. Diese werden mit der Marketing Sales kommuniziert, welche es danach an die Sales Center bringt.

Die Abteilung Marketing Communication ist der Endpunkt, die Schnittstelle für Werbung. Marketing Communication sorgt für neue Kataloge und für den Informationsfluss auf den Webseiten von Endress + Hauser.

4.1 Eigene Einschätzung

Ich denke unser Marketing ist sehr gut strukturiert und jede Abteilung weiss für was sie zuständig ist, was zur effizienteren Erreichung des Ziels beiträgt.

Da die Kunden die Sales Center als Ansprechpartner haben, welche durch unsere Marketing Abteilungen immer auf dem laufenden gehalten werden, ist das Ziel "Wir unterstützen unsere Kunden darin, Ihre Produkte zu verbessern und sie noch effizienter herzustellen.", bestens gewährleistet.

5 Definition Zielgruppe

Endress + Hauser Process Solutions hat keine eigene Zielgruppe. Da wir Teil der gesamten Endress + Hauser Gruppe sind, haben wir als Gruppe gemeinsame Zielgruppen. Diese Zielgruppen sind in folgende Branchen unterteilt:

- Energie
- Life Sciences
- Öl und Gas
- Wasser/Abwasser
- Lebensmittel
- Chemie
- Schiffbau

⁴ Bild4 - Zusammenspiel Marketing Process Solutions

Da Endress + Hauser Process Solutions als Product Center keinen direkten Kundenkontakt hat, sind die Sales Center unsere Schnittstellen zum Kunden. Diese Sales Center sind auf der ganzen Welt verteilt. Hier gilt das Motto "Global und doch lokal!". Diese Sales Center können sich optimal an den lokalen Markt anpassen.

Endress und Hauser Process Solutions ist ein produzierendes Product Center. Aus diesem Grund müssen wir unsere Kunden und ihre Bedürfnisse verstehen und uns an diese anpassen. Eine Strategie die wir deswegen verfolgen ist, dass wir mit Personas arbeiten.

Diese Personas werden dafür verwendet um jedem Kunden ein Gesicht zu geben, denn nicht jeder Kunde hat die selben Bedürfnisse. Ein Personas beinhaltet eine Beschreibung, welche Punkte wie Alter, Position, Wünsche oder Ansprüche beinhaltet.

6 Beschreibung Bindeglieder

Hier werden die Bindeglieder zwischen Endress + Hauser Process Solutions und den Sales Centern beschrieben.

6.1 Roundtable

Das wichtigste Bindeglied umfasst den Roundtable. Beim Roundtable treffen sich Vertreter von jedem Sales Center einmal jährlich. Beim Roundtable werden aktuelle Entwicklungen von Produkten vorgestellt.

6.2 Product Manager

Der Product Manager spielt extern wie intern eine wichtige Rolle. Er vermarktet die Produkte an die Sales Center. Was nun aber mindestens genauso wichtig ist, ist das Feedback der Kunden, welche er über die Sales Center entgegen nimmt. Diese Feedbacks fließen in die nächste Entwicklungsphase ein.

6.3 Marketing Sales

Die Mitarbeiter im Marketing Sales stehen ebenfalls im Kontakt mit dem Sales Center. Sie präsentieren den Sales Center die Produkte.

6.4 Intranet

Das Intranet wird vor allem für direkten Informationsfluss verwendet. Im Intranet werden Informationen von der Abteilung Marketing Communication gepflegt, damit sich die Sales Center einlesen und auf aktuellem Stand halten können.

6.5 Skype-Meeting

Seit Endress + Hauser den Digital Workplace eingeführt hat, steht uns Skype for Business zur Verfügung. Demnach findet ein bis zweimal jährlich ein Skype-Meeting statt, gemeinsame mit den Sales Centern. Im Skype-Meeting steht die Weiterentwicklung der Produkte im Vordergrund.

6.6 Trainings

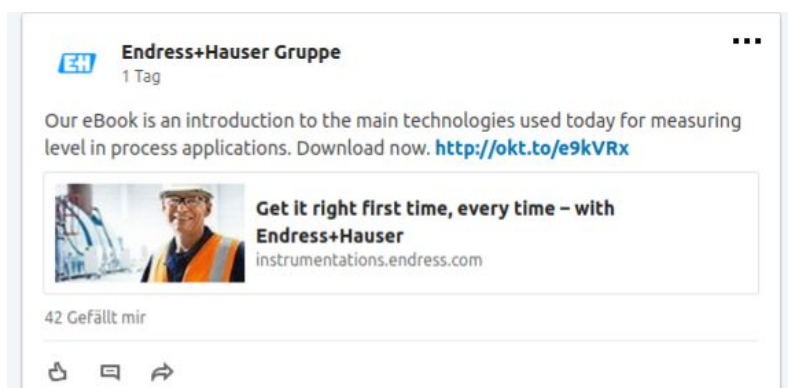
Endress + Hauser bietet Trainings für Kunden an. In den Trainings wird der Umgang mit den Produkten geschult. Im Standort Reinach gibt es dazu einen Schulungsraum. Auf Absprache reisen die Trainer jedoch auch zu den Kunden.

6.7 Social Media

Endress + Hauser ist ebenfalls auf diversen Social Media Plattformen vertreten. Eine wichtige Rolle hierbei spielt die Plattform "LinkedIn".

Mit dem Content welcher auf den Social Media Plattformen veröffentlicht wird, werden Aussenstehende aber auch Kunden mit neuen Informationen rund um das Geschehen bei Endress + Hauser auf dem Laufenden gehalten.

Hierzu ein Beispiel Beitrag der Endress + Hauser Gruppe auf LinkedIn:



7 Detailbeschreibung Bindeglied - Roundtable

Der Roundtable wird von der Marketing Sales Abteilung betreut, findet einmal jährlich statt und dauert eine Arbeitswoche. Der Roundtable hat jeweils ein Motto. Das Motto bestimmt dadurch auch den Ablauf der Woche.

Die Abteilung Marketing Sales bestimmt wie die Agenda aussieht und wo der Roundtable stattfindet. Zudem wird eine Broschüre erstellt, welche die wichtigsten Informationen beinhaltet.

Zum Roundtable werden jeweils Vertreter der Sales Center eingeladen. Mit Fokus auf das Teilen von Erfahrungen wird ein Steigern der Effektivität und dem Verständnis der Bedürfnisse der jeweiligen Sales Center angestrebt.

⁵Bild5 - Social Media Beitrag

Während dem Roundtable finden nicht bloss Vorträge statt, sondern auch Workshops und Trainings. Sprich hier wird ein weiteres Bindeglied miteinbezogen. In den Trainings wird ein erweitertes Verständnis der Technologie der Sales Center angestrebt.

7.1 Eigene Einschätzung

Der Informationsfluss und die Kommunikation untereinander wird durch eine Versammlung der Vertreter gestärkt. Durch die Trainings und Vorträge kann viel Wissen an die Sales Center weitergegeben werden, welches schlussendlich wieder in die Produktentwicklung einfließen wird.

8 Reflexion

Durch die Arbeit habe ich neue Kenntnisse über den Aufbau des Marketings bei Endress + Hauser gelernt. Durch das Anschliessen an die Interviews von Sven Müller konnte ich einige Informationen auffassen, welche ich weder im Intranet noch in firmeninternen Präsentation gefunden habe.

Ein grosses Problem, welches ich bei anderen Arbeiten hatte, war die Planung. Ich wusste nie wann ich was angehen soll, wo ich mir Informationen hole und wie ich diese in eine Struktur bringe. Durch die Planung im Kapitel "Mein Vorgehen" hatte ich den ersten Baustein gelegt. Jedoch hätte ich auch einen groben Zeitplan erstellen können, welcher auf andere Arbeiten abgestimmt ist.

Durch das Recherchieren der einzelnen Elemente des Marketings bei Endress + Hauser habe ich die einzelnen Abteilungen besser kennengelernt.

Durch die Erkenntnisse, welche ich in dieser Arbeit gesammelt habe, weiss ich nun wie wichtig die Kommunikation zwischen den einzelnen Marketingabteilungen und den Sales Center ist um neue Marktstrategien zu entwickeln.

9 Quellen

- Valentino Rusconi
- Dokumentationen und Präsentationen von Endress + Hauser
- Interviews gemeinsam mit Sven Müller(Lehrling mit Fachrichtung Systemtechnik)
- Austausch mit Sven Müller(Lehrling mit Fachrichtung Systemtechnik)
- Intranet Endress + Hauser
- Round Table Stream von 2016
- Endress + Hauser Homepage

10 Selbstständigkeitserklärung

Titel der Arbeit:

Mein Marketing Betrieb

Titel des Fachunterrichts, in dessen Rahmen die Arbeit verfasst wurde:

Betriebswirtschaftslehre II

Autor der Arbeit:

Valentino Rusconi

Ich erkläre ausdrücklich, dass es sich bei dieser von mir eingereichten schriftlichen Arbeit um eine von mir selbst und ohne unerlaubte Beihilfe sowie in eigenen Worten verfasste Originalarbeit handelt. Sofern es sich dabei um eine Arbeit von mehreren Verfasserinnen oder Verfassern handelt, bestätige ich, dass die entsprechenden Teile der Arbeit korrekt und klar gekennzeichnet und der jeweiligen Autorin oder dem jeweiligen Autor eindeutig zuzuordnen sind.

Unterschrift:
