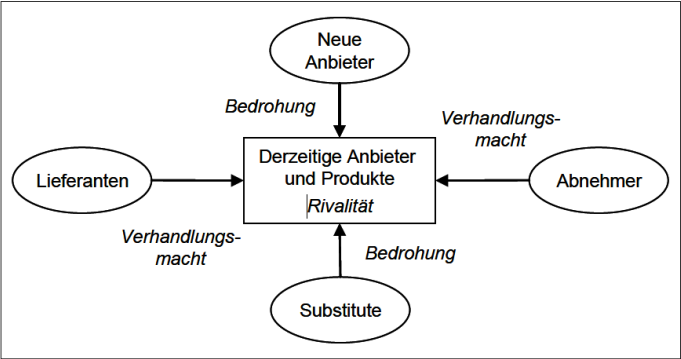


Five-Forces-Modell

Erstellen Sie auf Basis der folgenden Informationen eine Five-Forces-Analyse nach Porter für Fluglinien.

- ☞ Bekannte internationale Fluggesellschaften expandieren.
- ☞ Hochgeschwindigkeitszüge werden zunehmend von Eisenbahngesellschaften national und kontinental eingesetzt.
- ☞ Preis- und Leistungstransparenz nimmt durch die Angebotsplatzierung auf Homepages und Portalen nimmt zu.
- ☞ Videokonferenzsysteme gewinnen an Qualität.
- ☞ Engpässe bei der Flugsicherung und bei Start-, Lande- und Abfertigungskapazitäten nehmen zu.
- ☞ Neugegründete preisgünstige Fluggesellschaften versuchen Marktanteile über die Bedienung von Nischen zu gewinnen.
- ☞ Das Preis-/Leistungsbewusstsein der privaten und gewerblichen Kunden steigt deutlich an.



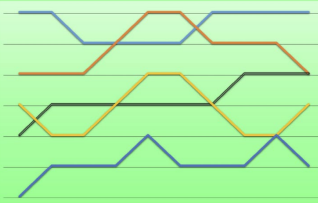
	☞ Neugegründete preisgünstige Fluggesellschaften versuchen Marktanteile über die Bedienung von Nischen zu gewinnen.	
☞ Engpässe bei der Flugsicherung und bei Start-, Lande- und Abfertigungskapazitäten nehmen zu.	☞ Bekannte internationale Fluggesellschaften expandieren. ☞ Preis- und Leistungstransparenz nimmt durch die Angebotsplatzierung auf Homepages und Portalen zu.	☞ Das Preis-/Leistungsbewusstsein der privaten und gewerblichen Kunden steigt deutlich an.
	☞ Hochgeschwindigkeitszüge werden zunehmend von Eisenbahngesellschaften national und kontinental eingesetzt. ☞ Videokonferenzsysteme gewinnen an Qualität.	

Portfolioanalyse

Quelle:

■ Littkemann ■ Derfuß ■ Eisenberg ■ Fietz ■ Holtrup, A. ■
■ Holtrup, M. ■ Schulte ■ Stockey ■

Übungen zum Controlling
– Band 1 –



Aufgabenstellungen mit Lösungsskizzen
zur Klausurvorbereitung

3. Auflage

Die einzelnen Produktkategorien der Morgengenuss GmbH – Kaffeemaschinen für Privathaushalte und solche für die Gastronomie – werden mittlerweile als getrennte Divisionen geführt, die unabhängig voneinander arbeiten und an die Unternehmensleitung berichten. Der Marketingleiter Mark Etting ist nun nicht mehr mit der operativen Steuerung des Marketings betraut, sondern „nur noch“ für die Koordination der Aktivitäten der Geschäftsbereiche und für das übergreifende Marketing der Gesamtunternehmung zuständig. An ihn berichtet auch Herr Krüger, der für das Marketing der Gastronomie-Division verantwortlich ist. In dieser Division werden unter anderem Portfolios zum Controlling der Marketingaktivitäten eingesetzt.

Krüger bekam bei seiner Einstellung auch die Aufgabe übertragen, monatlich die Entwicklung der Produkte anhand des von der Bosten Consulting Group (BCG) entwickelten BCG-Portfolios zu berichten.

Datenbasis:

Produkt	Marktanteil	Marktanteil Konkurrent 1	Marktanteil Konkurrent 2	Marktanteil Konkurrent 3	geschätztes Marktwachstum	Preis	Absatzmenge
Café de Paris	0,4	0,05	0,2	0,25	0,15	2000	200
Aroma Grand	0,2	0,25	0,15	0,4	0,1	1500	100
Aroma Intern	0,12	0,1	0,1	0,3	-0,05	600	150
Café Roma	0,3	0,15	0,15	0,2	-0,05	1500	250

Führen Sie für die Morgengenuss GmbH eine Portfolio-Analyse durch. Leiten Sie für die SGEs Normstrategien ab und begründen Sie. Die horizontale Trennlinie ergibt sich aus den Mittelwerten des Kriteriums MW. Die vertikale Trennlinie ist bei 1.

2019, Norderstedt, S. 32 f.

Produktkategorie	Café de Paris	Aroma Grand	Aroma Intern	Cafe Roma	
Marktanteil	40%	20%	12%	30%	
Marktanteil GW	25%	40%	30%	20%	
Relativer Marktanteil	1,6	0,5	0,4	1,5	
Marktwachstum	15%	10%	-5%	-5%	3,75%

					Gesamt
Umsatz	400.000 €	150.000 €	90.000 €	375.000 €	1.015.000 €
%-Anteile	39%	15%	9%	37%	100%

