

Situation

Sie sind Mitarbeiter oder Mitarbeiterin des Reiseveranstalters Müller. Das Unternehmen bietet verschiedene Kurs- und Reisveranstaltungen im Landkreis an. Die vielfältigen Angebote lassen sich in 4 strategische Geschäftsfelder gliedern:

SGF 1: Der Klassiker: Urlaub auf dem Bauernhof

Das Angebot richtet sich an Familien oder auch Einzelpersonen. Es werden Zimmer oder auch ganze Ferienwohnungen auf Bauernhöfen vermietet. Die Urlauber verpflegen sich im Regelfall selbst. Die Kosten des Aufenthaltes sind tendenziell im unteren Bereich.

Für die Urlauber stehen Angebote wie: Pferdereiten, Ponyreiten für Kinder, Fahrradtouren und anderes auf dem Programm.

SGF 2: Der Besondere: Wellnessurlaub im 5-Sterne Hotels

Sie stehen mit verschiedenen 5-Sterne Hotels im Landkreis in Kontakt. Es wird Wellnessurlaub mit Sauna, Solarium, Fitnessräumen und hochwertiger biologischer Vollverpflegung angeboten. Die Angebote richten sich an Urlaubssuchende mit dem Wunsch nach höherem Komfort.

SGF 3: Der Historische: Yoga und Exerziten-Seminare im historischen Koster Markt Indersdorf

In den Ferien werden Yoga-, Meditations- und Entspannungsseminare im historischen Kloster Markt Indersdorf angeboten. Die Seminarangebote werden von hochrangigen Dozenten geleitet und durchgeführt.

Das Angebot richtet sich an Menschen, die den Wunsch nach Selbstfindung haben und ihr Leben vorübergehend „entschleunigen“ möchten.

SGF 4: Der Neue: Action-Urlaub für Junge und Junggebliebene

In einigen Unterkünften im Landkreis gibt es jüngst die Möglichkeit, für die Urlauber Action-Programme anzubieten: Laufen, incl. Marathon durch den Landkreis, Rennradtouren, Fünfkampf und ähnliche Angebote. Zur medizinischen Betreuung steht auch ein Sanitäter-Team zur Verfügung.

Für die vier Angebotsarten stehen aus dem Rechnungswesen folgende Daten zur Verfügung:

SGF 1: Der Klassiker

- Erwartetes Marktwachstum für die nächste Saison: 1,5%
- Marktanteil der Fa. Müller: 50%, Marktanteil der größten Konkurrenten, 35%
- Anteil am Gesamtumsatz der Firma Müller: 50%

SGF 2: Der Besondere

- Erwartetes Marktwachstum für die nächste Saison: 6%
- Marktanteil der Fa. Müller: 15%, Marktanteil der größten Konkurrenten, 12%
- Anteil am Gesamtumsatz der Firma Müller: 15%

SGF 3: Der Historische

- Erwartetes Marktwachstum für die nächste Saison: 0,5%
- Marktanteil der Fa. Müller 8%, Marktanteil der größten Konkurrenten, 40%
- Anteil am Gesamtumsatz der Firma Müller: 10%

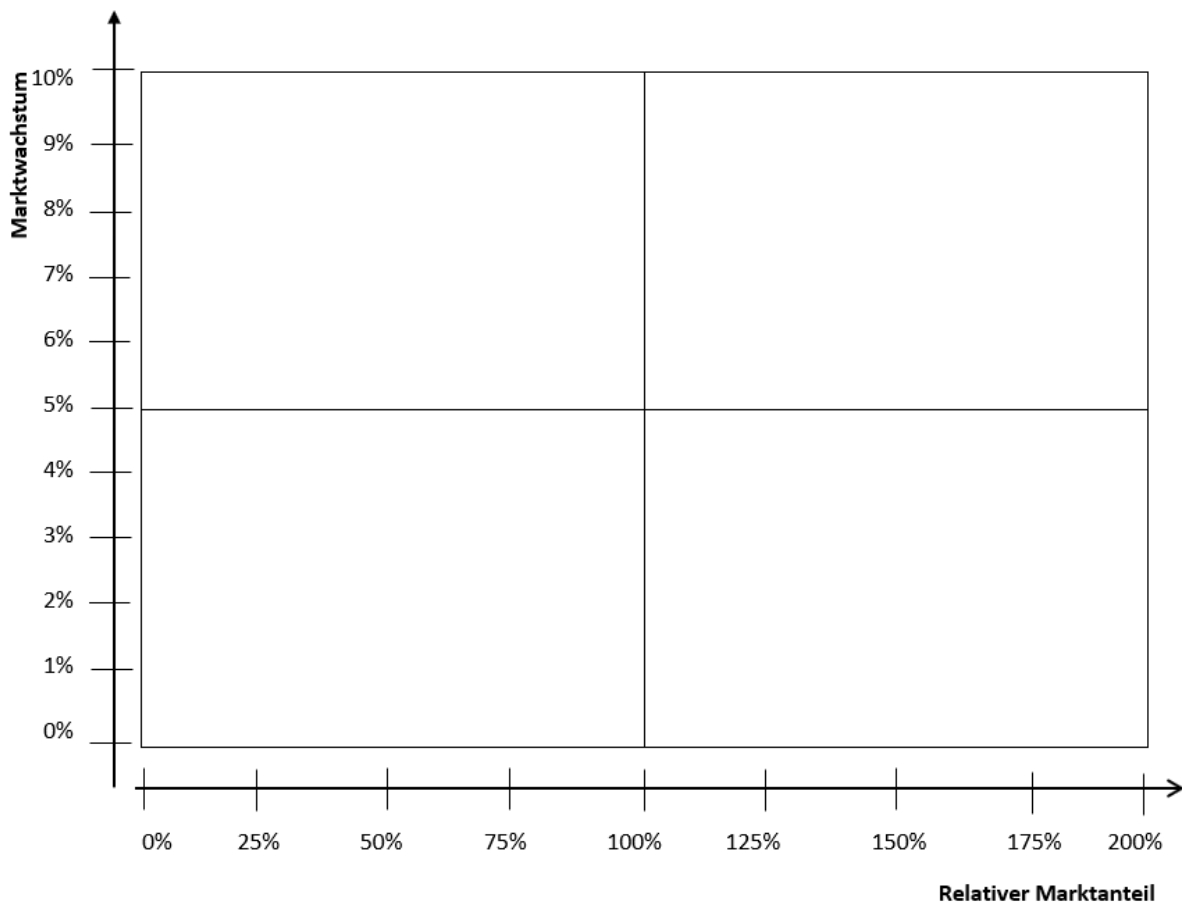
SGF 4: Der Neue

- Erwartetes Marktwachstum für die nächste Saison: 8%
- Marktanteil der Fa. Müller: 10%, Marktanteil der größten Konkurrenten, 35%
- Anteil am Gesamtumsatz der Firma Müller: 5%

Aufgabe 1**Aufgabe 1**

Bitte vervollständigen Sie anhand der Daten aus dem Rechnungswesen die unterstehende Portfoliomatrix, indem die 4 SGF entsprechend des Marktwachstum, des relativen Marktanteils und der Größe des SGF zeichnerisch positionieren.

(Anmerkung: 10% Anteil am Gesamtumsatz entspricht dem Durchmesser eines Kreises von 0,5cm)



Aufgabe 2 (8 BE, 1BE für die Nennung der Position, 1 BE für die Begründung)

Bitte interpretieren sie die Position der vier Geschäftsfelder im Portfolio mit Hilfe der Klassifikationen der Bosten-Consulting-Group: „Question Mark“, „Star“, „Cash Cow“, „Dog“

Bitte begründen Sie Ihre Positionierung!

SGF 1	
SGF 2	
SGF 3	
SGF 4	

Aufgabe 3

Der Geschäftsführer der Fa. Müller Reisen möchte wissen, welche Möglichkeiten es gibt, die 4 Geschäftsfelder weiterzuentwickeln. Bitte orientieren Sie sich dabei an den Normstrategien der BCO.

SGF 1	
SGF 2	
SGF 3	
SGF 4	

Aufgabe 4

Nach den Normstrategien der Bosten-Consulting Group sollte bei den „Melkkühen“ kein Neuinvestitionen mehr stattfinden. Bitte nehmen Sie zu der vorgeschlagenen Strategie kritisch Stellung und machen Sie einen Gegenvorschlag! (2 BE für die kritische Stellungnahme, machen Sie zwei Gegenvorschläger Ihrer Wahl, 4 BE)