

## Voller Erfolg der Veranstaltung „Erfolgsfaktor Vertrieb & Marketing“

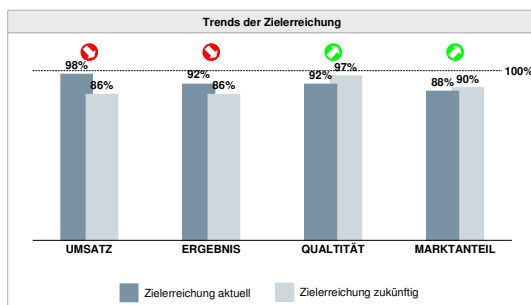
Die Unternehmensberatung GCI Management präsentierte am 19.11.2009 gemeinsam mit Prof. Scheuch (WU Wien) und Dr. Frank sowie Mag. Hartmann (Bank Austria) die Ergebnisse der aktuellen Studie „Stellenwert Vertrieb & Marketing in mittelständischen produzierenden Unternehmen Österreichs“.

### Hintergrund der Studie

Im ersten Halbjahr 2009 hat die mittelständisch orientierte Unternehmensberatung GCI Management gemeinsam mit dem Institut für Marketing-Management (Prof. Scheuch) die Studie „Erfolgsfaktor Vertrieb und Marketing“ mit Schwerpunkt auf mittelständische Unternehmen des Maschinenbaus und der metallverarbeitenden Industrie in Österreich“ durchgeführt.

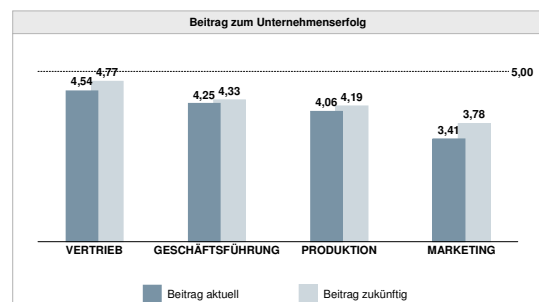
An der Befragung haben 70 mittelständische Unternehmen teilgenommen, welche in Summe ~3,5 Mrd. Euro Umsatz erzielen und ~20.000 Mitarbeiter, davon ca. 2/3 in Österreich. Die besondere Bedeutung der mittelständischen produzierenden Industrie in Österreich wird damit nochmals unterstrichen.

### Trends



Die Teilnehmer sind zuversichtlich, zukünftig Qualitäts- und Marktanteilsziele besser zu erreichen, sind jedoch hinsichtlich der Erreichbarkeit ihrer Umsatz- und Ergebnisziele deutlich skeptischer. Andererseits erschließen sich aus den nachfolgenden Ergebnissen der Studie eine Reihe interessanter Ansatzpunkte, um die Wettbewerbsfähigkeit und insbesondere die Schlagfertigkeit in Vertrieb & Marketing deutlich zu erhöhen.

Zentrale Erkenntnis der Studie ist, dass dem Vertrieb im Vergleich zu anderen Stellen im Unternehmen (Geschäftsführung eingeschlossen) aktuell sowie zukünftig der höchste Beitrag zum Unternehmenserfolg beigemessen wird. Die hohe Bedeutung des Vertriebs für den Unternehmenserfolg ist demnach weitestgehend erkannt. Deutlicher Aufholbedarf besteht aus Sicht von GCI Management im Marketing.



Überraschend wirkt die Tatsache, dass viele Unternehmen in ihrer Kultur und in ihrem Selbstverständnis einen aktiven Vertrieb jedoch noch nicht als Erfolgstreiber berücksichtigen. Hier überwiegen heute noch produktionsnahe Aspekte.

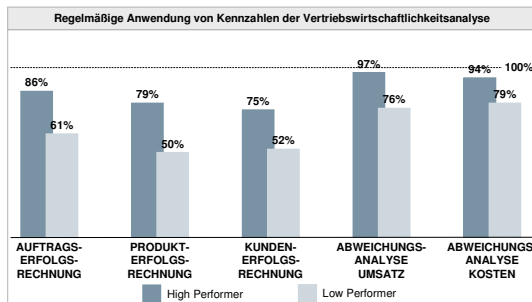
### Transparenz

Weniger als die Hälfte der befragten Unternehmen verwenden moderne Kostenrechnungsarten. Besonders in Zeiten eines intensiven Verdrängungswettbewerbes ist jedoch das präzise Wissen um die eigenen Kosten Voraussetzung einer optimalen Preisfestsetzung!

## High Performer vs. Low Performer

Bei einer differenzierten Betrachtung der „High Performer“ und der „Low Performer“ lässt sich klar feststellen, dass erfolgreiche Unternehmen ihre Märkte und Kunden besser kennen, umfassender steuern und über höhere Transparenz bzgl. der eigenen Performance verfügen.

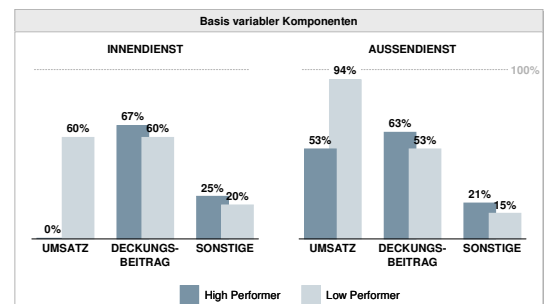
Sehr deutlich werden die Unterschiede zwischen High und Low Performern bei der Messung der Kundenzufriedenheit, der Potentialanalyse von Kunden und Märkten und beim Benchmarking, dem Vergleich der eigenen Performance mit anderen Unternehmen.



Grundvoraussetzung für eine effektive Steuerung des Vertriebs und in weiterer Folge des Gesamtunternehmens ist hohe Transparenz über die eigene Performance. Ein ähnliches Bild zeigt sich hier: Erfolgreiche Unternehmen kennen ihre eigenen Werte besser und können so rascher und zielgerichtet reagieren.

## Remunerationssysteme

Ein interessantes Ergebnis zeigte sich bei den Entlohnungssystemen: Wenn Unternehmen variable Gehaltskomponenten vergeben, dann fallen diese bei Low Performern in der Regel höher aus als bei High Performern. Dieses Phänomen erklärt sich u.a. auch dadurch, dass erfolgreiche Unternehmen sowohl im Innen- als auch im Außendienst den Deckungsbeitrag und andere Parameter einsetzen, während weniger erfolgreiche Unternehmen sich beinahe vollständig auf den Umsatz als Bemessungsgrundlage konzentrieren und damit dazu tendieren, Ergebniswerte zu vernachlässigen.



## Zusammenfassung

Die Studienergebnisse fasst GCI Management wie folgt zusammen:

- Die hohe Bedeutung des Vertriebs für den Unternehmenserfolg ist erkannt!
- Es zeigt sich hohes Potential, die Organisationsstrukturen und Abläufe in Vertrieb und Marketing weiter zu entwickeln und moderne Steuerungsinformationen zielgerichtet einzusetzen. Insbesondere bei der Kostenrechnung zeigt sich gravierender Nachholbedarf!
- Erfolgreiche Unternehmen kennen sichtlich ihre Märkte und Kunden besser, sie steuern umfassender und haben höhere Transparenz bzgl. der eigenen Performance
- Darüber hinaus verfügen High Performer über höhere Systemunterstützung, das Controlling leistet einen höheren Beitrag zur Vertriebssteuerung und sie verwenden andere und anspruchsvollere Incentivierungs-Systeme im Innen- wie auch im Außendienst sowie im Marketing.

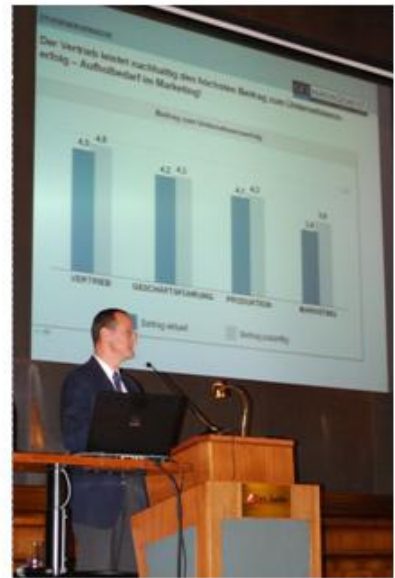
**Kontakt:** Roman Pongrácz, Managing Partner bei GCI Management  
Andreas Frischherz, Managing Partner bei GCI Management  
[www.gci-management.com](http://www.gci-management.com)



Dr. Frank, Bank Austria



Univ. Prof. Scheuch, WU Wien



MMag. Pongrácz, GCI Management



Mag. Hartmann, Bank Austria



Auditorium im Goldenen Saal



Angeregte Gespräche beim anschließenden Buffet