



PRESSEMITTEILUNG

W&P- und ZVEI-Benchmark ‚Fit for the Future‘:

Vertriebsperformance als Erfolgsfaktor unterschätzt

[04.02.2014] München – Der neue Unternehmens-Benchmark der Elektroindustrie ‚Fit for the Future 2013‘ liefert ein deutliches Ergebnis: Für viele Unternehmen ist die intelligente Organisation des Vertriebs ein maßgeblicher Erfolgsfaktor. In einer Umfrage wurden Unternehmensziele, Strategie, Innovations- und Technologiepolitik wie Führungs-, Organisations- und Wertschöpfungsstruktur der Unternehmen unter die Lupe genommen. Damit entstand ein Überblick über Marktsituation, Zukunftsperspektiven und Erfolgsfaktoren der Unternehmen.

Die Studie wurde von Dr. Wieselhuber und Partner (W&P) in Zusammenarbeit mit dem ZVEI - Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie zum achten Mal durchgeführt. Zwischen Juli und September 2013 beteiligten sich über 250 Unternehmen unterschiedlicher Größe und verschiedener Segmente der Elektroindustrie. Die Unternehmen wurden danach in vier Erfolgstypen kategorisiert: ‚entwicklungsfähige‘, ‚umsatzexpansive‘, ‚ertragsstarke‘ Unternehmen sowie ‚Spitzenunternehmen‘. Dies ermöglicht nach Abschluss der Auswertung jedem Teilnehmer einen brancheninternen Vergleich.

Die Gruppe der ‚Spitzenunternehmen‘ erzielt eine etwa doppelt so hohe Umsatzrendite wie der Gesamtdurchschnitt. Deren Umsatzwachstum betrug im Jahr 2012 noch 8 Prozent, nach 28 Prozent im Nachkrisenjahr 2011. Der Anteil des internationalen Umsatzes von durchschnittlich 52 Prozent (Vorjahr 2011: 46 Prozent) sowie die überdurchschnittlich häufig marktführende Position der Spitzenunternehmen in In- und Ausland belegen: Auch Internationalisierung ist eine zentrale Stütze des Erfolgs.



Ein genauer Blick auf die Vertriebsorganisationen im Inland zeigt: Mit einer guten Umsatzleistung pro Kopf, leicht überdurchschnittlichen Vertriebskosten und den meisten Tagen beim Kunden überzeugen Spitzenunternehmen mit einem sehr effizienten Vertrieb.

„Ertragsstarke Unternehmen“ setzen sich auch in diesem Jahr mit der höchsten Eigenkapitalausstattung von durchschnittlich 47,3 Prozent ab. Doch auch sie konnten der Stagnation des Marktes nicht trotzen. Ihre Umsatzrenditen sanken im Jahr 2012 gegenüber 2011. Mit knapp 4 Prozent des Umsatzes für Forschung und Entwicklung (F&E) weisen sie weiter den niedrigsten F&E-Aufwand aller Erfolgstypen aus. Diese Konstanz spricht für Qualität des F&E-Managements. Im Vertrieb realisieren „ertragsstarke Unternehmen“ die mit Abstand höchsten Umsatzwerte pro Kopf.

„Umsatzexpansive Unternehmen“ verbuchen eine durchschnittliche Umsatzsteigerung von 9 Prozent: Sie weisen die höchsten relativen Vertriebskosten im deutschen Markt bei gleichzeitig höchster Zahl an Kundenbesuchen pro Feldtag auf. Die Rendite wird bei diesen Unternehmen vernachlässigt, der Fokus liegt klar auf Umsatzexpansion.

Schlusslicht des Benchmarks sind die „entwicklungsfähigen Unternehmen“, die sowohl bei der Rendite als auch mit einem drastischen Umsatzrückgang stark unterdurchschnittlich abschneiden. Der Benchmark zeigt: Entwicklungsfähige Unternehmen haben ein offenkundiges Performanceproblem des Vertriebs. Sie weisen mit Abstand die niedrigsten vertriebsaktiven Tage sowie pro Tag die geringste Zahl von Besuchen beim Kunden auf.

Florian Kaiser, Studienleiter und Branchenexperte bei W&P, bringt die Ergebnisse auf den Punkt: *„Die deutliche Korrelation aus Vertriebsperformance und Unternehmenserfolg bestätigt die Bedeutung starker Vertriebsleistung.“* Er warnt: *„Auch das beste Produkt führt nicht zum Erfolg, wenn die Leistungsfähigkeit des*



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Vertriebs der Engpass ist!“ Entsprechend sollten Unternehmen diesen auf Zielgruppenausrichtung, Effizienz der Organisation und Zeitfresser überprüfen. Durch eine Performancesteigerung ließe sich die Vertriebsleistung um bis zu 20 Prozent steigern. Dabei ginge es jedoch explizit nicht darum, nur die relativen Vertriebskosten zu minimieren. Profitable Unternehmen investieren demnach zwar nur geringfügig mehr in den Vertrieb (+ 2 Prozent), erzielen damit aber über 60 Prozent mehr Kundenkontakte.

Weitere Informationen auf Anfrage.

Kurzporträt Dr. Wieselhuber & Partner

Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) ist eine unabhängige, branchenübergreifende Top-Management-Beratung für Familienunternehmen sowie für Sparten und Tochtergesellschaften von Konzernen unterschiedlicher Branchen. Sie ist spezialisiert auf die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie, Innovation & New Business, Führung und Organisation, Marketing und Vertrieb, Operations sowie auf die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Restrukturierung und Finanzierung. Mit Stammhaus in München bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kunden umfassendes Branchen- und Methoden-Know-how mit dem Anspruch, die Wachstums- und Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und den Unternehmenswert seiner Auftraggeber nachhaltig sowie dauerhaft zu steigern.

Pressekontakt:

Stephanie Meske
Dr. Wieselhuber & Partner
Unternehmensberatung
Nymphenburger Straße 21
80335 München
Telefon 089 28623-139
Email meske@wieselhuber.de