

Fotoprotokoll

**Angewandtes  
Unternehmens-  
management**

WIFI Niederösterreich

Mödling, 21./22.02.2020

LIEBHERR:

# CELSINGO

## VERHANDL. STÄRKE D. LIEFERANTEN

- HALBZUGS/MATERIAL.
- ! ELEKTRONIK SPBZ.
- VERDICTEN
- ANTRIEBSTECHNIK (Motor, Generator)
- NUTZFG. MÖRSTÜCKER
- LIEFERZEITEN
- KÄLTEMITTELPREISE

## BEDROHUNG D. NEUER ANBIETER

- ~~CELSINGO IST DIE  
BEDROHUNG~~
- .) HOHER INVEST
- .) HOHES KNOW HOW <sup>KÜHLMASCH</sup> <sub>LOGISTIK  
BRANCHE</sub>
- .) 5-7 JAHRE ENTW. ZEIT
- .) SERVICE - ERSATZTEILDISTR.  
- REPARATUR -  
- WARTUNGSNOTZ

## BEDROHUNG D. ERSATZPRODUKTE

AKTUELL KEINE/NICHT  
ABSEHBAR

- NEUE KÜHLTECHNOLOGIEN?
- NEUE ISOLIERKONZEPT?
- NEUE TECHNOLOGIE?

## WETTBEWERBS- VORTEILE

- .) NEUER SERVICEKONZEPT  
↳ BESSER, BILLIGER, EINFACHER
- .) MODULARITÄT
- .) SKALIERBARE KÄLTELEISTUNG

## VERHANDLUNGSSTÄRKE DER KUNDEN

- ! FRÄCHTER KÜHLLOGISTIK  
VERMIETER NUTZFG.
- ↳ SERVICENETZ
- ↳ VERFÜGBARKEIT D.  
ANLAGE
- ↳ KÜHLLEISTUNG
- ↳ BETRIEBSKOSTEN
- ↳ WIEDERVERKAUFSWERT

- .) KEIN KÄLTECHNIKER
- .) ONE-STOP-SHOP

# SWOT

C1 SICHERHEIT  
C2 GLOBALISIERUNG

S1 VERTRIEB  
S2 FINANZ  
S3 MARKENSTÄRKE  
S4 VERFÜGBARKEIT  
S5 INNOVATION  
S6 KNOW HOW

FORCIEREN - BSP.

C1/S1+S3

↳ VERTRIEB - PRÄSENZ BEIM KUNDEN ↗

... SCHAFFT VERTRAUEN  
... STÄRKT MARKE

C1/S2+S4

↳ FINANZIELLE SCHLAGKRAFT  
(LAGERSTÄNDE - VERFÜGBARK.)

C2/S1+S2+S3

↳ ERSCHLIESSUNG NEUER MÄRKTE

... FINANZIELLE SCHLAGKRAFT  
... VERTRIEBLICHE STÄRKE  
... UNTERSTÜTZUNG DURCH STARKE MARKE

•  
•  
•

KEF

# SWOT-Analyse

## Chancen:

- Sauberkeitsanforderungen
- Elektromobilität
- Hybridisierung
- Automatisierung
- Bio-Kunststoffe

## Stärken:

- Qualität
- Vertrieb
- Standort
- Finanzen
- Komplexität (Know-How)
- Zuverlässigkeit

## Stoßrichtungen:

- Qualität/Standort → Produkte mit Sauberkeit
- Liquidität/Know-How → Hybrid./Automat.
- Vertrieb → neue Kunden (Elektr. + Bio K.)  
Know-How

# SWOT

Unternehmensfaktoren

Umfeldfaktoren

## Chancen

- C1 Spezialisierung auf Maschinen für biologische LWS
- C2 Vergrößern des Portfolios
- C3 Qualität **C4/21/7**

Stärken einsetzen

## Chancen nutzen

S1/C3 Kunden durch Qualität binden

S4/C2 Flexible Markenaufstellung nicht gebunden an Lieferanten

**S4/C4** 26/7 erreichbarkeit durch flexible Arbeitszeit

## Stärken

- S1 Qualität
- S2 Kosten (für Arbeitsleistung)
- S3 Kundenorientierung
- S4 Flexibilität

Markenmitbewerb gering durch Gebietschutz  
Werkstoffierstungen

## Einflussgebiet

Mengen, Rabatte, Zahlungsziele

Nachbar Prinzip  
Teile

Bestand-  
Bestands-  
Faktoren

Weniger Landwirth, größere  
Traktoren, geringere Stückzahlen

L T H  
spezialisiert, Kunden-  
orientiert, flexibel,  
einstellungsnah  
hohe Qualität

Lagerhausverbund  
Einkauf in größeren Stückzahlen

Entwicklungszeit - Schulungen  
Schnelle Lagerhaltung (overnightlieferung) → kurze DZ

Fixprellwünsche der Kunden  
bei Reparaturen

Zeit  
↓  
Lange Zahlungsziele

Sauberkeit

Schnelle Fehlersuche  
+ behebung

Wünsche

Bestellung <sup>Anbieter</sup> ... : Know-How durch Erfahrung  
hohe Investitionen erforderlich

(<sup>Kunde</sup> Verhandlungsstärke... ) Saisunabhängig liefern  
Wettbewerbsvorteile gleichbleibende Qualität, Quantität  
Regionales Produkt, frische  
Nachhaltig (Bruthaus) Kalbfleisch,  
1) Antibiotikafrei

Verhandlungsstärke d. Lieferant: Qualität und Verfügbarkeit d. Setzlinge  
-- des Futters

Bestellung d. Ersatzprodukte

\* Preisdruck durch Wildfang

1) niedrigste mögliche Betriebskosten

AQUA-KULTUR

## Chancen/Trends

- Nachhaltigkeit
- Gesundheit
- CO<sub>2</sub>
- Alltags outsourcing

- Kundenfreundliche Verpackung → Küchenfertig
- Bruthaus → w.v. Raubbau
- CO<sub>2</sub>
  - kurze Lieferwege
  - Heizung
  - Strom

## Stärken

- Qualität
- Nachhaltig.
- Lieferzyklen
- CO<sub>2</sub>
- Med. frei

## Schwächen

- hohes Invest.
- Haltbarkeit