



Aufgabenstellung:

Das Unternehmen Pilzgarten ist ein stark produktgetriebenes, innovatives Unternehmen im Bereich der Herstellung asiatischer Pilzspezialitäten, z.B. von Shii-take (siehe Abbildung).

Pilzgarten steht vor der Herausforderung, sich in Teilen des Marktes, unter anderem im Bio-Bereich, einer stärker werdenden internationalen Konkurrenz stellen zu müssen. Deshalb sollen für das gegenwärtige Vertriebskonzept, welches sich auf den konventionellen und den Bio-Großhandel konzentriert, Optimierungspotenziale identifiziert werden. Mögliche Strategien sind: 1. Entwicklung zum Warengruppenspezialisten (Bedienung aller wichtigen Markt- bzw. Preissegmente mit spezifischen Produkten). 2. Verbreiterung des Kernsegmentes der hochwertigen Bio-Ware, z. B. durch eine stärkere Belieferung selbständiger Einzelhändler. 3. Personelle Aufstockung der Vertriebsabteilung.



Lösung:

Expertengespräch mit Herrn Professor Dr. Achim Spiller, Leiter des Instituts „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ an der Universität Göttingen.

Die Ergebnisse des Gespräches sind vertraulich.