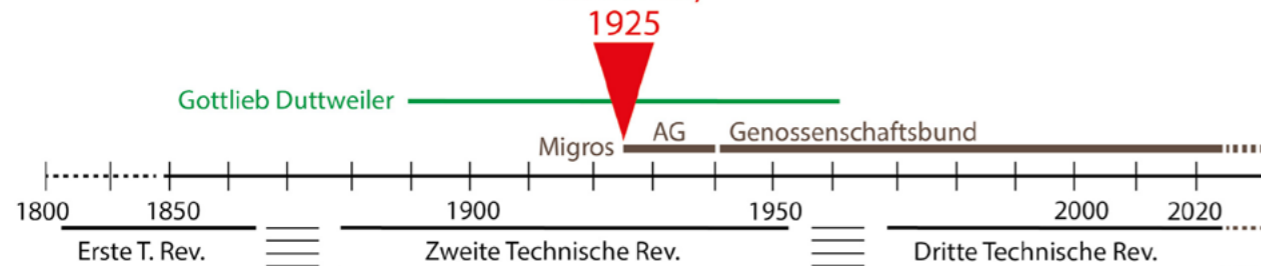


Fall Migros, im Jahr 1925

Entscheidungshilfe (Kurzvariante)

Diese Entscheidungshilfe sammelt Ihre Überlegungen während des Studiums des Falls und hilft Ihnen, eine fundierte Entscheidung zu treffen. Sie dient auch Ihrer persönlichen Ergebnissicherung.





Die Zweite Technische Revolution brachte im zweiten Wirtschaftssektor, der Industrie, eine Fülle von neuen Unternehmen, Technologien, Produktionsprozessen und Produkten hervor. Sie gab auch dem dritten Sektor, den Dienstleistungen, Impulse. Die neuen Produkte zielten nämlich auf eine Massenkundschaft ab. Bedürfnisse waren nicht nur zu erfüllen, sondern mussten geschaffen werden. Der soziale Aufstieg ermöglichte dies einer breiteren Kundschaft. Marken und Werbung wurden wichtig. Auch die Erkenntnisse aus den Produktionsprozessen, insbesondere seine Rationalisierung (Taylorismus), führten zu einer Revolution im Handel, insbesondere im Detailhandel. Gottlieb Duttweiler trat diese Revolution mit der Gründung der Migros in der Schweiz los. Seine Rationalisierungsbemühungen schufen später das Bedürfnis für die Datenverarbeitung der Dritten Technischen Revolution.

Sie werden durch Gottlieb Duttweiler in seine Entscheidungssituation hineingeführt. Notieren Sie sich Angaben, die Ihnen bei den Entscheidungen eine Hilfe sein können. Tragen Sie Ihre Überlegungen jeweils nach der Beschäftigung mit einer Aufgabe in die beiden Tabellen unten ein.

1. Entscheid A: Verkauf

- a** ausschliesslich Barzahlung
auch Kreditzahlung
- b** runde Quantität
runde Preise
- c** wenige Produkte
breites Angebot

Füllen Sie die Tabelle für Ihre Entscheidungen aus; vermerken Sie mit a, b und c den Bezug auf den Entscheid.



 Stärken / Vorteile	 Schwächen / Nachteile

2. Entscheid B: Kundenbindung

Entscheiden Sie sich für drei Massnahmen zur Bindung der Kundinnen und Kunden:

- 1 Preis und Qualität der Ware,
- 2 häufig garantiert durch einen Markennamen,
- 3 Werbung für das Verkaufsgeschäft oder für ein Produkt,
- 4 Ladenausstattung und Bedienung,
- 5 Dienstleistungen wie die Hauslieferung und
- 6 das Rabattsystem.



Tragen Sie für die drei Massnahmen, für die Sie sich entschieden haben, die jeweils wichtigsten Stärken / Vorteile bzw. Schwächen / Nachteile ein.

Massnahme Nr.	 Stärken / Vorteile	 Schwächen / Nachteile

3. Entscheid C: Wareneinkauf

Skizzieren Sie eine Lösung zur Behebung des Problems.

Wägen Sie ab:

 Stärken / Vorteile	 Schwächen / Nachteile

4. Entscheid D: Positionierung

Entscheiden Sie auf der Grundlage Ihrer Informationen und vor allem Ihrer bisherigen Entscheidungen zwischen diesen drei Optionen:

- als Aussenseiter die Detaillisten konkurrenzieren,
- sich mit ihnen zusammenschliessen,
- ihre Führung übernehmen.

**Nehmen Sie jetzt das Passwort in Empfang.
Entdecken Sie in den Kapiteln 7 und 8,
wie Gottlieb Duttweiler entschied und wie es mit der Migros weiterging.**

Nach Einsichtnahme in Gottlieb Duttweilers Entscheid.

5a. Analysieren Sie die Entscheide Ihrer Gruppe

Im Rückblick hatte Gottlieb Duttweiler mit seinen Entscheiden Erfolg. Welche Entscheide haben Sie gleich getroffen wie er, welche teilweise gleich und welche anders?

A Verkauf	gleich	teilweise	anders
B Kundenbindung	gleich	teilweise	anders
C Wareneinkauf	gleich	teilweise	anders
D Positionierung	gleich	teilweise	anders

5b. Beurteilen Sie die Entscheide Ihrer Gruppe.

Vergleichen Sie Ihre Entscheide mit denjenigen Ihrer Mitschülerinnen und Mitschüler. Diskutieren Sie unterschiedliche und gleichartige Entscheide.

Im Vergleich zu den Entscheiden der anderen sind meine Entscheide:

ähnlich wie die Mehrheit	teils – teils	ganz anders
konkreter	teils – teils	abstrakter

Aus meiner Sicht nach dem Vergleich mit anderen:

besser, weil	teils – teils, weil	schlechter, weil
--------------	---------------------	------------------

5c. Stellen Sie zusammen, was Sie bei diesem Entscheid gelernt haben.

über die Anfänge der Migros:	
über die Schweizer Wirtschaftsgeschichte:	
über das Entscheiden:	
über sich selbst:	