

1. Einleitung

Die Privatisierung öffentlicher Institutionen (Ämter, Direktionen der öffentlichen Verwaltung, Abteilungen und Bereiche von Bundesbetrieben) wird in Politik und Wirtschaft schon seit längerem diskutiert. Privatisierungen werden oft aus betriebswirtschaftlichen Gründen, der besseren Kostentransparenz, der grösseren Flexibilität wegen durch das Loslösen von staatlichen Fesseln u.a. ins Auge gefasst. Kantone, Bund und die öffentlichen Betriebe stehen seit langem unter Kostendruck und werden daher gezwungen, nach neuen organisatorischen Lösungen zu suchen. Die Privatisierung (oder Teilprivatisierung) kann ein möglicher Weg sein.

Bereits gibt es erste Beispiele, wo Teilerfolge erzielt werden konnten. Von solch einem Beispiel handelt dieser Fall. Halten Sie sich ausschliesslich an die hier vorgegebenen Fakten und Daten, sie müssen nicht zwingend mit einem realen Fall identisch sein- es wurden zum Teil Annahmen getroffen und Zahlen verändert.

2. Die Ausgangslage

Der Kanton W als staatliche Organisation verfügte bis Anfang t-0 über ein Amt für Informatik. Am 1. Februar t-0 erfolgte die Ausgliederung aus dem Kanton und die Gründung der BIT-Informatik. Wohl befindet sich die BIT-Informatik nach wie vor im Besitz des Kantons W, sie ist jedoch organisiert und geführt wie ein privatwirtschaftliches Unternehmen.

Die BIT-Informatik beschäftigt heute über 320 Mitarbeiter und verfügt über drei Tochtergesellschaften. Insgesamt sind es 420 Mitarbeiter. Der konsolidierte Umsatz der BIT-Informatik-Gruppe betrug t+9 rund 85 Mio. Franken.

Die Verantwortlichen der BIT-Informatik haben folgenden Leitsatz formuliert. Wir sind ein führendes Informatik-Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen für öffentliche Verwaltungen und ausgewählte Branchen der Privatwirtschaft.

Die BIT-Informatik bietet folgende Dienstleistungen an- Informatikberatung und Informatiklösungen für Gemeinden, kantonale Verwaltungen, die Bundesverwaltung und ausgewählte Branchen der Privatwirtschaft.

Die Dienstleistungen beinhalten in den einzelnen Segmenten ein vollumfassendes Paket von der Beratung, der Softwarelösung, Hardwareempfehlung (die BIT-Informatik selbst stellt keine Hardware her), Vernetzung von PCs, Inbetriebnahme und der Ausbildung der Mitarbeiter. Selbstverständlich verfügt sie auch über die nötige Organisation und Infrastruktur für Service und Unterhalt.

3. Die Organisation

Sieben Geschäftsbereiche und die drei Tochtergesellschaften bilden je ein Profitcenter. Die zentralen Dienste sind Serviceabteilungen. Die Abteilung Information & Marketing ist für die gesamte Kommunikation (Werbung, PR, Sponsoring, Event-Marketing) nach innen und nach aussen, für den Marketingsupport und die Corporate Identity verantwortlich. Dazu gehören auch Massnahmen für die gesamte Firmengruppe und die Unterstützung der sieben Geschäftsbereiche und der drei Tochtergesellschaften bei der Realisierung von Marktbearbeitungsmassnahmen.

4. Die Konkurrenz

Die Konkurrenten sind meist namhafte Firmen, die sich schon lange als Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen einen Namen im Markt aufgebaut haben, zum Teil jedoch vorwiegend als Hardwareanbieter (Bull, DEC, IBM). Dies ist oft ein Handicap, da sie nicht als

neutrale Anbieter (Hardwareabhängigkeit) auftreten können. ATAG Informatik, Fides Informatik, RUF u.a. sind seit mehreren Jahren in der Beratung tätig und sog. Lösungsanbieter. Sie verfügen jedoch nicht über das gleiche Mass an Verwaltungs-Know-how wie die BIT-Informatik. Eine Stärke der BIT-Informatik ist insbesondere auch das umfassende Dienstleistungsangebot.

Als junges Unternehmen im freien Markt fehlt der BIT-Informatik noch ein klares Profil und die notwendige Bekanntheit in den Zielmärkten. Einzig im Kanton W verfügt die Firma über einen ansprechenden Bekanntheitsgrad.

5. Der Markt

26 kantonale Verwaltungen, 3030 Gemeinden und Städte in der ganzen Schweiz, öffentliche Betriebe wie Städtische Verkehrsbetriebe, Elektrizitätswerke, Spitäler, usw. sowie Teile der Bundesverwaltung und ausgewählte Branchen der Privatwirtschaft (z. B. Firmen mit grossen Verwaltungsbereichen wie Versicherungen und andere grosse Dienstleistungsunternehmen) gehören zu den Kernsegmenten.

Die Entscheider sind meist Amtsvorsteher, Direktoren, Gemeindepräsidenten oder Informatikverantwortliche dieser Verwaltungen. Eine wichtige Rolle spielen auch die Endbenutzer an den PCs und politische Kommissionen.

6. Ihre Funktion

Sie sind Marketingplaner in der zentralen Abteilung Information & Marketing. Als Marketingplaner betraut Sie Ihr Vorgesetzter mit Teilprojekten. Zum Teil lösen Sie diese selbständig, zum Teil erarbeiten Sie diese im Team mit Ihrem Vorgesetzten, mit externen Spezialisten und oder mit Produktmanagern der Geschäftsbereiche.

7. Die Aufgabenstellung

Aufgabe 1

Erarbeiten Sie eine Begründung pro und contra für die Zusammenarbeit mit einer Werbeagentur. Erstellen Sie dazu mindestens je 5 Kriterien und beurteilen Sie diese aus der Sicht Ihrer Position in der BIT-Informatik.

Aufgabe 2

Die Geschäftsleitung hat beschlossen, den Geschäftsbereich Gemeinden zu stossen. Für t+9 steht Ihnen ein Budget von sFr. 500'000.-- zur Verfügung. Sie erhalten deshalb den Auftrag, die folgenden Punkte zu erarbeiten.

2.1 Beschreiben Sie als erstes die Ausgangslage und die daraus resultierenden Zielsetzungen.

- Die Ausgangslage
- Die Zielgruppen / Zielpersonen
- Die Kommunikationsziele
- Der Markt
- Die Unternehmenspositionierung
- Die Mediaziele
- Die Media-Zielgruppen / Media-Zielpersonen

2.2 Leiten Sie die zielgerichteten Massnahmen ab und teilen Sie diese werbewirksam auf das vorgegebene Budget und den Zeitraum auf.

- Den Mediamix respektive die Massnahmen inkl. Begründung
- Flankierende Massnahmen
- intern
- extern
- Den Zeitplan
- Die Budgetverteilung

Treffen Sie Annahmen, wo Unklarheiten bestehen und bezeichnen Sie diese als solche.