

# Just in Time AG

## 14. Bilanzmedienkonferenz



# Ablauf

---



- ◉ Strategie
- ◉ Grobüberblick über GJ 11-14
- ◉ Finanzen
- ◉ HRM
- ◉ Operations
- ◉ Marketing
- ◉ Zukunftsausblick
- ◉ Ihre Fragen

# Strategie

---



- ◉ Kostenführungsstrategie
- ◉ Forschung und Entwicklung auf Schweizer Standard
- ◉ Wir legen wert auf Schweizer Produktion

# Finanzen

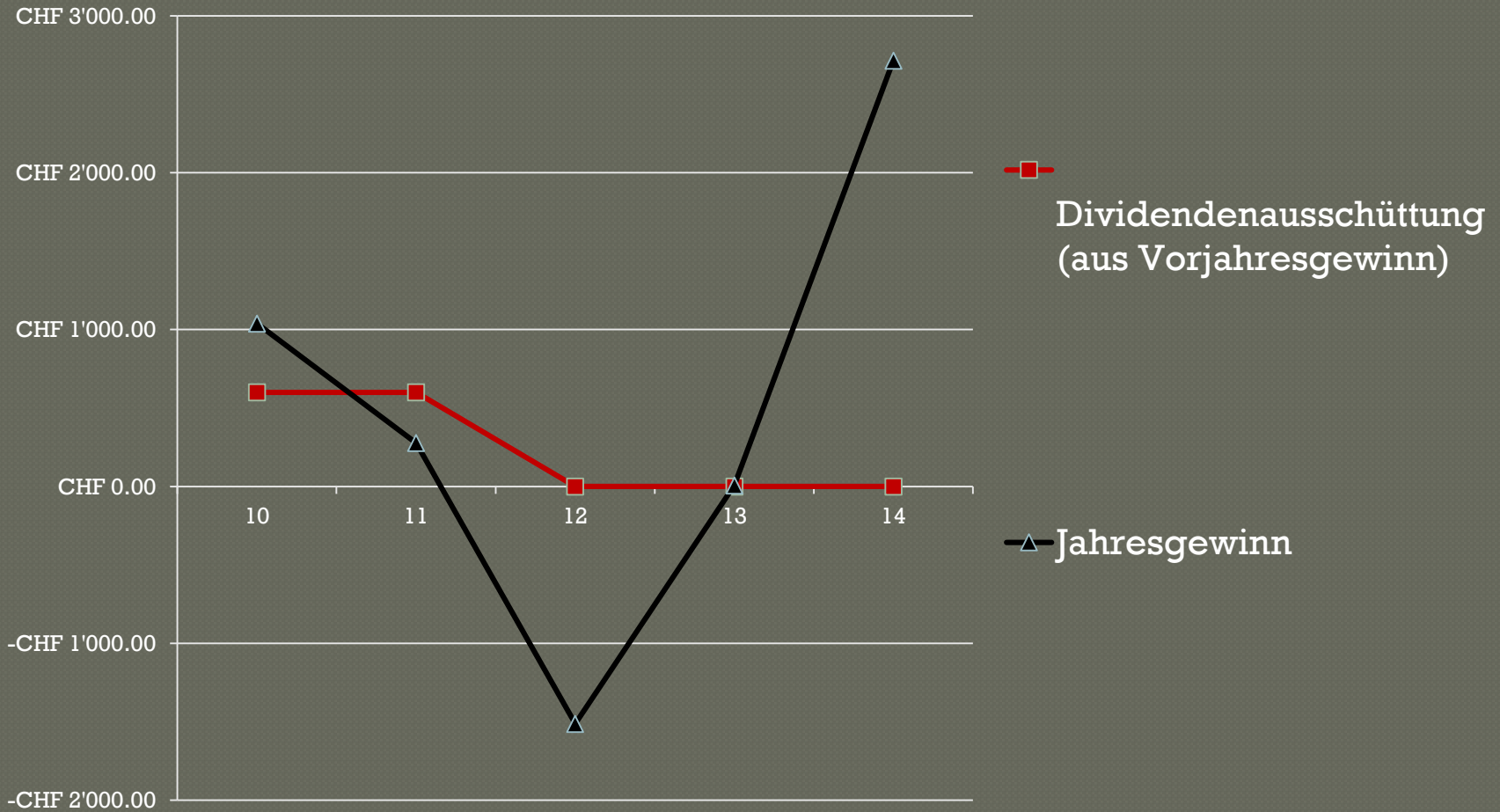
---



„Wir wollen stetigen Mehrwert für unsere Aktionäre schaffen.“

Oskar Gessner, Mitgründer Just in Time AG

# Jahresgewinn



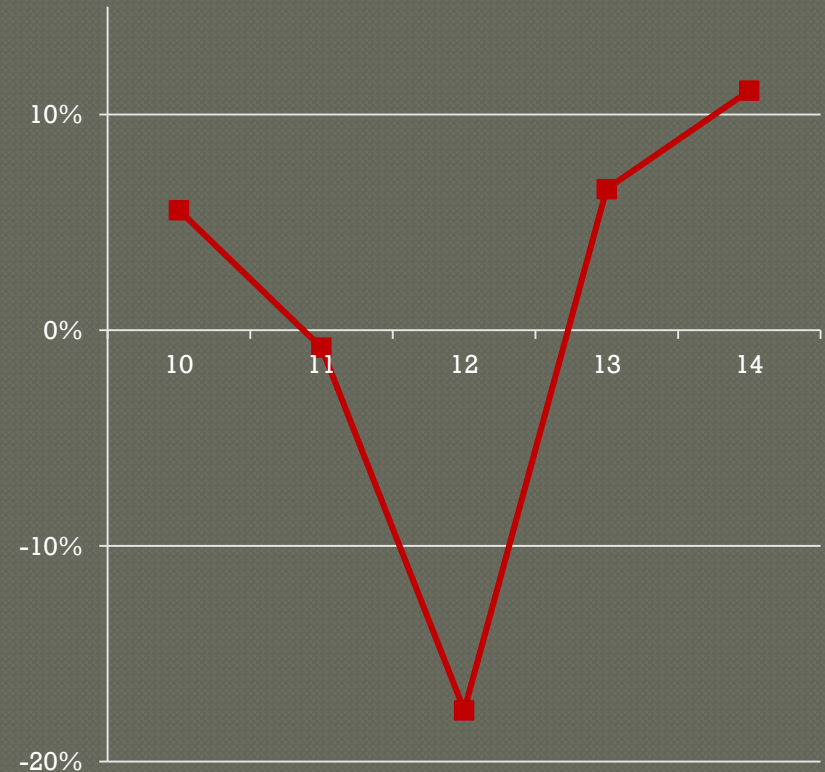
# Just in Time AG Aktie



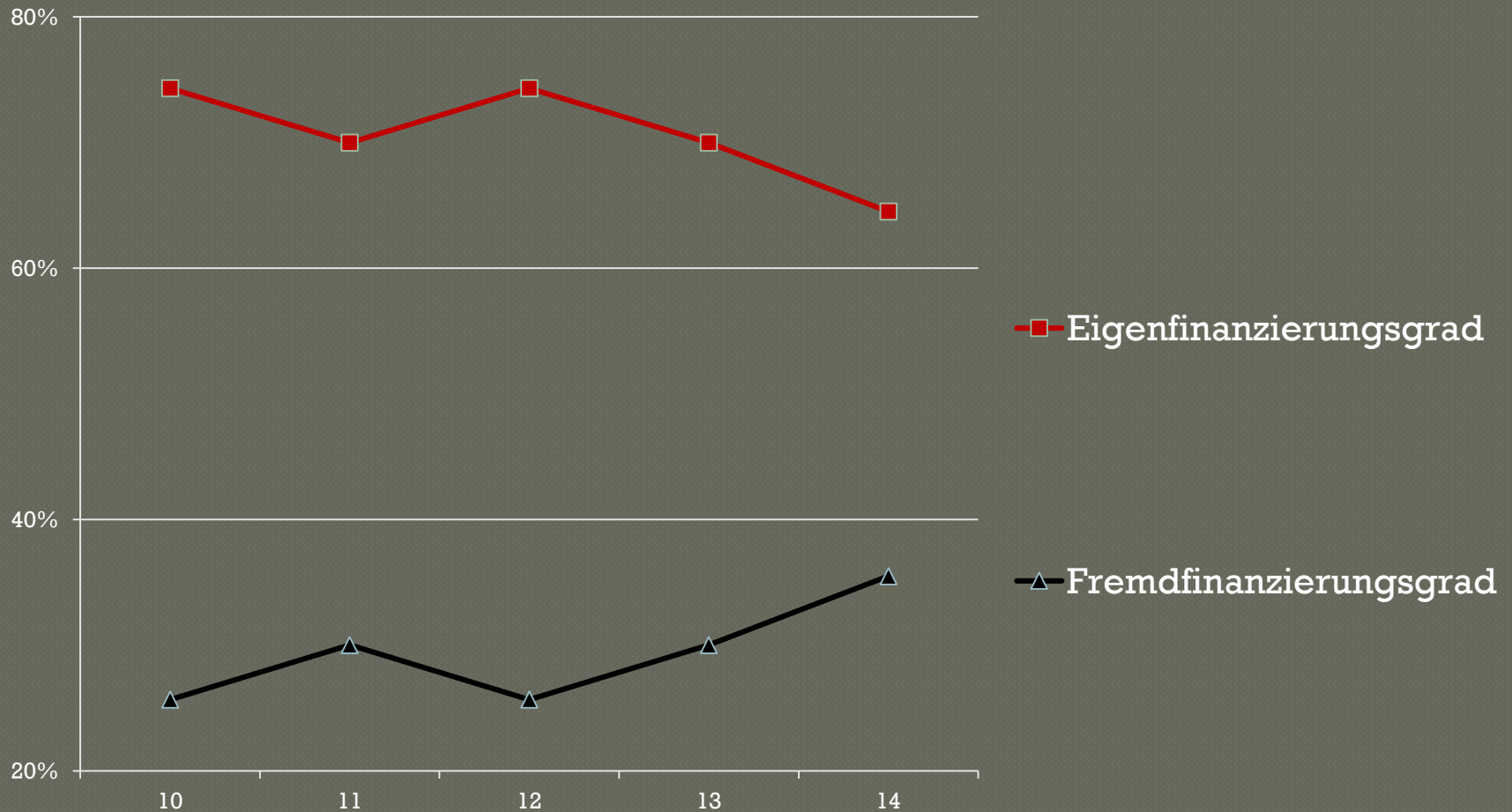
## Börsenkurs der eigenen Aktien (CHF/Stück)



## Gesamtrendite (% Kurswert)



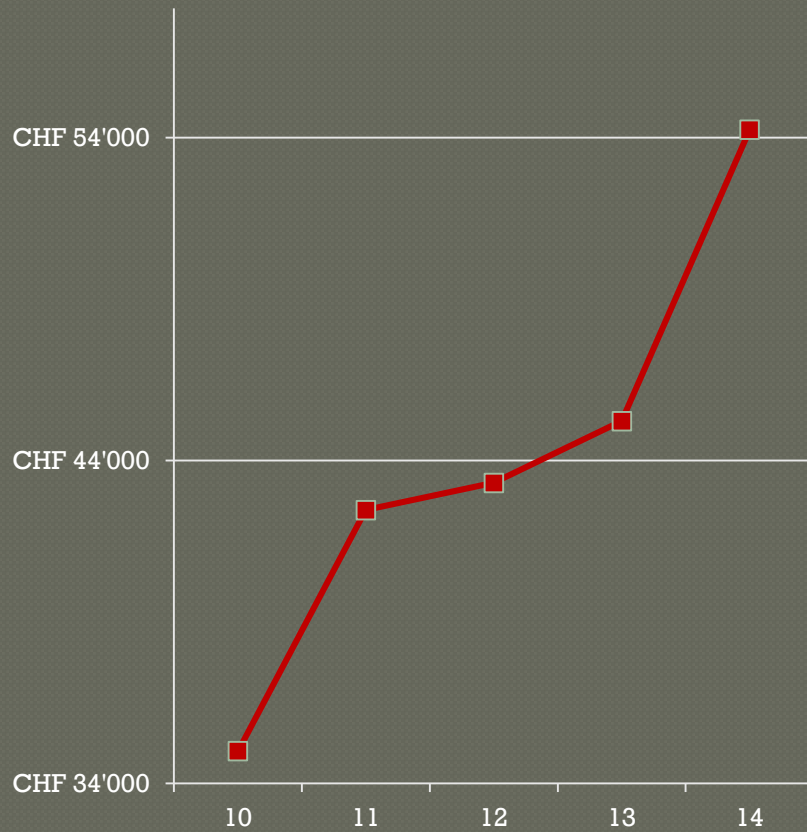
# Kapitalverhältnisse



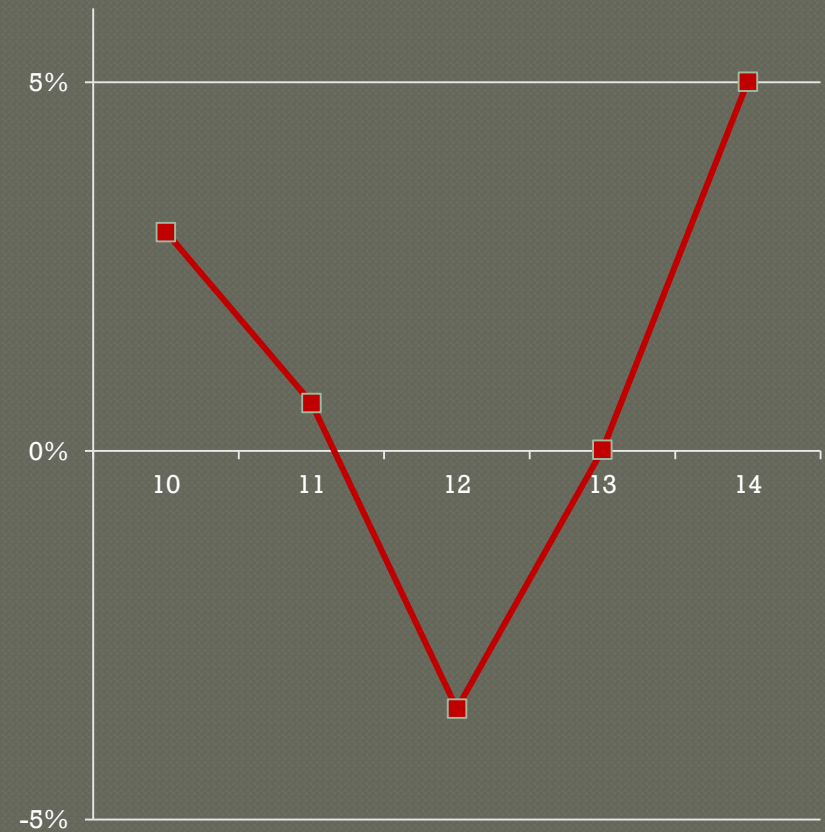
# Umsatz



## Verkaufsertrag



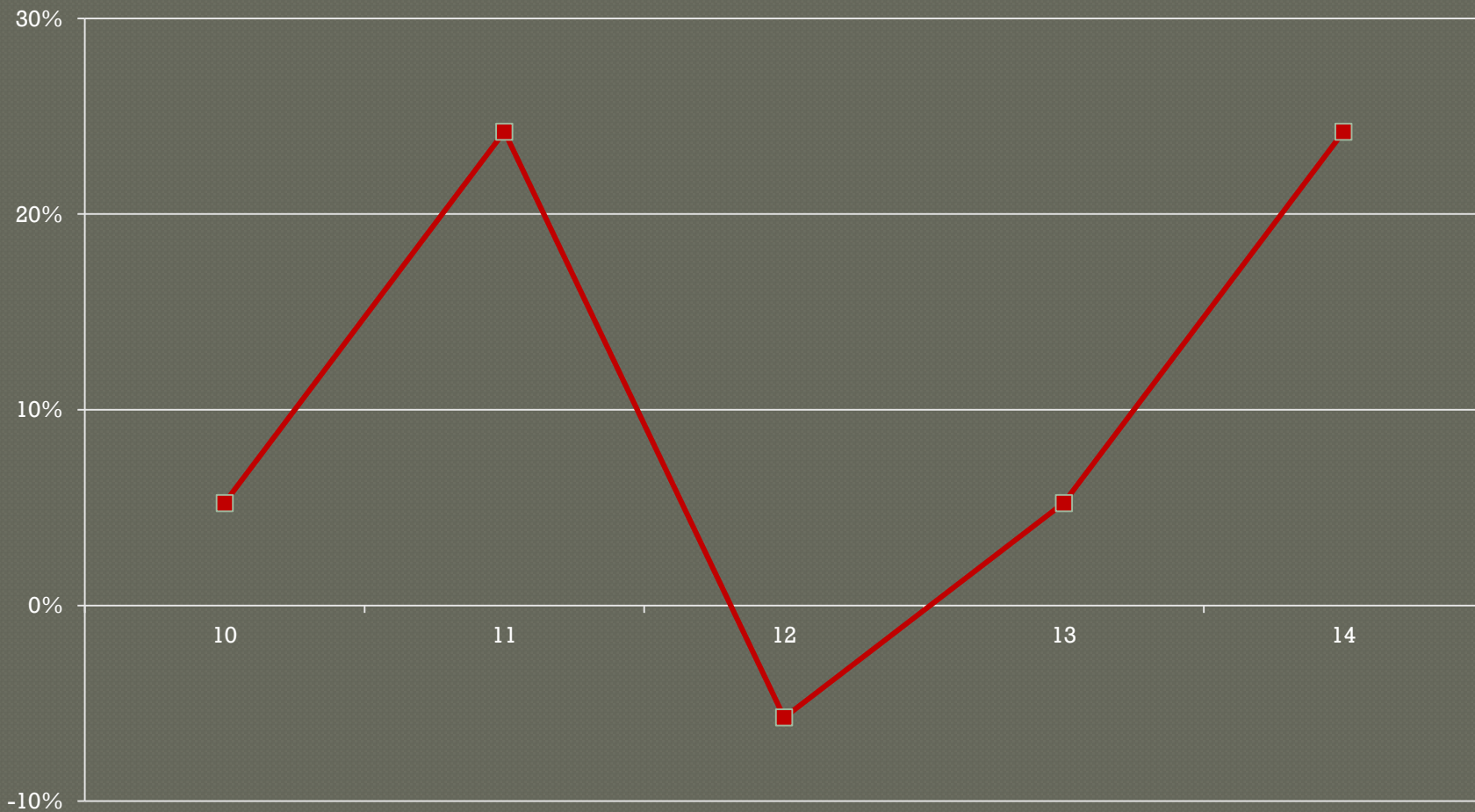
## Umsatzrentabilität





# Gesamtkapitalrentabilität

Just in Time



# Human Resources

---



„Fairness gegenüber unseren Mitarbeitern bildet das Fundament unseres Erfolges.“

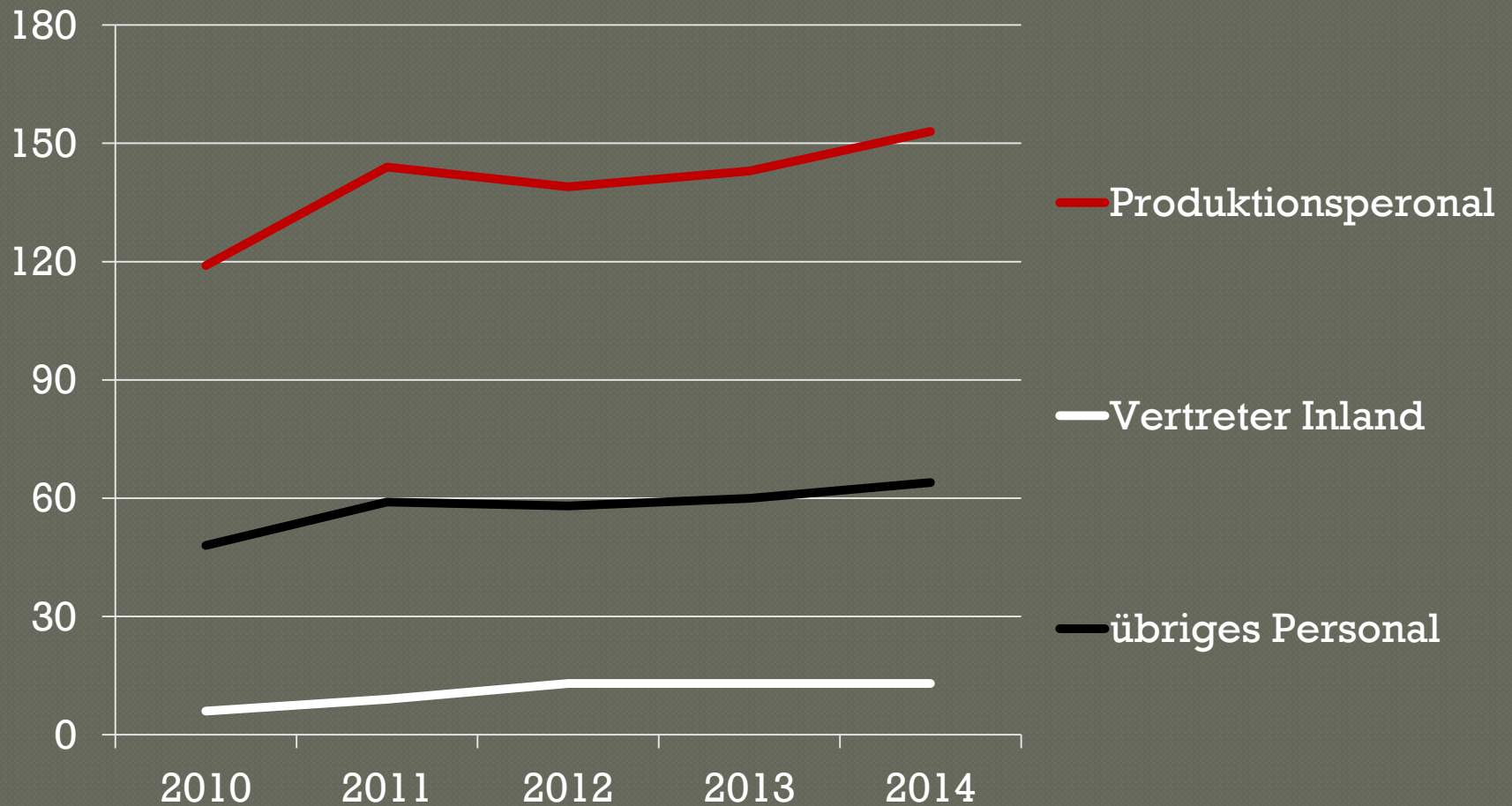
Gottfried Keller, Mitgründer Just in Time AG

# Mitarbeiter: Kennzahlen Just in Time

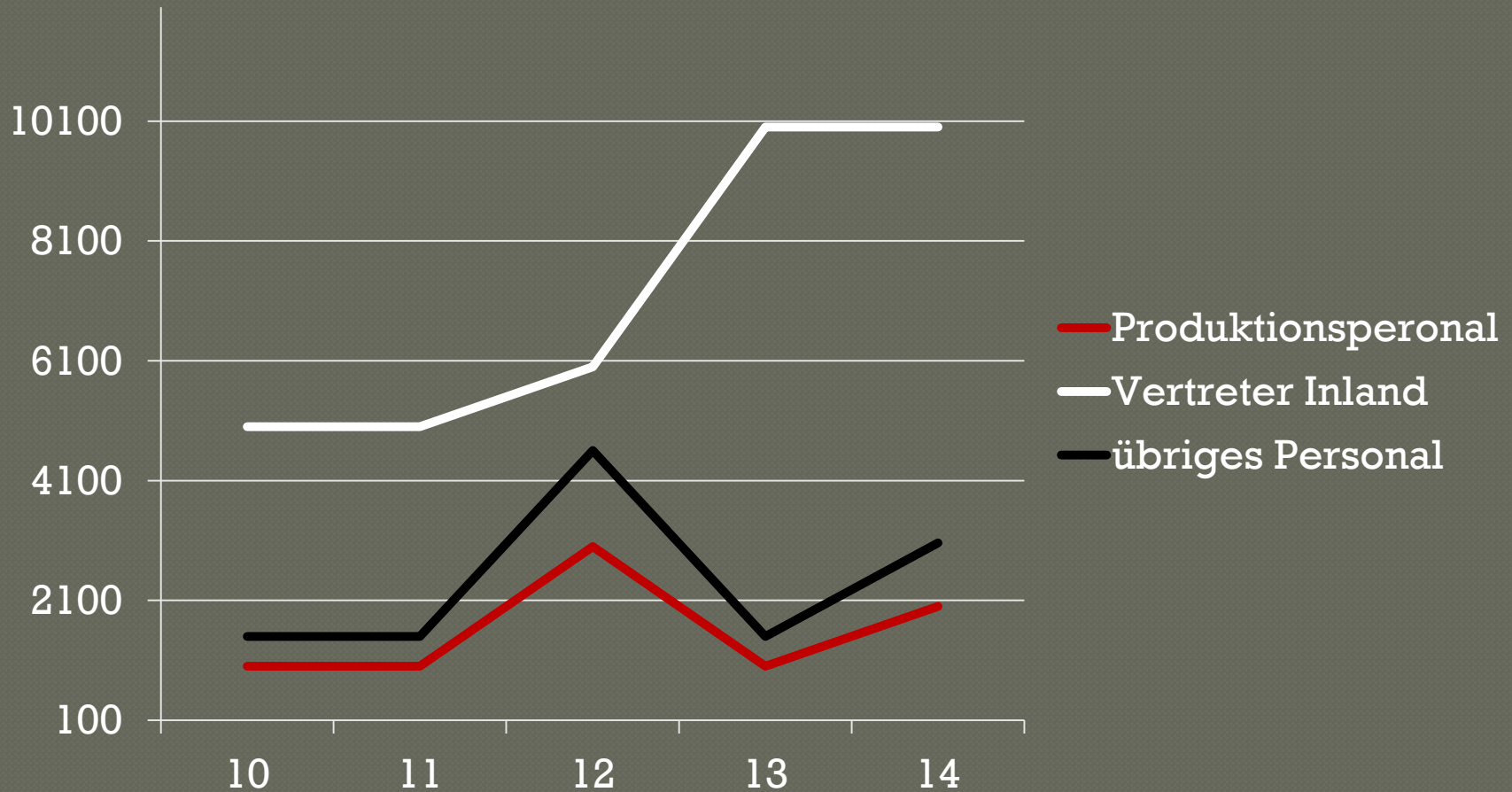
---



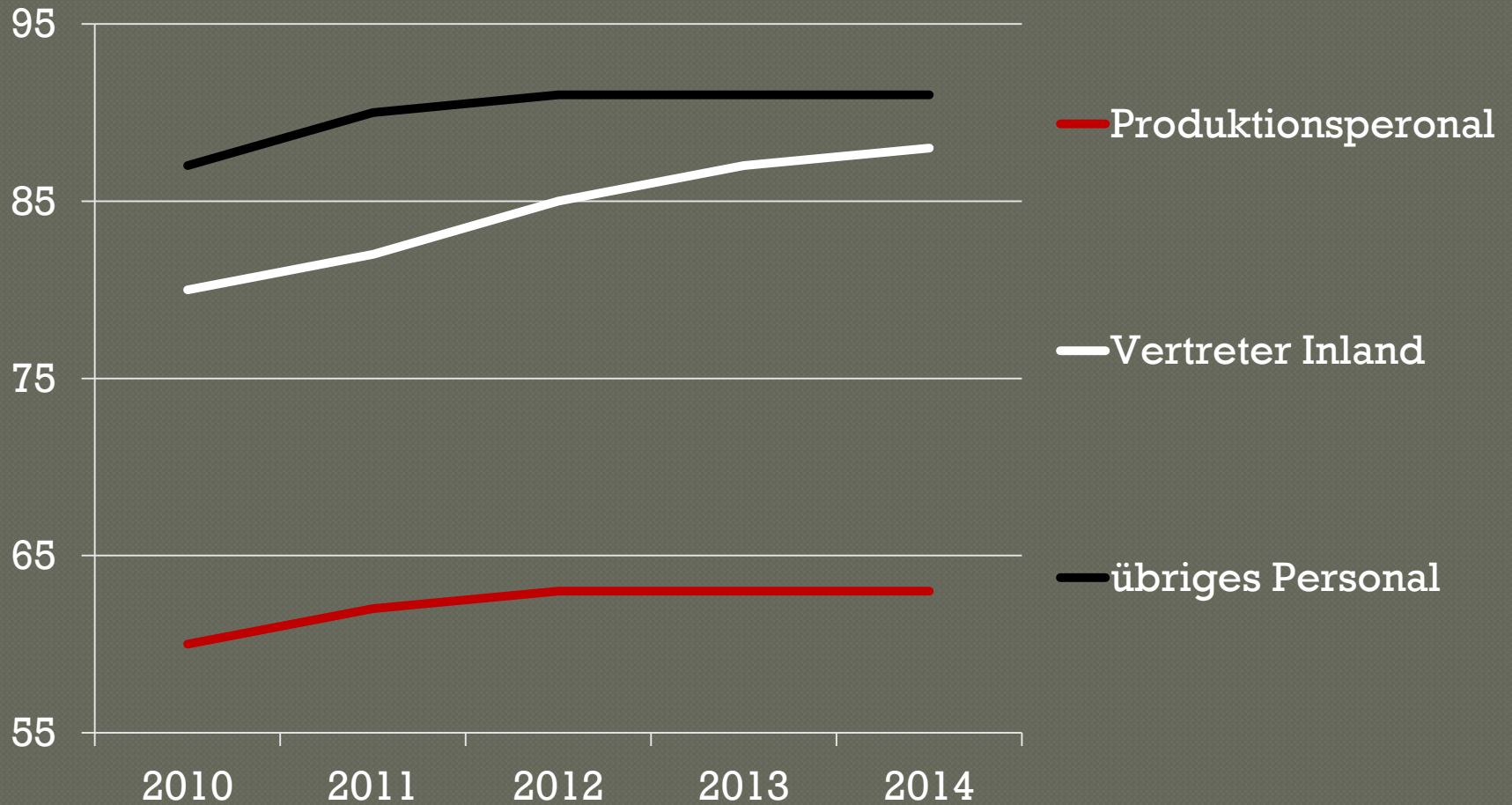
# Anzahl Mitarbeiter



# Investitionen in die Ausbildung



# Lohnkosten



# Neuerungen im Bereich Human Resources

---



- Flexibles Arbeitszeitenmodell
- Steigerung der „Fringe Benefits“
- Intensivierung unserer Zusammenarbeit mit der Handelsschule Nordwestschweiz
- ✦ (Weiterbildung Vertreter/ Umschulung Produktionspersonal zu Vertreter)

# Operations

---





# Kommende Neuerungen im Bereich „Operations“

---



- Schaffen einer neuen Funktion  
→ Fachmann Betriebsunterhalt
- Wechsel des Produktionsleiters
- Entwicklung effizienter und ökologischer Produktionsmaschinen in Partnerschaft mit der Grenchen Maschinen AG

# Zielkundschaft



Jung (männlich und weiblich)

Leute im mittleren Alter

Auf der Suche nach einer Uhr  
die zuverlässig die Zeit  
anzeigt

Stetige Internetnutzer

Kleine Zahlungsbereitschaft

# SWOT-Analyse



## Gefahren

## Chancen

### Stärken

- Selbst-konkurrenzierung durch Online Vertriebskanal

- Marktführer-Position
- Grosse Mengen zu tiefem Preis produzierbar

### Schwächen

- Qualität der Konkurrenz (im Vgl. zu unserer)
- Markteintritt eines neuen Kostenführers mit tieferen FK und VK

- Durch Prozess-optimierungen Kosten senken
- Technologiestand bei Bedarf verbessern und Umsatz steigern
- Soziale Aufwände für mehr neue Kunden

# Marketing-Mix



<b>Product</b>	<b>Price</b>	<b>Promotion</b>	<b>Place</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Einfache Uhr für wenig Geld</li><li>• Günstige Materialwahl</li><li>• Ansprechendes Design</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preis tief</li><li>• Günstigster Anbieter</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Werbekampagne</li><li>• Werbespot</li><li>• Plakat</li><li>• Einprägsamer Slogan</li><li>• Gute Ausbildung von Vertretern</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Detailhandel von mittlerer Qualität</li><li>• Eigner qualitativ guter Online-Shop</li></ul>

# Werbung



Schon  
ab CHF 94.-  
erhältlich



# Just in Time

*Ihre Pünktlichkeit liegt uns am Herzen*

Die preiswerte Uhr aus Schweizer Hause

# Werbung



# Erfolg der Marketingmassnahmen



Die Werbeausgaben variierten zwischen 1 Mio. und 1.75 Mio.

Der Marktanteil (Absatz) lag im Jahr  
14 bei 37.9%  
(Einsame Spitze)

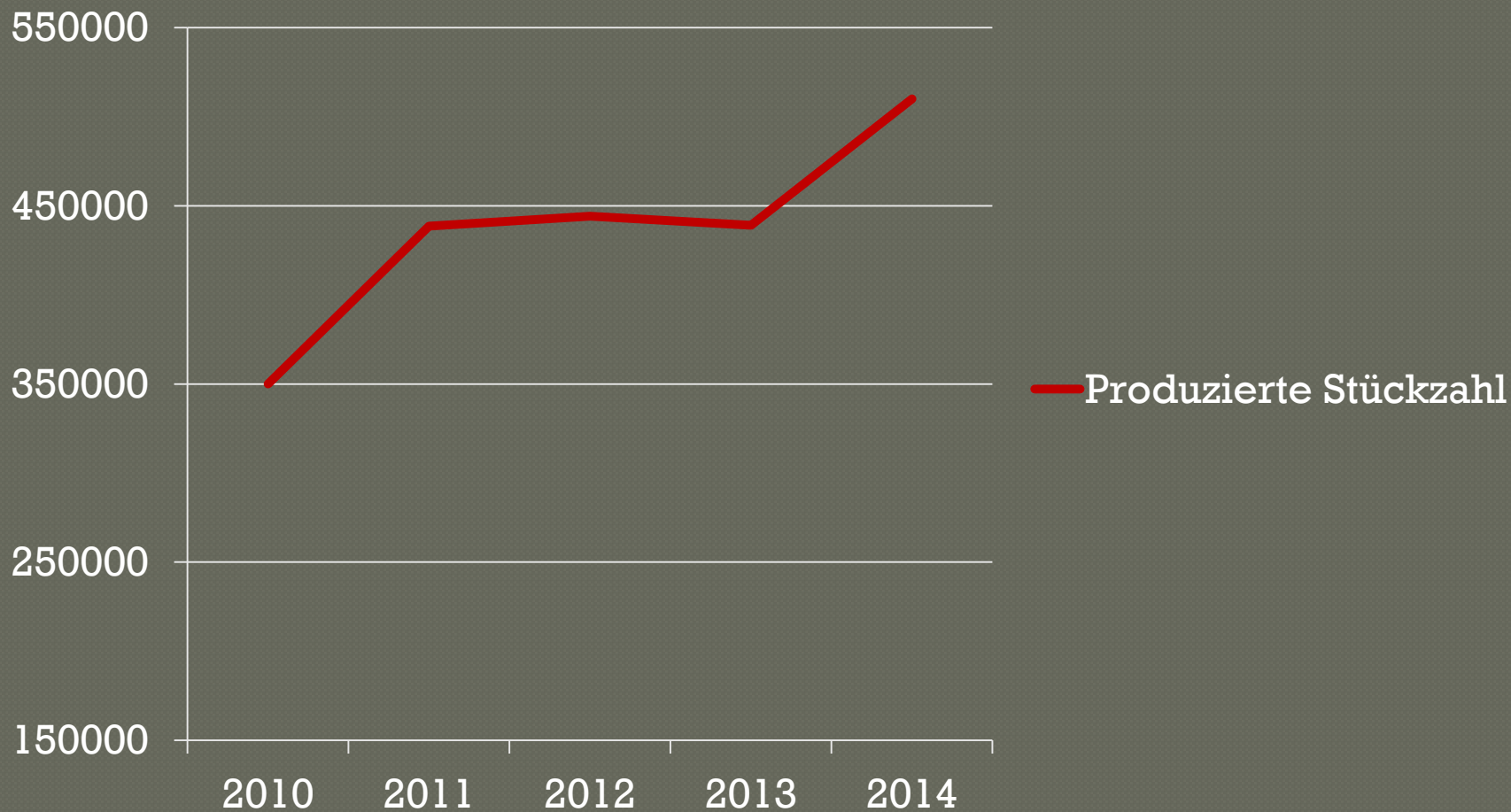
Gut ausgebildete Vertreter

Der Marktanteil (Umsatz) betrug im  
Jahr 14 34%

Während drei Jahren ein grosser  
Bestellungsüberschuss

# Steigerung des Marktanteils

Just in Time





# Zukunftsausblick

---



- Die Just In Time AG ist nach einigen Investitionen und einer Strategiewende im 10. Geschäftsjahr perfekt für eine goldene Zukunft als Marktführer gerüstet

**Ihre Fragen?**

---