

# **Das Beratungsspektrum der MH&P Consulting GmbH**

Vorstellung von Referenzprojekten

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Marktpositionierung eines Anbieters von maßgeschneiderten Coils

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Transparenz über die aktuelle Marktpositionierung im Kraftfahrzeugssektor als Basis für die strategische und operative Neuausrichtung des Marketingkonzeptes von Tailored Blanks
- ◆ Transparenz über aktuelle Entwicklungstendenzen hinsichtlich des Werkstoffeinsatzes im Karosserie-Bereich der Kfz-Industrie

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Tiefeninterviews mit Experten der wichtigsten europäischen OEM entlang des jeweils relevanten Buyingcenter (Entwicklungsabteilungen, Planungsabteilungen, Einkaufsabteilungen, Fertigungsabteilungen)

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Darstellung der aktuellen Marktpositionierung von Tailored Blanks auch im Vergleich zu Tailored Strips und Tailored Rolled Blanks
- ◆ Aufzeigen der wichtigsten Entwicklungstendenzen bzgl.:
  - ◆ Stahlgüten und Blechdicken; insbesondere XIP- und warmumgeformte Stähle
  - ◆ CO2-Thematik: Leichtbau, Stellenwert und Tendenzen
  - ◆ Fahrzeugsicherheit / Crashverhalten
  - ◆ NE-Werkstoffe
- ◆ Alle genannten Themenfelder wurden sowohl zusammenfassend bewertet als auch differenziert nach einzelnen OEM ausführlich dargestellt

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Analyse der Markenwahrnehmung einer Bauelementegruppe

- ◆ **Aufgabenstellung:**
  - ◆ Analyse und Bewertung der Markenarchitektur (Wechselspiel der Marken verschiedener Ebenen)
  - ◆ Identifikation und Analyse der wichtigsten Markenfunktionen aus Kundensicht
  - ◆ Analyse der Wahrnehmung der Konzern-, Unternehmens-, und Produktmarke aus Kundensicht
  
- ◆ **Methodik:**
  - ◆ Erarbeitung des Untersuchungsdesigns: Adressatenauswahl, Fragebogenerstellung
  - ◆ Durchführung und Auswertung von Tiefeninterviews mit Experten
  
- ◆ **Ergebnis:**
  - ◆ Entwicklung und Bewertung verschiedener Szenarien für mögliche Markenarchitekturen
  - ◆ Strategische Empfehlungen bzgl. Beibehaltung verschiedener Unternehmensmarken vs. Einführung von einer einheitlichen konzernbezogenen Marke
  - ◆ Bewertung der Markenfunktionen im Markt für Bauelemente
  - ◆ Strategische Empfehlungen für die Bereiche Vertrieb, Markierung und Kommunikation zur Optimierung der Markenwahrnehmung

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Marktstudie des chinesischen Hochbaus - Fassadenbaus

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Analyse der chinesischen Bauwirtschaft
- ◆ Analyse der Entscheidungsprozesse im Buying-Center am Bau
- ◆ Vorakquisition durch Erstgespräche

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Tiefeninterviews mit namhaften China-Experten aus der EU
- ◆ Tiefeninterviews mit namhaften Experten in China
- ◆ Desk-Research: Internetrecherche, Studium von Verbandsinformationen etc.

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Branchenporträts:
  - ◆ Zusammenstellung von Daten und Fakten zur Wirtschaft allgemein, zur Bauwirtschaft und zum Fassadenmarkt
  - ◆ Theoretische und praktische Darstellung der Entscheidungsstrukturen
  - ◆ Zusammenfassende Abschlussbetrachtung und strategische Empfehlungen
  - ◆ Kontaktadressen der Experten und weitere Quellen
- ◆ Identifikation von aktuellen, relevanten Bauprojekten
- ◆ Erstkontakt und Vorakquisition bei Entscheidungsträgern

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Markt- und Potentialanalyse maßgeschneiderte Coils außerhalb der Automobilindustrie

- ◆ **Aufgabenstellung:** Identifikation, Darstellung und Bewertung alternativer Marktsegmente zum Kraftfahrzeugsektor
  - ◆ Transparenz über Segmente des relevanten Marktes, Anwendungsfelder, Zielgruppen und Kunden außerhalb der Automobilindustrie
  - ◆ Qualitative und quantitative Darstellung der identifizierten Marktsegmente
  - ◆ Strukturiertes Produkt-Feedback potentieller Kunden
  - ◆ Ableitung eines strategischen Konzeptes zum Eintritt in neue Märkte
  
- ◆ **Methodik:** Markt- und Marktpotentialanalyse
  - ◆ Identifizierung relevanter Kriterien, Branchen- und Zielgruppenidentifikation, Überprüfung auf vorab vereinbarte KO-Kriterien, Rahmendaten (Marktvolumina und –potentiale, Marktentwicklung, Branchenumfeld)
  - ◆ Detaillierte Informationsbeschaffung bezüglich Branchen- und Marktbedingungen (Abnehmerstrukturen, Wertschöpfungsketten, Regionale Schwerpunkte, Ländermärkte, Trends und neue Entwicklungen), der Wettbewerbssituation (Marktteilnehmer Technologien, Werkstoffe, alternative Lösungsansätze), Kundenanforderungen, Erfolgsfaktoren und potentieller Kunden sowie deren Buying-Cente
  
- ◆ **Ergebnis:**
  - ◆ Darstellung der Marktsegmente differenziert nach Marktchancen unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen der Technologie
  - ◆ Bewertung der Marktchancen, der Wettbewerbssituation, technischer Fragen und Marktpotentiale
  - ◆ Zusammenfassende Bewertung der einzelnen Segmente und Ableitung von Strategie- und Marketingkonzepten
  - ◆ Vorakquisition: Anstoß von Entwicklungsgesprächen mit potentiellen Partnern

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Der Markt für Leichtsandwiche in der Kfz-Industrie

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Bewertung der Einsatzmöglichkeiten der Produktinnovation „Leichtsandwiche“ in der Kfz-Industrie unter technischen und wirtschaftlichen Aspekten

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Tiefeninterviews mit Experten der wichtigsten europäischen OEM entlang des jeweils relevanten Buyingcenter (Entwicklungsabteilungen, Planungsabteilungen, Einkaufsabteilungen, Fertigungsabteilungen)

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Detaillierte Bewertung der Einsatzmöglichkeiten der Leichtsandwiche unter den Gesichtspunkten:
  - ◆ Umformtechnik / Korrosionsschutz
  - ◆ Fügetechnik
  - ◆ KTL-Fähigkeit
  - ◆ Steifigkeit + Akustik+ Leichtbau
  - ◆ Kosten und Wirtschaftlichkeit
- ◆ Erst-Akquisition bei den OEM in Verbindung mit Transparenz über:
  - ◆ Anforderungsprofile der einzelnen OEM
  - ◆ Buying-Center / Entscheidungswege
  - ◆ Zeithorizont: Vorlaufzeiten bis zum Serieneinsatz

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Markteinführung eines neuen PVD (reibarme Schichten)-Beschichtungssystems

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Identifikation und Analyse relevanter Marktstrukturen, Marktteilnehmer und Marktpotentiale für tribologisch beanspruchte Bauteile und Komponenten in der Automobilindustrie sowie dem Maschinenbau

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Tiefeninterviews mit Experten aus der Automobilindustrie, dem Maschinenbau, Hochschulinstituten für Oberflächentechnik und Maschinenbau, Anbietern von Komplementärprodukten, Desk-Research

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Produkt-Markt-Segmentierung für reibarme (W-C:H) Schichten für tribologisch beanspruchte Bauteile und Komponenten
- ◆ Identifikation und Ansprache von potentiellen Kunden
- ◆ Transparenz über Entscheidungsprozesse und Entscheidungsträger
- ◆ Darstellung des Anforderungsprofils an einen W-C:H-Beschichter
- ◆ Analyse der Wettbewerbssituation
- ◆ Darstellung der Marktpotentiale
- ◆ Entwicklung einer Businessplanung

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Der Markt für Stahl-Leichtprofile

- ◆ **Aufgabenstellung:**
  - ◆ Transparenz über Marktvolumen und Marktstrukturen von kaltgewalzten Stahl-Leichtbauprofilen in Deutschland
- ◆ **Methodik:**
  - ◆ Zur Ermittlung belastbarer Marktdaten wurden Expertengespräche entlang der Marktprozesskette Trockenbau geführt. Ein Schwerpunkt lag in der Befragung von ca. 100 Trockenbau-Firmen
- ◆ **Ergebnis:**
  - ◆ Marktvolumen Stahl-Leichtbauprofile, Komplementärprodukte (Gips-Kartonplatten, usw.); Marktstruktur Trockenbau (Neubau, Sanierung, Gebäudearten, usw.), Beschaffungsverhalten und Anforderungsprofile, Marktentwicklungen bzgl. Stahl-Leichtbauprofile aus Sicht der Trockenbauer

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Der Markt- für Dach- und Wandelemente aus oberflächenveredelten Feiblechen

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Transparenz über Marktvolumina in qm bzgl. Dach- und Wandflächen im Nichtwohnbau Deutschlands, differenziert nach Gebäudearten und Bauelementen (Stahlblech, Alu, Glas, Folien-/ Kunststoffe usw.)

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Ermittlung von relevanten Marktdaten auf Basis eines Analyseverfahrens, welches Marktvolumendaten (im Wesentlichen Bautätigkeitsstatistiken) mit Marktstrukturdaten (abgeleitet aus ca. 20.000 konkreten Objekten im Nichtwohnbau) und empirisch ermittelten technischen Parametern verbindet

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Marktvolumen und Marktposition von Stahl-Feiblechen in den relevanten Gebäudesegmenten;
- ◆ Identifikation von Gebäudesegmenten mit überdurchschnittlichem Wachstum und vergleichsweise geringen Marktanteilen von Stahlblechen als Ansatzpunkte für strategische Maßnahmen der Stahlindustrie (als Verband) und der einzelnen Bauteileherstellern

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Vertriebssteuerungskonzept\*

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Ermittlung der Marktpotentiale für definierte Produkte und Leistungen in vorgegebenen Vertriebsgebieten (Abgrenzung über PLZ und / oder Stadt-/Landkreise) und in definierten Abnehmerbranchen;
- ◆ Ermittlung und Identifikation von potentiellen Kunden in o.g. Differenzierung

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Ermittlung und Verteilung der Marktpotentiale auf Basis eines Top-Down- und Bottom-Up-Ansatzes
- ◆ Gegenüberstellung von Ist-Umsätzen und Potentialen gemäß regionaler und / oder branchenbezogener Abgrenzung
- ◆ Gegenüberstellung der Anzahl von Ist- und potentiellen Kunden gemäß regionaler und / oder branchenbezogener Abgrenzung

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Aufzeigen strategischer und operativer Optimierungspotentiale anhand konkreter Ansatzpunkte
- ◆ Entwicklung von Marketingstrategien und –konzepten bzw. Maßnahmenplänen
- ◆ Erstellung von Marktübersichten mit potentiellen Kunden, differenziert nach Branche und Vertriebsgebieten

\*Das Vertriebssteuerungskonzept wurde für die Handelssparte eines großen deutschen Industriekonzerns entwickelt und erfolgreich umgesetzt. Bewährt hat sich das Vertriebssteuerungskonzept auch im Rahmen von Projekten im Maschinenbau, der Metallindustrie und der Baustoffindustrie.

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Der Markt für Porenbeton-Elemente im Wirtschaftsbau Deutschlands

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Darstellung der Marktposition von Dach- und Wandelementen aus Porenbeton unter Berücksichtigung der Brandschutzthematik sowie der wichtigsten Werkstoff-Wettbewerber, differenziert nach Marktsegmenten

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Ermittlung von relevanten Marktdaten auf Basis eines Analyseverfahren, welches Marktvolumendaten (im Wesentlichen Bautätigkeitsstatistiken) mit Marktstrukturdaten (abgeleitet aus ca. 20.000 konkreten Objekten im Nichtwohnbau) und empirisch ermittelten sowie unternehmensspezifischen technischen Parametern verbindet. Die Brandschutzthematik wurde im Rahmen von Expertengesprächen analysiert

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Marktvolumen und Marktanteile von Porenbeton differenziert nach Gebäude- und regionalen Segmenten. Daraus abgeleitet Ansatzpunkte für strategische Marketingüberlegungen zur stärkeren Marktdurchdringung von Porenbeton

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Stahl im Wohnungsbau

◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Transparenz über die aktuelle Marktpositionierung von Stahl-Leichtbauprofilen im (Neu-) Wohnungsbau; Aufzeigen von Marktchancen und Marktrisiken; Ermittlung der Anforderungen an Produkt- und Leistungsportfolio zur verstärkten Marktdurchdringung von „Stahl im Wohnungsbau“

◆ **Methodik:**

- ◆ Darstellung der relevanten Marktprozesskette von Stahl-Leichtprofilen im Segment Wohnungsbau; Tiefeninterviews entlang dieser Prozesskette (Systemhaus-Herstellern, Architekten, Wohnungsbauunternehmen, Trockenbau-Unternehmen, Herstellern von Komplementärprodukten (u.a. Knauf); Ableitung von möglichen Marktpotentialen unter Berücksichtigung alternativer Szenarien

◆ **Ergebnis:**

- ◆ Bewertung am Markt befindlicher Systeme auf Basis Stahl-Leichtbauprofile; Empfehlungen für strategische Allianzen und geeignete Zielgruppen für eine verstärkte Marktoffensive und Marktdurchdringung

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Der Markt für Stahl-Sandwichelemente in ausgesuchten MOE-Ländern

#### ◆ Aufgabenstellung:

- ◆ Transparenz über aktuelle und mittelfristige Marktpotentiale in ausgesuchten MOE-Ländern
- ◆ Marktpositionierung des Klienten-Unternehmens im direkten Wettbewerbsvergleich
- ◆ Wettbewerbsanalyse mit Standorten, Kapazitäten, Anlagenkonfigurationen
- ◆ Stand und Entwicklungstendenzen der Brandschutzproblematik in den relevanten Ländern

#### ◆ Methodik:

- ◆ Expertengespräche mit Vormateriallieferanten für Sandwichelemente, direkten Wettbewerbern, Ist- und potentiellen Kunden in den relevanten Ländern, Investoren und europäischen Versicherungsunternehmen
- ◆ Auswertung von nationalen Baustatistiken

#### ◆ Ergebnis:

- ◆ Differenzierte Darstellung der Marktvolumina in den Ländern nach den Segmenten Dach, Wand, Kühlraum sowie Sandwichelementebauweisen
- ◆ Darstellung der jeweiligen Marktpositionierung mit Empfehlungen für Kommunikationspolitik, Produktpolitik sowie detaillierten Übersichten mit potentiellen Kunden
- ◆ Ableitung von Benchmarks aus Wettbewerbsanalyse

## Ausgewählte Projektreferenzen

### EU-Ländermärkte: Marktpotential und Marktwachstumsanalyse für Dach- und Wandelemente aus oberflächenveredelten Feiblechen

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Transparenz über das Marktpotential für Dach- und Wandelemente aus oberflächenveredelten Feiblechen (Sandwichtelemente, Trapezbleche, Kassettenprofile) in Europa insgesamt und differenziert nach Ländermärkten; Aufzeigen von kurz- und mittelfristigen quantitativen Marktentwicklungen

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Entwicklung und Verifizierung eines Berechnungsverfahrens zur Bestimmung von Marktpotentialen für o.g. Produktpalette für 19 europäische Länder. Auf der Basis von technisch / wirtschaftlichen Kennzahlen werden - in Verbindung mit den halbjährlich veröffentlichten Euroconstructdaten - Länderpotentiale und Marktentwicklungen abgeleitet und in einem Länderportfolio dargestellt

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Ländervergleiche bzgl. relevanter Bauinvestitionen und Marktpotentialen für o.g. Produktpalette, differenziert nach Gebäudearten; Prognose der Marktentwicklung für die jeweils nächsten 3 Jahre; die Ergebnisse dieser Analyse werden im halbjährlichen Rhythmus aktualisiert

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Marktstudie für Dämpfer und Federn außerhalb der Automobilindustrie (I)

- ◆ **Aufgabenstellung:** Identifikation, Darstellung und Bewertung alternativer Marktsegmente zum Kraftfahrzeugsektor
  - ◆ Transparenz über alle Marktsegmente außerhalb der Automobilbranche mit der Identifikation potenzieller Kunden, deren Bedarfe und Marktpotenziale
  - ◆ Identifikation und Priorisierung der geeigneten Marktsegmente
  - ◆ Strukturiertes Produkt-Feedback potenzieller Kunden mit der Identifikation der Stärken und Schwächen sowie der Erfolgsfaktoren und Alleinstellungsmerkmale, auch im Wettbewerbsvergleich
  - ◆ Konzentration in erster Sicht auf vorhandenes Know-how und vorhandene Technologien. Zusätzliche Dokumentation darüber hinausgehender Anforderungen
  - ◆ Analyse der Vertriebskanalstruktur: Über welche Kanäle kaufen potenzielle Kunden welche Produkte ein?
  
- ◆ **Methodik (I):** Produkt- und Branchenansatz
  - ◆ Produktansatz: Systematische Erfassung und Bewertung der Produktgruppen und Anwendungsbereiche hinsichtlich ihrer Relevanz zu dem aktuellen Produktportfolio, Priorisierung verschiedener Anwendungsbereiche, Clusterung der priorisierten Anwendungsbereiche nach relevanten Branchen / Zielgruppen, Marktbefragung – Expertengespräche

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Marktstudie für Dämpfer und Federn außerhalb der Automobilindustrie (II)

- ◆ **Methodik (II):** Produkt- und Branchenansatz
  - ◆ Branchenansatz: Marktsegmentierung nach Branchen, Priorisierung der Branchen nach definierten Kriterien beispielsweise: Anzahl Firmen, Umsatzpotenzial ..., Analyse der priorisierten Branchen, Bewertung der technischen Einsatzmöglichkeiten des aktuellen Produktportfolios (notwendige Produktmodifikationen, Anforderungsprofile der potenziellen Kunden, Vorhandene Marktpotenziale)
  
- ◆ **Ergebnis:** Strategische und operative Empfehlung bezüglich des Eintritts in neue Märkte
  - ◆ Identifikation aller Marktsegmente des relevanten Marktes
  - ◆ Vorakquisition: Anstoß von Entwicklungsgesprächen mit potentiellen Partnern
  - ◆ Branchenporträts unter Angabe einer Zusammenfassung der Expertengespräche, der befragten Unternehmen, der wirtschaftlichen Rahmendaten und eines Fazits sowie eine tabellarische Gesamtauflistung mit jeweils entsprechenden Empfehlungen

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Prozessoptimierung im Stahlhandel

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Redefinition der be- und vertrieblichen Arbeitsabläufe
- ◆ Definition und Installation der Planungs- und Steuerungsstelle „Arbeitsvorbereitung“
- ◆ Erarbeitung von Führungsleitlinien zur Verbesserung der Kommunikation, Transparenz und des Controllings
- ◆ Begleitung bei der Umsetzung

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Zerlegung der Auftragsabwicklung in Unterprozesse
- ◆ Ernennung von Prozesseignern, Arbeitsgruppen und eines Projektlenkungsteams
- ◆ Kontinuierliche Veranstaltung von Gruppendiskussionen
- ◆ Dokumentation, Aufbereitung und Präsentation des Erarbeiteten
- ◆ Umsetzung der Innovationen durch permanentes Projekt-Controlling sowie Organisieren und Abhalten von Informations- bzw. Schulungsveranstaltungen sowie von Feedback-Workshops

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Erarbeitung, Vorstellung, Schulung und Einführung der neuen Prozesse, der Arbeitsvorbereitung und der Führungsleitlinien
- ◆ Erstellung eines umfassenden Prozesshandbuchs

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Hoch verzinkter Bandstahl: Entwicklung und Umsetzung einer Marketing- und Vertriebsoffensive

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Ableitung einer Marktstrategie bzgl. der Markteinführung eines neuen, hoch verzinkten Bandstahles
- ◆ Ableitung eines Marketingkonzeptes und Erarbeitung eines konkreten Maßnahmenkataloges
- ◆ Verantwortliche Durchführung der operativen Umsetzung der festgelegten Konzepte und Maßnahmen
- ◆ Schulung der Vertriebsmitarbeiter und Optimierung des Vertriebsprozesses zur Sicherung der Erreichung langfristiger Umsatz- und Erlösziele

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Klassische Marktanalyse mit: Identifikation potentieller Abnehmerbereiche; Ermittlung und Bewertung der Anforderungsprofile und der Wettbewerbssituation; Identifikation potentieller Kunden; Ermittlung von Marktpotentialen
- ◆ Auf Basis der Ergebnisse der Marktanalyse Ableitung und Bewertung strategischer Optionen und Marketingkonzepten
- ◆ Festlegung von Maßnahmenplänen in Verbindung einer Businessplanung
- ◆ Führung und aktive Beteiligung an den Vertriebsprozessen
- ◆ Coaching der Vertriebsmitarbeiter

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Festlegung Strategie: Konzentrierung auf market leader der relevanten Segmenten
- ◆ Erfolgreiche Markteinführung mit Erreichung festgelegter Umsatzziele in definiertem Zeithorizont
- ◆ Reibungsloser Übergang der weiteren Marktbearbeitung durch die internen Vertriebsmitarbeiter

## Ausgewählte Projektreferenzen

### Mechanische Anarbeitung von Kunststoff-Halbzeugen als Dienstleistungsangebot des Handels

#### ◆ **Aufgabenstellung:**

- ◆ Erstellung einer Entscheidungsgrundlage bezüglich der Erweiterung des Dienstleistungsangebotes eines Handelsunternehmens hinsichtlich einer zusätzlichen mechanischen Anarbeitung von technischen Kunststoff-Halbzeugen
  - ◆ Welche Kunden sind bereit welche Kunststoff-Halbzeuge seitens des Handels anarbeiten zu lassen?
  - ◆ Welche Anforderungen werden gestellt?
  - ◆ Welche Mengen sind für den Handel zugänglich, differenziert nach Produktarten und Anarbeitungsformen?

#### ◆ **Methodik:**

- ◆ Klassische Marktanalyse mit teils schriftlicher teils telefonischen Befragung von ca. 100 Kunden sowie 5 Herstellern von technischen Kunststoff-Halbzeugen

#### ◆ **Ergebnis:**

- ◆ Transparenz über das generelle Kundeninteresse an einer Anarbeitung technischer Kunststoff-Halbzeuge seitens des Handels
- ◆ Relevante Produktgruppen und entsprechende Absatzmengen
- ◆ „Status Quo“ externer Anarbeitung
- ◆ Angaben zu dem erforderlichen Maschinenpark
- ◆ Relation Werkstoff-/ Anarbeitungskosten als Basis für Preis- und Erlösbewertung