Campus Minden  
SoSe 2018  
Johannes Wegner

**Grundlagen der BWL: 3. Übungsblatt zu Kapitel 3**

**Aufgabe 1:**

Die Statistik der Fröhlich AG liefert folgende Daten: Gesamte Ausbringungsmenge (Beschäftigung) im Jahr 2008 3.000 Stück, fixe Kosten 180.000 €, variable Kosten je Stück 320 €.

a) Welchen Preis muss das Unternehmen für ein Stück seines Produkts am Absatzmarkt mindestens erzielen, um keinen Verlust zu erleiden?

b) Wie viel Gewinn je Stück und insgesamt könnte das Unternehmen bei unveränderter Kostensituation erwirtschaften, wenn der Preis 390 € betrüge und dabei 4.000 Stück produziert würden?

**Aufgabe 2:**

Um welchen Typen von Kaufentscheidungen handelt es sich:

1. Überwältigt vom tollen Fußballspiel kauft Herr Frühling am Stadionausgang einen Vereinsschal der Siegermannschaft.
2. Immer wenn Frau Sommer in ihrem Urlaubsort in Dänemark angekommen ist, kauft sie sich als erstes ein Softeis.
3. Nach langer Recherche im Internet und ausführlicher Beratung im Fachgeschäft kauf Herr Winter sich einen neuen Flachbildschirm.
4. Herr Herbst nimmt drei Jeanshosen mit in die Ankleide. Die Preise und Qualitäten sind ähnlich, also nimmt er die Hose, die am besten passt.

**Aufgabe 3:**

Welche Instrumente des Marketing-Mix würden Sie in den Phasen Einführung, Wachstum, Reife, Sättigung und Degeneration des Produktlebenszyklus wie einsetzen?

**Aufgabe 4:**

Die Sonos GmbH verkauft im Jahr bei Stückkosten von 1,60 € 100.000 Stück ihres Produkts zum Preis von 2 €. Ein Werbefeldzug, der bei gleichem Absatzpreis eine Ab­satzerhöhung um 30 % in diesem Jahr, im nächsten Jahr um 20.000 Stück (von 100.000 Stück an gerechnet) erwarten ließe, kostet 19.000 €. Eine Erhöhung der Absatzmenge um 20 % pro Jahr ließe sich durch eine neue Verpackung und eine Verbesserung der Produktqualität erreichen. Dann würden aber bei unverändertem Absatzpreis die Stückkosten auf 1,80 € ansteigen.

Was soll die Sonos GmbH tun? Werbung intensivieren, Produktgestaltung vornehmen oder gar nichts?