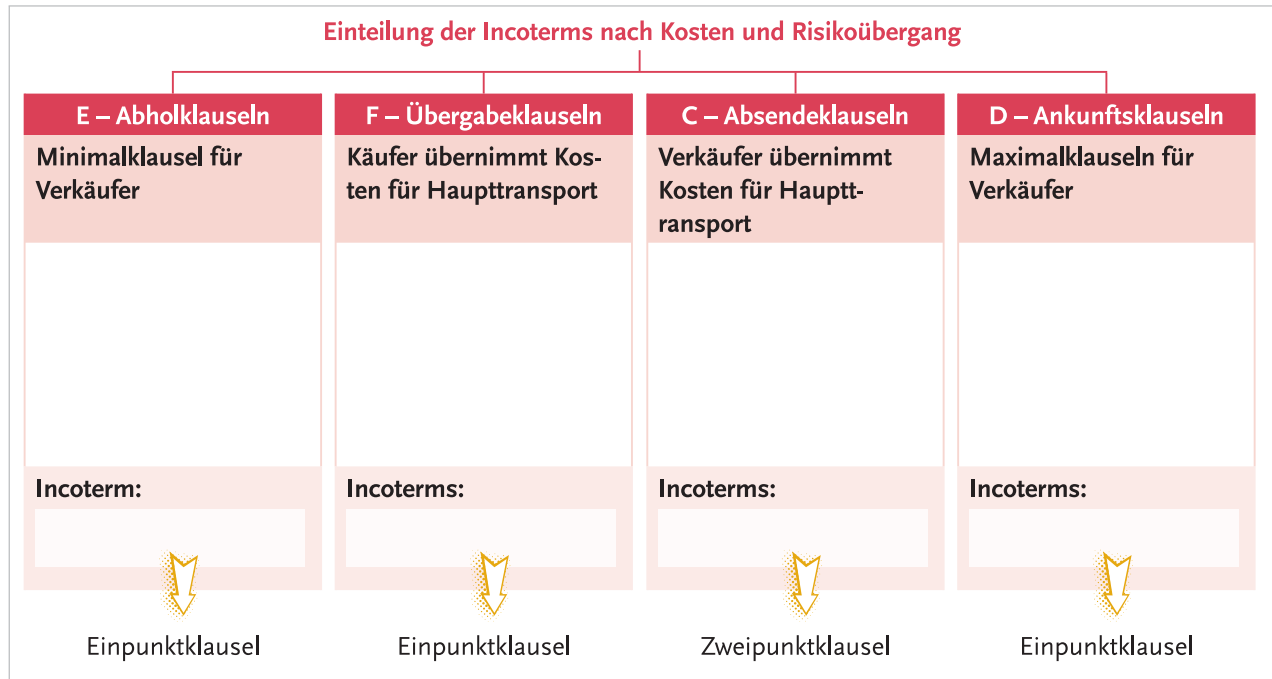
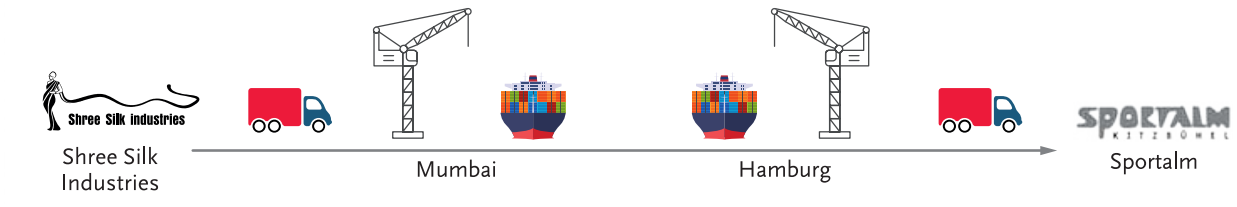


b) Ulrike Ehrlich bittet Sie, eine Übersicht über die Incoterms nach Kosten- und Risikoübergang zu erstellen. Vervollständigen Sie dazu die untenstehende Grafik, indem Sie die vier Gruppen erklären und darunter die dazu passenden Incoterms angeben.



c) Im Zuge von Nachverhandlungen wurde mit dem indischen Seidenhersteller die Lieferklausel „CIF Hamburg Frachthafen“ vereinbart. Die Lieferung erfolgt per Schiff vom Hafen Mumbai zum Frachthafen Hamburg.



Tragen Sie in die obige Grafik ein, wo der Kosten- und der Risikoübergang stattfinden.

- d) Erläutern Sie in eigenen Worten so genau wie möglich die Bedeutung von „CIF Hamburg Frachthafen“ für den Erfüllungsort der Lieferung.
- e) Shree Silk Industries hatte ursprünglich die Lieferklausel „FOB Mumbai“ vorgeschlagen. Zeichnen Sie in der obigen Grafik mit einer anderen Farbe ein, wo der Kosten- und der Risikoübergang in diesem Fall stattgefunden hätten. Verdeutlichen Sie dann die Unterschiede zwischen den beiden Lieferklauseln und erklären Sie, welche Variante für die beiden Geschäftspartner jeweils vorteilhafter gewesen wäre.



f) Sie erhalten die einwandfreie Rechnung von Shree Silk Industries in Höhe von 1.875.000,00 INR. Verbuchen Sie den Rohstoffkauf mit folgenden Tageskursen. Geben Sie die Gewinnauswirkung an.

KURSBLATT

Devisen

ISO	Währung	Ankauf	Verkauf
INR	Indische Rupien	90,8090	88,8090

Bankkonditionen: 1,5 % Spesen, 5,50 EUR Überweisungsgebühr

Themenbereich Marketing

Ausgangssituation (Fortsetzung)

Die Sportalm plant eine neue Marketingkampagne, wie Ihnen Ulrike Ehrlich mitteilt:



Der Bekanntheitsgrad unserer Marke soll in Österreich noch weiter steigen. Die Kampagne soll auch dazu führen, dass die Zahl der Bestellungen in unserem Onlineshop in einem Jahr um 15 % zunimmt. Ich möchte, dass Sie unser kleines Marketingteam dabei unterstützen, erste Vorschläge für die Kampagne zu erarbeiten.

Ihre To-dos:

- 6. Recherchieren Sie zunächst auf der Website www.sportalm.at, welche Zielgruppe das Unternehmen mit seinen Produkten ansprechen möchte. Führen Sie dazu eine Zielgruppenanalyse anhand der vier Segmentierungskriterien durch. Beschreiben Sie die Zielgruppen mit den Merkmalen möglichst genau. Tragen Sie Ihre Ergebnisse in die leeren Felder ein.

Geografische Kriterien



Demografische Kriterien

