

# Übungsaufgabe TKP

---

Die Marketingabteilung eines Inline-Skater-Herstellers plant die Einführung einer einfacheren Variante des letzten erfolgreich gestarteten Modells „Speed“. Eine Marktforschungsstudie hat gezeigt, dass die Zielgruppe für dieses Produkt zwischen 14-18 Jahre alt, dynamisch und sportlich ist.

Das Unternehmen hat im Rahmen seiner Werbemaßnahmen das Ziel, die Kontaktzahl zu maximieren. Für das Jahr 2015 wurde ein Werbebudget von 5.000.000 EUR festgelegt.

- a) Berechnen Sie die qualitativen Tausender-Kontakt-Preise für die aufgeführten Werbeträger.
- b) Stellen Sie einen Werbestreuplan für das Jahr 2015 auf, in dem Sie die Belegung einzelner Werbeträger festhalten. Berücksichtigen Sie, dass jeder von Ihnen gewählte Werbeträger mindestens drei Mal belegt werden muss. Begründen Sie Ihre Entscheidung.

# Lösung

	Anteil der Leser zwischen 14-18 Jahre	Erscheinungsweise	Verkaufte Auflage	Preis pro Seite €	Qualitativer Tausender-Kontakt-Preis
Bravo	75 %	wöchentlich	1.300.500	74.200	
Popcorn	70 %	monatlich	400.000	21.050	
Inline-Skater	45 %	monatlich	230.000	11.900	
Bravo Sport	60 %	14-täglich	450.000	23.450	
Hörzu	20 %	wöchentlich	2.370.000	110.400	

# Lösung

	Anteil der Leser zwischen 14-18 Jahre	Erscheinungs-weise	Verkaufte Auflage	Preis pro Seite €	Qualitativer Tausender-Kontakt-Preis
Bravo	75 %	wöchentlich	1.300.500	74.200	<b>76,07</b>
Popcorn	70 %	monatlich	400.000	21.050	<b>75,18</b>
Inline-Skater	45 %	monatlich	230.000	11.900	<b>114,98</b>
Bravo Sport	60 %	14-täglich	450.000	23.450	<b>86,85</b>
Hörzu	20 %	wöchentlich	2.370.000	110.400	<b>232,91</b>

# Lösung

Wie oft?	Wo?	Wieviel?	Kumulierte Ausgaben	Restbetrag
Monatl.	Popcorn	$12 \cdot 21.050 = 252.600$	252.600	4.747.400
Wöchentl.	Bravo	$52 \cdot 74.200 = 3.858.400$	4.111.000	889.000
14tägl.	Bravo Sport	$26 \cdot 23.450 = 609.700$	4.720.700	279.300
Monatl.	Inline-Skater	$12 \cdot 11.900 = 142.800$	4.863.500	136.500
In Hörzu wird nicht inseriert, da das Geld für 3 Ausgaben nicht ausreicht				