

Es sind **drei der vier Aufgaben** zu bearbeiten!

Pro Aufgabe sind maximal **10 Punkte** zu erreichen!

Aufgabe 1

Die Firma Jack Daniel's Tennessee Whiskey hat einen alkoholfreien Whiskey entwickelt und will das Produkt mit dem Namen „Daniel's Clear“ auf den Markt bringen. Das Produkt soll am Markt einen Verkaufserlös in Höhe von 16,00 €/ St erzielen. Dabei fallen für jede Flasche 4,00 €/St. variable Kosten an. Die fixen Kosten werden mit 600.000,00 € berechnet.

- (a) **Erläutern** Sie zunächst was Sie unter **Variablen und fixen Kosten** verstehen. **Berechnen** Sie die **Break-Even-Menge** und den **Break-Even-Umsatz**. **Beschreiben** Sie in zwei kurzen Sätzen, was Ihnen diese Ergebnisse mitteilen. (4 Punkte)

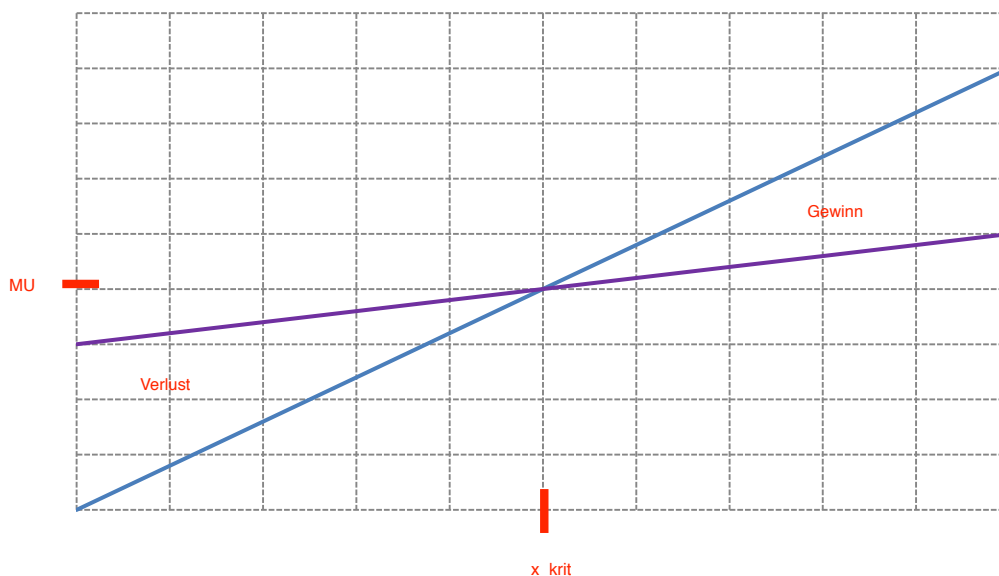
Variable Kosten	Fixe Kosten
Kosten die bei der Produktherstellung je Stueck auftreten	Von der Produktion unabhängige Kosten, wie s.B. Miete

Berechnung:

$$x_{\text{Krit}} = K_f / (p - K_v) = 600\,000 / (16 - 4) = 50\,000$$

$$MU = x_{\text{Krit}} \cdot p = 800\,000$$

- (b) Stellen Sie Ihre Ergebnisse in einer Zeichnung dar. **Kennzeichnen** Sie alle relevanten Stellen (Achsenbeschriftung, Break-Even-Punkt, Gewinn- und Verlustzone). (2 Punkte)



- (c) Wie viele Flaschen müssen Sie verkaufen um einen **Gewinn von 0,96 Mio. €** zu erhalten. **(1 Punkt)**

Berechnung:

$$x_{\text{krit}} = (K_f + G) / (p - K_v) = 130\,000$$

- (d) Die Firma Jack Daniel's Tennessee Whiskey überlegt, ihre Vertriebsstruktur umzustellen. Statt wie bisher festangestellte Reisende zu nutzen, sollen verstärkt Vertreter eingesetzt werden.

Nennen Sie jeweils vier Vor- und Nachteile für den Einsatz von **Vertretern bzw. Reisenden**. **(2 Punkte)**

	Vorteile	Nachteile
Reisender	Hohe fachliche Kompetenz Rentiert sich bei hohem Vertrieb regelmässige berichte	Kundkontakte auf das Sortiment beschränkt weniger einsatz(weniger provision) geringere Marktkennntniss
Vertreter	Rentiert sich bei geringem Vertrieb kontakte einsatzberietschaft wegen provision vermittlung von markt und brancheninformationen	beratung nicht so qualitv kein direkter kotakt zum kunden vertritt meist mehrere Firmen

- (e) Zu Beginn des Entwicklungsprozesses des neuen Produkts hat das Marketingmanagement der Firma Jack Daniel's Tennessee Whiskey ein Scoring-Model verwendet, um das Erfolgspotential des alkoholfreien Whiskeys zu beurteilen.

Nennen Sie jeweils einen Vor- und Nachteil bei der Anwendung des Scoring-Models. **(1 Punkt)**

Vorteile	Nachteile
<p>?????*</p>	

Aufgabe 2



SONY möchte seine Position im Markt für E-Book Reader ausbauen und verstärkt in das hauseigene Produkt Sony Reader investieren. E-Book Reader sind Geräte, mit denen elektronische Bücher (E-Books), elektronische Zeitschriften und elektronische Zeitungen gelesen werden können.

Als Mitglied einer studentischen Unternehmensberatung sollen Sie nun SONY unterstützen.

Zunächst soll eine Umweltuntersuchung durchgeführt werden.

- (a) **Erklären** Sie bitte den Unterschied zwischen der **Makro-** und der **Mikro-Umwelt** und geben Sie jeweils **zwei Beispiele**, die sich auf den E-Book Markt beziehen.

(2 Punkte)

Makro-Analyse	Mikro- Analyse
<p>Bereitschaft von Buechern / Zeitschriften abzuspringen Verfuegbarkeit der Technologie</p>	<p>Andere Wettbewerber Nachfrage im Markt Situation des Unternehmens</p>

- (b) Um SONY zu unterstützen, sollen Sie eine **SWOT-Analyse** für den Markt für E-Books durchführen.

Geben Sie **jeweils zwei** sinnvolle Beispiele für mögliche **Chancen und Risiken**, die bei der SWOT-Analyse für SONY berücksichtigt werden können. Aus Ihrer Antwort muss deutlich hervorgehen, **warum es sich um eine Chance bzw. ein Risiko** handelt.

[Dabei muss es sich nicht um tatsächliche Chancen und Risiken auf dem E-Book Markt handeln. Die Beispiele sollen aber sinnvoll und für die Fragestellung relevant sein.]

(2 Punkte)

Chancen	Risiken
neue Technologische standards fuehren zu neuem Marktpotential	steigende Anzahl an Konkurrenz

- (c) Geben Sie **jeweils zwei** sinnvolles Beispiel für mögliche Stärken und Schwächen des SONY Readers an. **Erklären** Sie kurz auch, warum es sich um eine Stärke oder eine Schwäche handelt (**kurze Erklärung**, reine Nennung reicht nicht).

(2 Punkte)

Stärken	Schwächen
Technologische Kompetenz	unerprobtheit

- (d) **Stellen** Sie die **vier Marketingstrategien** nach Ansoff in der Abbildung dar und geben Sie jeweils **ein Beispiel** bezogen auf den Sony E-Reader.

(2 Punkte)

	chancen	risiken
staerke	investition in technologische inovation	
schwaeche		es empfiehlt sich zu kooperieren

- (e) Im Rahmen der Vorlesung wurden **vier** Kriterien zur Bewertung von Marketingstrategien besprochen. **Nennen** und **beschreiben** Sie kurz diese Kriterien.

(2 Punkte)

Kriterien	Beschreibung

Aufgabe 3

Versetzen Sie sich in die Lage eines Mitglieds eines Produktentwicklungsteams bei IKEA. Sie sind dafür verantwortlich, dass die Marketingaspekte bei der Entwicklung neuer Produkte vorrangig Beachtung finden.

- (a) Stellen Sie dar, welche **Aspekte** bei der Entwicklung einer neuen LED-Schreibtischlampe berücksichtigt werden sollten. Gehen Sie vom Modell der **fünf Eigenschaftsbündel** von Produkten aus. **(5 Punkte)**

Eigenschaftsbündel	Beispielhafte Konkretisierung

- (b) **Nennen** Sie **jeweils** zumindest **drei wesentliche Aufgaben**, die die Verpackung der neuen Lampe in folgenden zwei Phasen auf dem Weg von der Produktion zum Konsumenten übernehmen sollte: **(3 Punkte)**

Phase	Funktionen der Packung
Transport vom Lager des Produzenten in IKEA Kaufhaus	Schutz, logistik
Produkt am POS (Präsentation in IKEA Kaufhaus)	convenience, kommunikation

- (c) **Nennen** Sie **jeweils zwei Gründe**, warum die Markenpolitik in der Möbelbranche für die unten genannten Akteure Vorteile bringt. **(2 Punkte)**

Akteure	Vorteile
Hersteller	Differenzierung vom Wettbewerb Qualitätsignal Kundenbindung
Händler	Minderung des Absatzrisikos Imagetransfer Begrenzung der eigenen Beratungsaktivität
Kunde	Orientierungshilfe Reduktion des Entscheidungsaufwands Risikoreduktion Selbstdarstellung

Aufgabe 4

In der Vorlesung haben wir uns mit dem Hollywood-Film „Thank You for Smoking“ aus einander gesetzt.

- (a) **Nennen** Sie **zwei Ziele**, die in der Kommunikationspolitik des Tabakwarenverbandes, für den der Hauptdarsteller arbeitet, angestrebt werden. **(2 Punkte)**

Ziel 1
Ziel 2

- (b) In dem Film wurden mehrere **Kommunikationsinstrumente**, die Unternehmen üblicherweise nutzen, eingesetzt bzw. angesprochen. Bitte erinnern Sie sich an zumindest **drei**, liefern Sie eine kurze Arbeitsdefinition und ein typische **Beispiel für eine Maßnahme** (am besten aus dem Film). **(5 Punkte)**

Kommunikationsinstrument	(Arbeits-)Definition	Beispielhafte Maßnahme (aus dem Film)

- (c) Welche **Erfolgskriterien** können für die **Kommunikationsarbeit** des Hauptdarstellers herangezogen werden? **Wählen sie zwei** aus, beschreiben Sie diese näher und **erklären** Sie wie Sie diese erfassen bzw. messen werden. **(3 Punkte)**

Erfolgskriterium	Beschreibung/ Erläuterung	Erfassung/ Messung