

## Detaillierte Testergebnisse für Testdurchlauf 1

### 1. MuKb12 (2) [ID: 3004728]

**Ordnen Sie die Arten der Marktuntersuchung den Situationen zu!**

<b>Marktprognose</b>	passt zu	<b>Mittelständische Unternehmen nutzen zukünftig mehr externe IT-Dienstleister statt angestellte IT-Kräfte.</b>
<b>Konkurrenzforschung</b>	passt zu	<b>Sie möchten in Ihrem Heimatort einen IT-Service anbieten und feststellen, ob hier mit vielen Mitbewerbern zu rechnen ist.</b>
<b>Marktbeobachtung</b>	passt zu	<b>Sie wollen wissen, ob die neue Einpackstation von den Kunden angenommen wird und lassen ermitteln, wie viele Kunden diese täglich nutzen.</b>
<b>Markterkundung</b>	passt zu	<b>Mitarbeiter berichten, dass in der Nachbarschaft ein großer Konkurrent ein Ladengeschäft einrichtet.</b>

### 2. MuKb03 (2) [ID: 3004720]

**Ordnen Sie die Marktbereiche der passenden Situation zu!**

<b>B2B</b>	passt zu	<b>Ein Elektronikhändler bestellt online 30 Laptops beim Großhändler.</b>
<b>A2A</b>	passt zu	<b>Das Finanzamt nutzt das Internet um Daten mit dem Einwohnermeldeamt auszutauschen.</b>
<b>C2C</b>	passt zu	<b>Verbraucher vermieten im Internet ein Zimmer an Studierende.</b>
<b>B2C</b>	passt zu	<b>Ein Streaming Dienst bietet Verbrauchern Filme zum Downloaden an.</b>
<b>C2A</b>	passt zu	<b>Verbraucher buchen online einen Termin beim Standesamt.</b>

### 3. MuKb18 (2) [ID: 3004733]

**Wählen Sie richtig oder falsch!**

Für jede Aussage muss entschieden werden: [richtig] oder [falsch]

richtig	falsch	
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Marketing ist im Verkäufermarkt besonders wichtig.
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Im Käufermarkt muss Marketing das Unternehmen auf den Kunden ausrichten.
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Namen und Erscheinungsbild der Produkte gehören zum strategischen Marketing.
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Im Verkäufermarkt kann man durch erhöhte Marketingmaßnahmen den Gewinn beträchtlich erhöhen.

#### 4. MuKb05 (2) [ID: 3004722]

**Unterscheiden Sie zulässige und nicht zulässige Maßnahmen im Werberecht!**

<b>zulässig</b>	passt zu	<b>Gewinnspiele</b>
<b>zulässig</b>	passt zu	<b>Kopplungsangebote</b>
<b>zulässig</b>	passt zu	<b>Preisvergleiche</b>
<b>zulässig</b>	passt zu	<b>Mengenbeschränkungen</b>
<b>unzulässig</b>	passt zu	<b>Preisspaltung</b>
<b>unzulässig</b>	passt zu	<b>Lockvogelangebote</b>

#### 5. MuKb08 (2) [ID: 3004726]

**In welchen zwei Fällen findet das Widerrufsrecht gemäß Fernabsatzrecht keine Anwendung?**

- ☒ Ein Praktikant fährt 30 km mit der Bahn um am Zielort eine Spezialanfertigung beim örtlichen Büromöbelausstatter in Auftrag zu geben.
- ☒ Ein Umschüler bestellt telefonisch eine Pizza beim örtlichen Pizzadienst.
- ☐ Der Bestellschein aus einem Werbebrief wird ausgefüllt um Kugelschreiber zu kaufen.
- ☐ Oma Erna kauft beim Shopping-Kanal im Fernsehen eine Heizdecke.

#### 6. MuKb16 (2) [ID: 3004732]

Sie möchten mehreren Familien über einen längeren Zeitraum regelmäßig die gleichen Fragen stellen, damit Veränderungen deutlich werden.

**Welches Erhebungsverfahren nutzen Sie?**

- ☐ Test
- ☐ Interview
- ☐ Beobachtung
- ☒ Panel

#### 7. MuKb02 (2) [ID: 3004719]

Sie sind ein bekannter Software-Anbieter in der Stadt und nutzen verschiedene Vertriebswege.

Nun werden Sie von einem Freund gebeten, seine innovative und selbstentwickelte Spielekonsole in Ihrem Geschäft anzubieten.

Sie entscheiden die Konsole vertreiben zu wollen, ohne sie kaufen zu müssen.

**Welche Vertriebsmöglichkeit nutzen Sie also?**

- ☐ Vertragshändler
- ☐ Großhandel
- ☒ Kommissionär
- ☐ Franchise
- ☐ Alleinvertrieb

## 8. MuKb01 (2) [ID: 3004724]

Wählen Sie die passenden Begriffe des AIDA-Modells für Verkaufsgespräche aus!

A= **Attention**

I= **Interest**

D= **Desire**

A= **Action**

## 9. MuKB 21 [ID: 3004736]

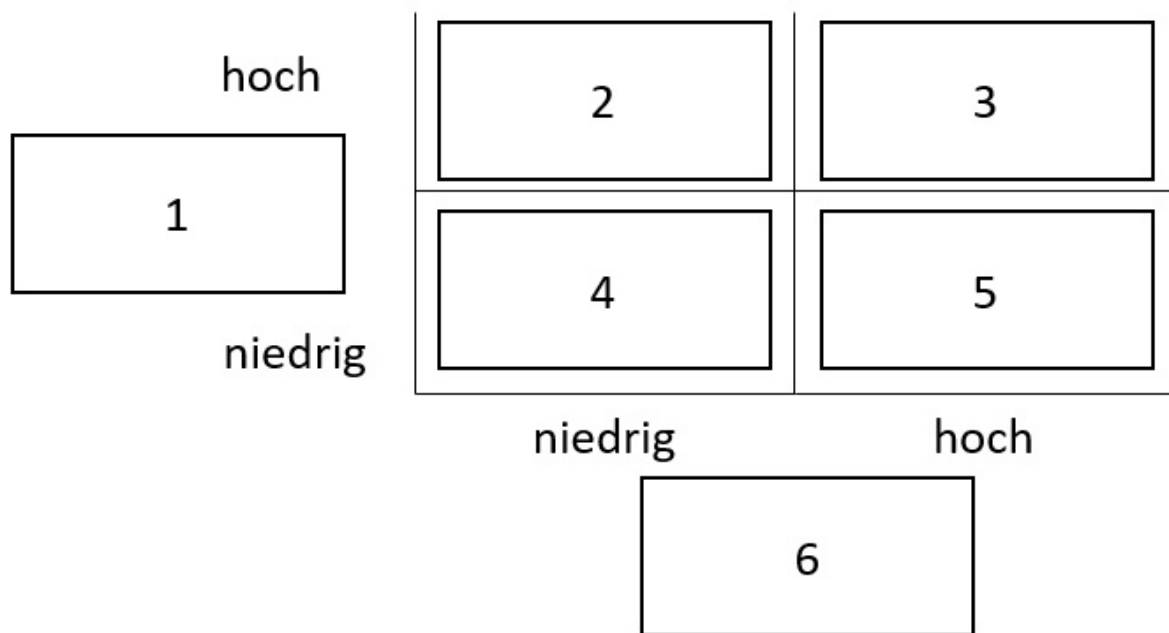
Handelskalkulation		
	%	
Listeneinkaufspreis		400,00 €
- Liefererrabatt	10	
= Zieleinkaufspreis		
- Liefererskonto	3	
= Bareinkaufspreis		
+ Bezugskosten	15,80 €	
= Bezugspreis (Einstandspreis)		
+ Handlungskosten	20	
= Selbstkosten		
+ Gewinn	12	
= Barverkaufspreis		
+ Kundenskonto	2	
= Zielverkaufspreis		
+ Kundenrabatt	18	
= Listenverkaufspreis/Angebotspreis		

Berechnen Sie den Bezugspreis.

- ☐ 431,00 €
- ☐ 420,00 €
- ☐ 352,00 €
- ☒ 365,00 €

## 10. MuKb13 (2) [ID: 3004729]

Vervollständigen Sie die Portfolio-Matrix der Boston Consulting Group!



Platzhalter 1 passt zu Marktwachstum  
 Platzhalter 2 passt zu Nachwuchsprodukte  
 Platzhalter 3 passt zu Stars  
 Platzhalter 4 passt zu Arme Hunde  
 Platzhalter 5 passt zu Melkkühe  
 Platzhalter 6 passt zu Relativer Marktanteil

## 11. MuKb15 (2) [ID: 3004731]

Sie möchten auf einem hart umkämpften Markt Ihre Dienstleistungen allen Haushalten in der Region anbieten.

Eine Kundenanalyse ergab, dass die meisten Kunden über geringe Einkommen verfügen.

**Mit welcher Marketingstrategie kann das am wahrscheinlichsten gelingen?**

- ☐ Qualitätsführerschaft
- ☒ Preisführerschaft
- ☐ Differenzierung
- ☐ Nischenstrategie

## 12. MuKb20 (2) [ID: 3004735]

**Finden Sie zu den Beschreibungen die passende Preis- bzw. Konditionenpolitik!**

**Preisdifferenzierung** passt zu Handys werden in Deutschland teurer angeboten als in Marokko.  
**Abschöpfungsstrategie** passt zu Ein halbes Jahr nach seiner Markteinführung wird

	zu	ein Produkt im Preis immer weiter gesenkt.
<b>Monopolistische Preisbildung</b>	passt zu	<b>Der einzige Bäcker im Ort bestimmt seine Preise.</b>
	zu	
<b>Konditionenpolitik</b>	passt zu	<b>Für die Bezahlung mit Kreditkarte wird eine Gebühr erhoben.</b>
	zu	

### 13. MuKb04 (2) [ID: 3004721]

**Ordnen Sie die Systeme bzw. Programme im E-Business ihren Entsprechungen zu!**

<b>CRM</b>	passt zu	<b>Optimiert kundenbezogene Prozesse.</b>
<b>ERP</b>	passt zu	<b>Steuert die Ressourcenplanung im Unternehmen.</b>
<b>SCM</b>	passt zu	<b>Logistikketten werden online gesteuert.</b>
<b>E-Learning</b>	passt zu	<b>Ermöglicht Schulungen am Computer bzw. über das Internet.</b>

### 14. MuKB 22 [ID: 3004737]

Handelskalkulation		
	%	
Listeneinkaufspreis		400,00 €
- Liefererrabatt	10	
= Zieleinkaufspreis		
- Liefererskonto	3	
= Bareinkaufspreis		
+ Bezugskosten	15,80 €	
= Bezugspreis (Einstandspreis)		
+ Handlungskosten	20	
= Selbstkosten		
+ Gewinn	12	
= Barverkaufspreis		
+ Kundenskonto	2	
= Zielverkaufspreis		
+ Kundenrabatt	18	
= Listenverkaufspreis/Angebotspreis		

**Berechnen Sie den Angebotspreis.**

- ☒ 610,45 €
- ☐ 599,80 €
- ☐ 563,70 €
- ☐ 620,33 €

### 15. MuKb07 (2) [ID: 3004725]

Eine Studierende hat einen Farblaserdrucker im Internet bestellt und bereits 900 Seiten gedruckt.

Nach 10 Tagen entscheidet sie sich vom Widerrufsrecht Gebrauch zu machen und schickt den Drucker zurück.

**Welche Folgen ergeben sich durch ihren Widerruf im Sinne des Fernabsatzrechts?**

- ☐ Die Kosten für die Rücksendung trägt der Verkäufer.
- ☐ Beim Widerruf gehen alle Kosten zu Lasten des Verkäufers.
- ☒ Die Hinsendekosten müssen vom Verkäufer erstattet werden.
- ☒ Für die Nutzung des Druckers muss der Käufer einen Wertersatz leisten.
- ☒ Die Kosten für die Rücksendung trägt der Käufer.
- ☐ Der Verkäufer kann den Widerruf ablehnen.

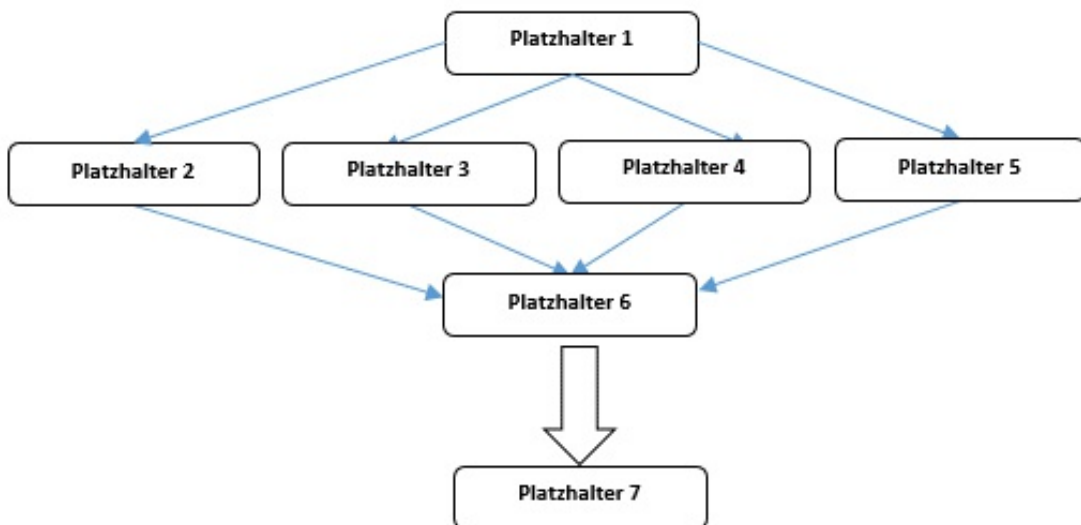
16. MuKb19 (2) [ID: 3004734]

**Ordnen Sie die folgenden Marketingmaßnahmen den Marketinginstrumenten der vier "P" zu!**

<b>Place</b>	passt zu	<b>Ein bestellter Server wird per Sonderfracht versendet.</b>
<b>Product</b>	passt zu	<b>Es wird überlegt, neben Handys auch Handytaschen anzubieten.</b>
<b>Price</b>	passt zu	<b>Gewerbliche Kunden bekommen günstigere Lieferbedingungen.</b>
<b>Promotion</b>	passt zu	<b>Auf der Werbefläche hinter dem Tor ist ein Unternehmenslogo zu sehen.</b>

17. MuKb11 (2) [ID: 3004727]

**Ordnen Sie die Begriffe sinngemäß und der Grafik entsprechend an!**



**Platzhalter 1** passt zu **Marketinginstrumente**  
**Platzhalter 2, 3, 4, 5** passt zu **Produktpolitik**

Platzhalter 2, 3, 4, 5	passt zu	Preispolitik
Platzhalter 2, 3, 4, 5	passt zu	Kommunikationspolitik
Platzhalter 2, 3, 4, 5	passt zu	Distributionspolitik
Platzhalter 6	passt zu	Marketingmix
Platzhalter 7	passt zu	Marketingkonzept

## 18. MuKb06 (2) [ID: 3004723]

Ordnen Sie das Kaufverhalten der entsprechenden Situation zu!

Impulskauf	passt zu	Ein Einkäufer findet die Handelsvertreterin so sympathisch, dass er ihr gleich 10 statt der geplanten 5 Scanner abkauft.
Zielkauf	passt zu	Nach systematischem Vergleich von möglichen Anbietern wird eine Bestellung aufgegeben.
Notkauf	passt zu	Wegen Kabelbruchs im Headset wird ohne Preisvergleiche ein Ersatz Headset gekauft.
Gewohnheitskauf	passt zu	Kurz bevor das Kopierpapier ausgeht, wird unbürokratisch beim bisherigen Lieferanten Nachschub bestellt.

## 19. MuKb14 (2) [ID: 3004730]

Was lässt sich üblicherweise aus dem Produktlebenszyklus ablesen?

- ☒ Der Marktanteil eines Produktes
- ☐ Die Gewinnsituation bezogen auf ein Produkt
- ☒ Der ideale Zeitpunkt für ein Nachfolgeprodukt
- ☐ Das Alter eines Produktes
- ☒ Die Absatzentwicklung bezogen auf ein Produkt