

# Klausur - Aufgaben



STAATLICH ANERKANNTE  
FACHHOCHSCHULE

Studiengang	<b>Wirtschaft (postgradual)</b>
Fach	<b>Management komplexer Problemsituationen</b>
Art der Leistung	<b>Prüfungsleistung</b>
Klausur-Knz.	<b>PW-MKP-P11-010526</b>
Datum	<b>26.05.2001</b>

**Die Klausur bietet einen Wahlbereich (Aufgabe 2 und Aufgabe 3), in dem nur eine Aufgabe zur Lösung ausgewählt werden soll. Werden beide gelöst, kommt nur die erste in die Bewertung!**

Sie müssen also 2 Aufgaben lösen, wofür Ihnen 90 Minuten zur Verfügung stehen. Die maximal erreichbare Punktzahl beträgt 100 Punkte. Zum Bestehen der Klausur müssen mindestens 50 % der Gesamtpunktzahl erzielt werden.

Lassen Sie 1/3 Rand für die Korrekturen und schreiben Sie leserlich.

Denken Sie an Name, Unterschrift und Matrikelnummer.

**Bearbeitungszeit:** 90 Minuten  
**Anzahl der Aufgaben:** 3 insgesamt, davon  
 2 zu lösen  
**Höchstpunktzahl:** -100-

**zulässige Hilfsmittel:**  
 Studienbriefe, Taschenrechner

## ***Bewertungsschlüssel***

Aufgaben	1	W2	W3	insgesamt
max. erreichbare Punkte	60	40	40	100
Punkte erster Prüfer				
Punkte zweiter Prüfer				

## ***Notenspiegel***

Note	1,0	1,3	1,7	2,0	2,3	2,7	3,0	3,3	3,7	4,0	5,0
notw. Punkte	100-95	94,5-90	89,5-85	84,5-80	79,5-75	74,5-70	69,5-65	64,5-60	59,5-55	54,5-50	49,5-0

## **Aufgabe 1: Einmal um die ganze Welt**

**(60 Punkte)**

Freddy Globetrotter, Fotograf aus Leidenschaft, interessiert sich sehr für fremde Ländern und Kulturen. Als Student war er oft mit InterRail kreuz und quer durch Europa unterwegs und füllte dabei unzählige Diafilme. Vor zwei Jahren erfüllte er sich dann den Traum einer Weltreise.

Vor kurzem ist er von seiner zweijährigen Reise rund um den Globus zurückgekehrt. Finanziert hat er diese Reise aus Ersparnissen und mit Hilfe verschiedener Sponsoren.

Freddy hat auf seiner Weltreise viel erlebt und fotografiert. Außerdem hat er den Reiseverlauf in Form eines Tagebuchs festgehalten.

Während der Reise stand zwar nicht die spätere Vermarktung im Vordergrund, doch jetzt – angesichts des umfangreichen Materials – scheint sie sich förmlich aufzudrängen.

### **Aufgabe 1.1**

**(5 Punkte)**

Welche generellen Möglichkeiten hat Freddy, seine Erlebnisse und Erfahrungen zu vermarkten?

Was sind mögliche Zielgruppen?

### **Aufgabe 1.2**

**(20 Punkte)**

Als Freddy im Familienkreis von seinem geplanten Vermarktungsvorhaben erzählt, erntet er nicht nur Zuspruch. Man ist vielmehr der Meinung, der Markt sei sowieso schon übersättigt und würde nicht ausgerechnet auf Freddy warten.

Wie schätzen Sie die Situation ein? Kann Freddy Erfolg haben?

Erstellen Sie dazu ein Szenarien-Tableau!

**Achtung:** Für das Szenarien-Tableau verwenden Sie bitte das beiliegende Einzelblatt, auf dem Sie auch Ihre Matrikelnummer vermerken!

### **Aufgabe 1.3**

**(15 Punkte)**

Greifen Sie Schlüsselfaktoren aus Ihrer Umweltanalyse heraus und zeigen Sie, wie diese in Zusammenhang stehen!

Erstellen Sie dazu ein Netzwerk!

### **Aufgabe 1.4**

**(20 Punkte)**

Erläutern Sie mit Hilfe der Wirkungsmatrix die im Netzwerk dargestellten Zusammenhänge!

**Wahlmöglichkeit: Bitte bearbeiten Sie entweder Aufgabe 2 oder Aufgabe 3.**  
**Werden beide Aufgaben gelöst, wird nur die erste bewertet!**

## **Aufgabe 2: Auf nach Polen**

**(40 Punkte)**

Ein bisher nur auf dem deutschen Markt tätiges, mittelständisches Unternehmen plant eine Ausdehnung der Unternehmensaktivitäten auf die osteuropäischen Märkte. Beginnen will man mit Exporten nach Polen, wozu kurzfristig, d.h. im Laufe der nächsten 6 Monate, eine Vertriebsrepräsentanz in Polen eingerichtet werden soll. Sofern sich das Vorhaben erfolgreich entwickelt, will man nach und nach auch in andere osteuropäische Märkte vorstoßen.

Der Geschäftsführer verspricht sich davon vor allem eine langfristige Sicherung des Unternehmens, da es dadurch nicht mehr vom deutschen Markt allein abhängig ist. In Deutschland will er die Marktposition aber auf jeden Fall halten, wenn möglich sogar parallel zu den Aktivitäten in Polen ausbauen. Die bestehenden Arbeitsplätze in Deutschland sollen langfristig gesichert, wenn möglich sogar neue geschaffen werden. Insgesamt erscheint dem Geschäftsführer das Vorhaben klar strukturiert und gut vorbereitet.

Der Finanzchef ist jedoch der Meinung, dass die Vorbereitungszeit bis zum Beginn der Exportaktivitäten viel zu kurz ist und die Kapitaldecke des Unternehmens derzeit keine großen Sprünge zulässt. Seine größte Sorge ist, einen Verlust zu erwirtschaften. Er möchte den Geschäftsführer zum Überdenken seines Zeitplans bewegen und besteht darauf, keine unnötigen Risiken einzugehen. Außerdem erscheinen ihm die Zielformulierungen stellenweise noch verbesserungswürdig.

### **Aufgabe 2.1**

**(10 Punkte)**

Welche Ziele haben sich die Beteiligten gesetzt? Ordnen Sie diese Ziele Zieldimensionen zu, unterscheiden Sie dabei in

- positive und negative Ziele,
- klare und unklare Ziele,
- spezifische und globale Ziele!

### **Aufgabe 2.2**

**(10 Punkte)**

Prüfen Sie nun diese Ziele mit Hilfe des Zielprüfstandes aus Sicht der Beteiligten! Werten Sie die Ergebnisse des Zielprüfstandes aus!

### **Aufgabe 2.3**

**(20 Punkte)**

Der stets eher vorsichtig agierende Finanzmanager will sich vor einem Engagement im Export über mögliche externe Risiken im Exportgeschäft informieren und wenn notwendig, entsprechende Absicherungsmaßnahmen einleiten.

Welche externe Risiken könnten im Zusammenhang mit der geplanten Exporttätigkeit auftreten? Unterscheiden Sie dabei in ökonomische und politische Risiken!

Nutzen Sie für Ihre Überlegungen die Technik des Mind-Mapping!

## Aufgabe 3: Die Seminararbeit

(40 Punkte)

Franz Immerschlau und Theo Weißnichtrecht, beide Studenten der Betriebswirtschaft, müssen über die Sommerferien eine Seminararbeit im Fach Internationale Unternehmensführung anfertigen. Die beiden entscheiden sich für eine Analyse eines Schwellen- oder Entwicklungslandes. Konkret soll es dabei um die Einschätzung eines Ländermarktes als Standort für eine Produktionsniederlassung eines deutschen Unternehmens gehen.

Sie glauben, das Thema sei relativ einfach zu handhaben, da es im Internet dazu ja mittlerweile Informationen in Hülle und Fülle gäbe. Man begibt sich also ins „Web der unbegrenzten Möglichkeiten“ und sammelt – zunächst mehr oder weniger unstrukturiert – Daten. Im Laufe ihrer Recherche kommt ihnen auch mehrmals das Schlagwort „Sicherheit von Standorten“ unter. Franz Immerschlau meint, dies sei für ihre Analyse nicht von Bedeutung. Schließlich wolle man keine Geschäfte mit der Mafia anbahnen. Theo Weißnichtrecht ist da anderer Meinung. Er glaubt, Franz sehe das Thema Sicherheit zu eng gefasst, und es würden noch eine Reihe anderer Faktoren die Sicherheit von Märkten beeinflussen. Schließlich kommt es zu einer heftigen Diskussion über die Sicherheit von Standorten und Märkten.

### Aufgabe 3.1

(20 Punkte)

Welche Faktoren bestimmen die Sicherheit von Standorten und Märkten?

Nutzen Sie für ihre Überlegungen die Technik des Mindmapping!

### Aufgabe 3.2

(10 Punkte)

Nachdem Franz und Theo mögliche Sicherheitsfaktoren ausführlich erörtert haben, widmen sie sich wieder dem eigentlichen Anliegen ihrer Seminararbeit.

Untersucht werden soll ja die Eignung eines bestimmten Ländermarktes für die Errichtung einer Produktionsniederlassung. Franz und Theo nehmen nun an, der Produktionsmanager sei mit der Vorbereitung und Koordination dieses Vorhabens betraut worden und versuchen, sich in dessen Lage zu versetzen.

Welche Personen, Personengruppen, Organisationen bzw. Institutionen könnten auf das Vorhaben in irgendeiner Weise Einfluss ausüben? Welche Stellung nehmen diese im Gesamtsystem Unternehmen – Umwelt aus Sicht des Produktionsmanagers ein?

### Aufgabe 3.3

(10 Punkte)

Nachdem aufgezeigt wurde, welche Personen, Personengruppen, Organisationen bzw. Institutionen Einfluss ausüben, ist nun von Interesse, welche nicht-institutionellen Faktoren die Errichtung der Produktionsniederlassung bzw. den späteren Produktionsbetrieb beeinflussen können.

Erstellen Sie dazu eine Umwelt-Einflussmatrix und interpretieren Sie diese kurz!

**Achtung:** Für die Umwelt-Einflussmatrix verwenden Sie bitte das beiliegende Einzelblatt, auf dem Sie auch Ihre Matrikelnummer vermerken!

**Achtung:** Bitte geben Sie dieses Blatt mit Ihrer Klausur ab!

Matrikelnummer	
----------------	--

<b>Lösung Aufgabe 1.2: Szenarien-Tableau</b>	<b>(20 Punkte)</b>
--	--------------------

Umweltsegmente	Schlüsselfaktoren	Entwicklung	Wirkung auf Vermarktung
		Trendaussagen	

(O) optimistisch  
(P) pessimistisch  
(W) wahrscheinlich

**Achtung:** Bitte geben Sie dieses Blatt mit Ihrer Klausur ab!

Matrikelnummer	
----------------	--

<b>Lösung Aufgabe 3.3: Umwelt-Einflussmatrix</b>	<b>(10 Punkte)</b>
--	--------------------

Wirkung		Umweltfaktoren (mind. 5)									Zeilensumme
		von									
Strategische Aktionsfelder des Unternehmens (mind. 4)	auf										
Spaltensumme											x