

### 1. Aufgabe (10 Punkte)

Die Qualität eines Produktes ist einer der wichtigsten Kaufgründe. Erläutern Sie in diesem Zusammenhang die Begriffe

#### a. objektive Qualität

Unter objektiver Qualität versteht man Qualität die anhand von Lastenheften oder Spezifikationen meßbar sind.

#### b. subjektive Qualität

Die subjektive Qualität legt jeder für sich selbst fest.

#### c. relative Qualität.

Bei der relativen Qualität vergleicht man ein Gut, daß von zwei verschiedenen Anbietern hergestellt werden. Bsp. Mercedes genau so gut wie Mercedes.

### 2. Aufgabe (20 Punkte)

Ein Unternehmen hat eine Produktpalette von 10 Produkten und erwirtschaftet zur Zeit einen mehr als zufriedenstellenden Gewinn. Sie haben auf Grund einer Portfolio-Analyse nach dem Ansatz der Boston Consulting Group festgestellt, daß von den 10 Produkten des Unternehmens 7 Cash-Cows und 3 arme Hunde sind.

Weiche Maßnahmen würden Sie dem Unternehmen empfehlen?

Da das Unternehmen nur 7 Cash-Cows in ihrem Porfolio besitzt besteht die Möglichkeit, daß wenn die Cash-Cows zu armen Hunden wechseln sie keine Produkte haben die nach kommen. Ich würde dem Unternehmen empfehlen zu überprüfen ob die Möglichkeit besteht die 3 armen Hunden durch ein facelifting oder technische Verbesserung neu zu positionieren. Wenn dieses nicht möglich ist die drei Produkte zu eliminieren und sich auf Forschung und Entwicklung zu konzentrieren um neue Produkte auf den Markt zu bringen.

### 3. Aufgabe (10 Punkte)

Ein Unternehmen produziert ein Produkt X. Bei Aufnahme der Produktion entstehen mengenunabhängige Kosten in Höhe von DM 10.000,-. Die variablen Kosten betragen DM 50,00 pro Produktionseinheit. Das Unternehmen bietet das Produkt zu einem Preis von DM 70,00 pro Einheit an. Wie viele Einheiten muß das Unternehmen verkaufen, um in die Gewinnzone zu kommen?

#### 4. Aufgabe (15 Punkte)

Der Hersteller eines süßen Fruchtlikörs weiß auf Grund ständiger Marktbeobachtung, daß sein Erzeugnis hauptsächlich von Frauen der Altersgruppe über 50 nachgefragt wird. Seit einiger Zeit muß er feststellen, daß die Umsatzentwicklung des Produktes rückläufig ist. Welche Maßnahmen zur Neupositionierung dieses Produktes würden Sie dem Hersteller vorschlagen?

Bevor man eine Strategie festlegt zur Neupositionierung des Produktes sollte man vorher festlegen welche Altersgruppe man ansprechen möchte. Wenn man eine jüngere Altersgruppe ansprechen möchte sollte man das Produkt vielleicht einem äußerlichen Facelifting unterziehen und es „jugendlicher“ verpacken. Das Produkt muß der gewünschten Altersgruppe angepaßt werden.

Wenn man aber bei der bisherigen Altersgruppen bleiben möchte, könnte man mit einer verbesserten Rezeptur werben. Auch das äußere (Verpackung, Form der Flasche) verändern um wieder die Aufmerksamkeit der gewünschten Zielgruppe wieder zu erlangen.

#### 5. Aufgabe (10 Punkte)

Nennen Sie drei Nachteile der klassischen Werbung (z.B. durch Anzeigen oder Fernsehen) gegenüber der Werbung per Brief und Antwortkarte.

#### 6. Aufgabe (15 Punkte)

Die Damenoberbekleidungsfabrik ZENZI ist auf das Segment Trachtenmode spezialisiert. Da wegen des steigenden Wettbewerbsdrucks eine qualifizierte Wachstumspolitik angestrebt werden soll, möchte die Geschäftsleitung wissen, was im einzelnen zu tun ist.

Welche Möglichkeiten hat das Unternehmen, wenn es folgende Wachstumsziele erreichen will:

**a. bessere Marktdurchdringung**

Eine verbesserte Marktdurchdringung wird durch facelifting der Produkte, durch aggressive Preispolitik oder durch mehr Werbung der Produkte erreicht.

**b. Marktentwicklung**

Eine weiter Entwicklung des Marktes wird durch eine Marktausweitung, Aubau von neuen Käuferschichten oder neue Distributionswege erreicht.

**c. Produktentwicklung**

Vielleicht besteht die Möglichkeit Produkte, die man von anderen Firmen einkauft kostengünstiger selbst herzustellen (Me-To-Produkte), neue Produkte zu entwickeln oder bestehende Produkte neu zu positionieren.

**7. Aufgabe (10 Punkte)**

Wo liegt die kurzfristige kostenwirtschaftliche Preisuntergrenze für ein Produkt? Begründen Sie Ihre Antwort.

Preisuntergrenze: Höhe des Entgeltes für eine betriebliche Leistung, bei deren Unterschreitung der Verzicht auf die Leistungserbringung sinnvoll ist.

Um einen Konkurrenten aus dem Markt zu verdrängen. Aber langfristig muß man mindestens die Kosten decken können. Wenn ein Firma freie Kapazitäten hat, kann man kurzfristig für die Produktion kurzfristige Aufträge annehmen um min. die Fixkosten für den Zeitraum zu decken. Man muß seine Preisuntergrenze kennen um zu wissen ab wann man in die Verlustzone kommt.

**8. Aufgabe (10 Punkte)**

Sie betreiben im Umland von Frankfurt ein Spirituosen-Spezialgeschäft, das auf Grund seines breiten und tiefen Sortiments auch viele weiter entfernte Kunden anzieht. Nun erhalten Sie plötzlich das Angebot, zu einem vernünftigen Preis ein Ladenlokal in der Innenstadt von Frankfurt zu mieten. Was spricht für, was gegen einen Standortwechsel?

**Pro Standortwechsel**

Durch einen Umzug nach Frankfurt wäre die Erreichbarkeit für viele Kunden besser, da sie nicht erst in das Umland fahren müßten. Die Kunden wären flexibler in ihrer Entscheidung das Spirituosen Geschäft aufzusuchen. Desweiteren könnte sich ein gewisser Kreis von Laufkundschaft bilden, der sich im Umland nicht bilden würde wegen der Entfernung.

**Contra Standortwechsel**

Durch den Umzug in die Stadtmitte von Frankfurt besteht die Gefahr, das nicht genügend oder keine direkten Parkplätze für die Kunden bereit stehen, die aus dem entfernteren Umland von Frankfurt kommen. Das Ladengeschäft müßte auch in der Nähe von öffentlichen Verkehrsmitteln liegen, da sonst die Kunden eine gewisse Strecke zwischen Haltestelle und Laden zurück legen müßten. Es besteht die Gefahr,

daß Kunden davon abgeschreckt werden das Geschäft auf zu suchen, da die Verbindung sehr schlecht ist.