

Marketing

Übungsaufgaben Kapitel 3

Marketinginformationen

Aufgabe 1 – Primärforschung vs. Sekundärforschung:

Erläutern Sie den **Unterschied zwischen Primär- und Sekundärforschung** und nennen Sie jeweils drei **Vor- und Nachteile!**

Lösung (1):

- Primärforschung (Feldforschung):
 -
 - z.B. mittels
 -
 -
- Sekundärforschung (Schreibtischforschung):
 -
 - z.B. mittels:
 -
 -

Lösung (2):

	Primärforschung	Sekundärforschung
Vorteile	<ul style="list-style-type: none"> • • • 	<ul style="list-style-type: none"> • • •
Nachteile	<ul style="list-style-type: none"> • • • • 	<ul style="list-style-type: none"> • • • •

Marketing

Übungsaufgaben Kapitel 4

Produktpolitik

Aufgabe 1 – Programmtiefe vs. Programmbreite:

Grenzen Sie die beiden Begriffe „**Programmtiefe**“ und „**Programmbreite**“ voneinander ab!

Lösung:

- Programmtiefe:
 -

- Programmbreite:
 -

Aufgabe 2 – Produktkern, Grundnutzen, Zusatznutzen:

Erläutern Sie, was unter den drei Begriffen „**Produktkern**“, „**Grundnutzen**“ und „**Zusatznutzen**“ zu verstehen ist!

Lösung:

- Produktkern:
 -
 - Beispiel:
- Grundnutzen:
 -
 - Beispiel:
- Zusatznutzen:
 -
 - Beispiel:

Aufgabe 3 – Handlungsoptionen der Produktprogrammänderung:

Erläutern Sie, was unter den Begriffen „**Produktvariation**“, „**Produktdifferenzierung**“, „**Produktdiversifikation**“ und „**Produkteliminierung**“ zu verstehen ist!

Lösung (1):

- Produktvariation:
 -

- Produktdifferenzierung:
 -

Lösung (2):

- Produktdiversifikation:
 -
 -
- Produkteliminierung:
 -

Aufgabe 4 – Anwendungsaufgabe Handlungsoptionen der Produktprogrammänderung:

Ordnen Sie den im Folgenden beschriebenen Beispielen die korrekte **Form der Produktprogrammänderung** zu!

- a) Ein Fahrradhersteller nimmt den Verkauf von Bier in sein Produktionsprogramm auf.
- b) Ein Autohersteller bietet seine Produkte unter verschiedenen Namen und zu unterschiedlichen Preisen an den Fachhandel und an Handelsketten an.
- c) Ein Unternehmen, das High-Tech-Geräte vertreibt, stellt den Verkauf von Videorecordern ein.
- d) Eine Bank vermittelt auch Versicherungen.
- e) Eine Papierfabrik nimmt auch Recyclingpapier in ihr Produktprogramm auf.
- f) Ein Druckunternehmen stellt selbst Papier her.

Lösung (1):

- a) Ein Fahrradhersteller nimmt den Verkauf von Bier in sein Produktionsprogramm auf.
 -
- b) Ein Autohersteller bietet seine Produkte unter verschiedenen Namen und zu unterschiedlichen Preisen an den Fachhandel und an Handelsketten an.
 -
- c) Ein Unternehmen, das High-Tech-Geräte vertreibt, stellt den Verkauf von Videorecordern ein.
 -

Lösung (2):

d) Eine Bank vermittelt auch Versicherungen.



e) Eine Papierfabrik nimmt auch Recyclingpapier in ihr Produktprogramm auf.



f) Ein Druckunternehmen stellt selbst Papier her.



Aufgabe 5 – Konzept des Produktlebenszyklus:

Erläutern Sie das **Konzept des Produktlebenszyklus!**

Skizzieren Sie den **idealtypischen Verlauf** des Produktlebenszyklus!

Nennen und beschreiben Sie die wichtigsten Merkmale der **vier Phasen des Produktlebenszyklus!**

Lösung (1):

- Konzept des Produktlebenszyklus:



Lösung (2):

- idealtypischer Verlauf:

Lösung (3):

- -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 - >

Lösung (4):

- -
 -
 -
 -
 -
 -
- >

Lösung (5):

- -
 -
 -
 -
 -
 - >

Lösung (6):

- -
 -
 -
 - >

- -
 -
 - >