

Marketing

Übungsaufgaben Kapitel 4

Produktpolitik

Aufgabe 6 – Portfolio-Analyse:

Skizzieren Sie die 4-Felder-Matrix der Portfolio-Analyse (inklusive Achsenbeschriftung)! Nennen Sie jeweils die Namen der einzelnen Felder!

Welche Informationen lassen sich direkt aus der Matrix ablesen?

Lösung:

Informationen:

-
-
-
-

Aufgabe 7 – Anwendungsaufgabe Portfolio-Analyse:

Gegeben sind die folgenden Daten der „Durstig GmbH“ und ihrer Konkurrenten:

	MA „Durstig GmbH“	MA WB1	MA WB2	MA WB3	MA WB4	Umsatz Gesamt- markt	Markt- wachstum
Wasser	16%	30%	19%	13%	22%	434 Mio. €	8%
Cola	44%	12%	29%	11%	4%	167 Mio. €	2%
Limonade	40%	9%	14%	21%	16%	190 Mio. €	13%
Bier	25%	17%	19%	9%	16%	165 Mio. €	4%
Saft	12%	18%	45%	25%	14%	199 Mio. €	-12%

Als durchschnittliches Marktwachstum werden in der Getränkebranche für das kommende Jahr 4% veranschlagt.

Aufgabe 7 – Anwendungsaufgabe Portfolio-Analyse (fortgeführt):

- a) Welche Kennzahlen müssen vorhanden sein, um ein Portfolio der „Durstig GmbH“ erstellen zu können?
- b) Ermitteln Sie die benötigten Kennzahlen!
- c) Erstellen Sie das Portfolio der „Durstig GmbH“!

Lösung (1):

a) Kennzahlen:

-
-
-
-

Lösung (2):

b) Kennzahlen (Formeln):

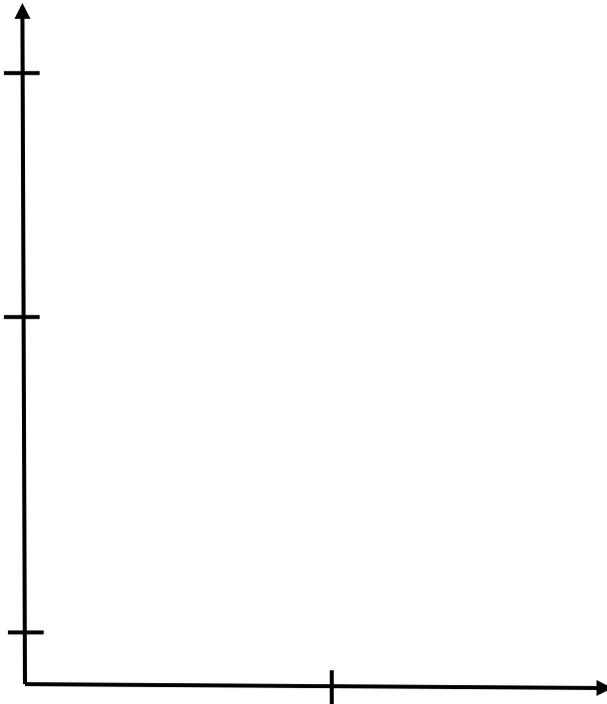
Lösung (3):

b) benötigte Kennzahlen berechnen/erfassen:

	Umsatz	eigener Markt-anteil	Marktanteil des größten Konkurrenten	relativer Markt-anteil
Wasser				
Cola				
Limonade				
Bier				
Soft				

Lösung (4):

c) Portfolio der „Durstig GmbH“:



Marketing

Übungsaufgaben Kapitel 5

Distributionspolitik

Aufgabe 1 – direkter vs. indirekter Absatzweg:

Erläutern Sie die wichtigsten **Unterschiede** zwischen dem **direkten** und **indirekten Absatz!**

Lösung (1):

Unterscheidungsmerkmal	direkter Absatz	indirekter Absatz
Wesen		
Kosten		
Gewinnspanne		

Lösung (2):

Unterscheidungsmerkmal	direkter Absatz	indirekter Absatz
Informationsgewinnung über Konsumentenverhalten		
Distributionsgrad		

Aufgabe 2 – Anwendungsaufgabe Reisender vs. Handelsvertreter:

Ein Unternehmen diskutiert über den Einsatz eines Absatzmittlers. Die Entscheidung beschränkt sich auf die Wahl eines Handelsvertreters oder eines Reisenden.

Für den Reisenden müsste das Unternehmen monatlich 20.000 € Fixum und eine Umsatzprovision von 4% zahlen.

Der Handelsvertreter bekäme eine Umsatzprovision von 9%.

Der erwartete Monatsumsatz beläuft sich auf 500.000 €.

- a) Berechnen Sie, ob der Reisende oder der Handelsvertreter für das Unternehmen kostengünstiger ist!
- b) Ermitteln Sie den kritischen Umsatz (rechnerisch und zeichnerisch)!

Lösung (1):

Teilaufgabe a:

-> Entscheidung:

Teilaufgabe b:

Lösung (2):

Teilaufgabe b: (fortgeführt)

Marketing

Übungsaufgaben Kapitel 6

Konditionenpolitik

Aufgabe 1 – Anwendungsaufgabe „Preis-Absatz-Funktionen“ (Monopol):

Für einen Monopolisten ist die Preis-Absatz-Funktion $P=5-0,25x$ und die Gesamtkostenfunktion $K=2+0,5x$ bekannt.

- a) Skizzieren Sie die Preis-Absatz- und die Erlösfunktion!
- b) Bestimmen Sie rechnerisch die gewinnmaximale und erlösmaximale Absatzmenge!
- c) Bestimmen Sie die gewinnmaximale Preismengenkombination (Cournot'scher Punkt)

Lösung (1):

Teilaufgabe a:

- Erlösfunktion:
- mögliche Berechnung mittels Wertetabelle:

Menge x	Preis ($p(x)$)	Erlös/Umsatz $U(x)$
0		
5		
10		
15		
18		

Lösung (2):

Teilaufgabe a (fortgeführt):

Lösung (3):

Teilaufgabe b:

- erlösmaximale Absatzmenge:

-> Ableitung bilden, um maximale Menge zu ermitteln

-> zweite Ableitung auf <0 überprüfen

Lösung (4):

Teilaufgabe b (fortgesetzt):

- gewinnmaximale Absatzmenge:

-> Ableitung bilden, um maximale Menge zu ermitteln

-> zweite Ableitung auf <0 überprüfen

Lösung (5):

Teilaufgabe c:

- gewinnmaximale Preismengenkombination (Cournot'scher Punkt):