

## Klausur zum Hauptdiplom

### Marketing 2 (WI) im WS 2006/07 (D721-17721 bzw. 220 020)

Name:

Vorname:

Matr.-Nr.:

Vom Prüfer auszufüllen

Aufgabe	Erster Teil	1	2	3	4	5	6	7	$\Sigma$
Max. Punkte	60	9	14	9	8	12	3	5	120
Erreichte Punkte									

Die Klausur besteht aus zwei Teilen. Im ersten Teil stehen Ihnen drei Fragen zur Auswahl, von denen genau eine zu bearbeiten ist. Im zweiten Teil sind alle Fragen zu bearbeiten.

Erlaubte Hilfsmittel: Keine.

Dauer der Klausur: 120 Minuten

Bitte nutzen Sie ausschließlich das Ihnen ausgehändigte Papier – auch für die Erstellung des Konzeptes. Lassen Sie rechts einen Korrekturrand von fünf Zentimetern. Beschriften Sie jeweils die erste Seite eines Bogens mit Namen, Vornamen und Matrikel-Nummer.

Es sind sämtliche Papiere (auch das Konzeptpapier) und die Aufgabenblätter abzugeben!

Bitte prüfen Sie vor der Bearbeitung der Aufgaben zunächst die Vollständigkeit der Aufgabenblätter (Anzahl: vier Seiten).

**Viel Erfolg!**

## Erster Teil (60 Punkte)

Bitte bearbeiten Sie genau eine Themenstellung.

Beachten Sie bei der Bearbeitung des ersten Teils, dass die *Diskussion* einer Aussage **mehr** als nur ein einziges dafür bzw. dagegen sprechendes Argument erfordert. Beachten Sie darüber hinaus, dass die *Bewertung* einer Aussage **mehr** als nur zwei Begründungen erfordert, die für das von Ihnen getroffene Urteil sprechen.

### Thema 1:

Diskutieren Sie die folgende Aussage: „Die Umwandlung von fixen Kosten in variable Kosten ist vorteilhaft für ein Unternehmen.“

#### Hinweise zur Bearbeitung von Thema 1:

- Gehen Sie davon aus, dass auch nach einer Umwandlung der fixen Kosten in variable Kosten die identischen Kosten in Bezug auf die erwartete Situation bestehen.
- Erläutern Sie das Modell durch die Beschreibung möglicher Umsetzungsformen in Bezug auf vier unternehmerische Funktionsbereiche.

### Thema 2:

Diskutieren Sie die folgende Empfehlung zur absatzmarktgerichteten Positionierung eines Unternehmens: „Eine Firma hat eine Marke. Zwei Marken sind zwei Firmen.“  
(aus: Domizlaff, Hans: *Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens*, 1982, S. 134)

#### Hinweise zur Bearbeitung von Thema 2:

- Interpretieren Sie die Wortfolge „eine Marke“ so, dass damit ein „Markenartikel“ gemäß der in der Betriebswirtschaftslehre üblichen Definition gemeint ist.
- Interpretieren Sie die Wortfolge „zwei Marken“ so, dass mit der „ersten“ Marke ein „Markenartikel“ gemäß der in der Betriebswirtschaftslehre üblichen Definition gemeint ist und dass mit der „zweiten“ Marke eine „Zweitmarke“ gemäß der in der Betriebswirtschaftslehre üblichen Definition gemeint ist.

### Thema 3:

Diskutieren Sie die folgende Aussage: „Für ein Unternehmen empfiehlt es sich, Maßnahmen zum Marktaustritt dann zu ergreifen, wenn ein negatives Wachstum des mengenmäßigen Marktvolumens in Verbindung mit einem relativen mengenmäßigen Marktanteil von kleiner als eins zu erwarten ist.“

#### Hinweis zur Bearbeitung von Thema 3:

- Gehen Sie bei der Bearbeitung des Themas davon aus, dass die prognostizierte Situation auch tatsächlich eintreten wird.

## Zweiter Teil (60 Punkte)

### Aufgabe 1:

In einer Pressemitteilung der Radeberger Gruppe GmbH vom 3. August 2004 wird der Vorstandsvorsitzende des mit den Marken Radeberger Pilsner, Schöfferhofer Weizen, Ur-Krostitzer, Binding, Berliner Kindl u. a. in Deutschland zu den Top Ten gehörigen Brauerei-Konzerns wie folgt zitiert:

*„(...) Deutschlands Brauer hingegen, so Kallmeyer, hätten mit der Demographie, der Konjunktur und am Ende zu allem Überfluss auch noch mit Herrn Trittin und seinem unsäglichen Dosenpfand zu kämpfen. Vor zwei Jahren hätten die Ausgaben für Wein die für Bier erstmals übertroffen, so Kallmeyer im Rückblick, und im letzten Jahr sei der Pro-Kopf-Verbrauch von Mineralwasser an Bier vorbei gezogen. ‚Wenn aber weniger Bier getrunken wird, geht die Beschäftigung der Brauereien zurück. Wir sind keine Wachstumsbranche mehr. Wir müssen das Schrumpfen des Marktes begleiten und straff organisieren‘, forderte er. (...)“*

Quelle: [http://www.radeberger-gruppe.de/cms/startordner/presse/104\\_a4956.html](http://www.radeberger-gruppe.de/cms/startordner/presse/104_a4956.html)

1. Interpretieren Sie die Aussage des Vorstandsvorsitzenden Kallmeyer im Hinblick auf die folgende Frage: Wie definiert der Vorstandsvorsitzende den Markt, in dem sich ein Unternehmen befindet, das Bier herstellt? (2 Punkte)
2. Definieren Sie den Markt, in dem sich ein Unternehmen befindet, das Bier herstellt, so, dass damit der Schauplatz des unmittelbaren Wettbewerbs gemeint ist. Begründen Sie detailliert Ihre Definition! (7 Punkte)

### Aufgabe 2:

- a) Charakterisieren Sie die wesentlichen Merkmale strategischer und taktischer Marketing-Entscheidungen. (8 Punkte)
- b) Warum kann man die Gestaltung des Unternehmensimage als zugehörig zur Ebene des strategischen Marketings ansehen? Was wird unter „Unternehmensimage“ verstanden? (6 Punkte)

### Aufgabe 3:

Nennen und beschreiben Sie insgesamt drei mögliche, auf den Absatzmarkt bezogene handlungsleitende (verhaltensbezogene) unternehmerische Ziele, wenn sich ein Unternehmen dazu entscheidet, eine anpassungsorientierte Wettbewerbsposition zu verfolgen. (9 Punkte)

### Aufgabe 4:

Beschreiben Sie die vier Zielperspektiven, die bei der Einführung einer Balanced Scorecard zu operationalisieren sind. (8 Punkte)

**Aufgabe 5:**

Nennen und beschreiben Sie drei Formen der Internationalisierung, welche für das Unternehmen, das die Internationalisierung der Geschäftstätigkeit anstrebt, mit einer niedrigen Ressourcenbeanspruchung (einem niedrigen Kapitaleinsatz) verbunden sind. (12 Punkte)

**Aufgabe 6:**

Was versteht man unter „market expansion pricing“? (3 Punkte)

**Aufgabe 7:**

Bei einer Befragung von Absolventen hat sich ergeben, dass Absolventen mit einem Notendurchschnitt des Abschlusszeugnisses von eins bis eins minus durchschnittlich eine Wartezeit von 1,6 Monaten nach der Abgabe der Diplomarbeit hinnehmen mussten, bis sie ihre erste feste Stelle antreten konnten, und Absolventen mit einem Notendurchschnitt von zwei plus bis zwei minus durchschnittlich eine Wartezeit von 2 Monaten.

Interpretieren Sie auf der Basis der vorliegenden Informationen den in der Befragung festgestellten Zusammenhang von Notendurchschnitt und Wartezeit in Bezug auf die Verursachung der Wartezeit. (5 Punkte)

**Hinweise zur Bearbeitung von Aufgabe 7:**

- Gehen Sie bei der Beantwortung der Frage davon aus, dass es sich bei den unterschiedlichen Wartezeiten um einen überzufälligen (statistisch signifikanten) Unterschied handelt.
- Gehen Sie auch davon aus, dass die Art und Weise der Datenerhebung zu einem gültigen (validen) und genauen (reliablen) Ergebnis geführt haben.

**Ende der Klausur**