

# 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):**

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

# 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):

- - 
  - 
  - 
  - >
  
- - 
  - 
  - >