

# 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
<b>Wasser</b>	16%	30%	19%	13%	22%	434 Mio. €	8%
<b>Cola</b>	44%	12%	29%	11%	4%	167 Mio. €	2%
<b>Limonade</b>	40%	9%	14%	21%	16%	190 Mio. €	13%
<b>Bier</b>	25%	17%	19%	9%	16%	165 Mio. €	4%
<b>Saft</b>	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 eine 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):

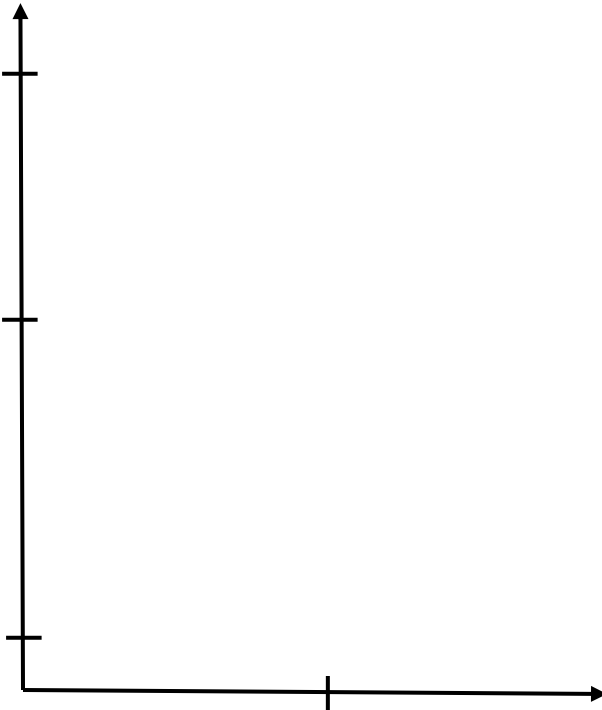
**Lösung (3):**

b) benötigte Kennzahlen berechnen/erfassen:

	<b>Umsatz</b>	<b>eigener Markt-anteil</b>	<b>Marktanteil des größten Konkurrenten</b>	<b>relativer Markt-anteil</b>
<b>Wasser</b>				
<b>Cola</b>				
<b>Limonade</b>				
<b>Bier</b>				
<b>Soft</b>				

**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):**

<b>Unterscheidungsmerkmal</b>	<b>direkter Absatz</b>	<b>indirekter Absatz</b>
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):