



KLAUSUR: KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT SS96

PRÜFER: PROF. DR. B. ERICHSON

Als Hilfsmittel sind zugelassen: elektronische Hilfsmittel lt. Aushang des Prüfungsausschusses

Die folgenden Aufgaben sind alle zu bearbeiten:

Zu jeder Aufgabe ist die maximal erreichbare Punktzahl angegeben. Insgesamt können 60 Punkte erlangt werden (1 Punkt \cong 1 Minute).

Aufgabe 1 (max. 8 Punkte):

Erläutern Sie die aktuellen Rahmenbedingungen der Werbung und deren Konsequenzen für die Werbewirksamkeit!

Gehen Sie dabei auch auf die Gründe ein, die dazu geführt haben, daß die Bildkommunikation zunehmende Verwendung gefunden hat!

Aufgabe 2 (max. 10 Punkte):

Ein Problem gesättigter Märkte bildet die zunehmende technische Homogenität der Produkte. Erläutern Sie Möglichkeiten der Produktdifferenzierung mittels kommunikativer Positionierung am Beispiel des Margarinemarktes!

Aufgabe 3 (max. 10 Punkte):

Nennen und erläutern Sie die strategischen Ziele der Werbegestaltung!

Aufgabe 4 (max. 10 Punkte):

- Welche Aufgabenstellung hat der Werbemitteltest? Grenzen Sie ihn gegenüber der Werbeerfolgskontrolle ab!
- Nennen und skizzieren Sie unterschiedliche Verfahren zur Messung der Erinnerungswirkung!
- Welche theoretische Basis liefern die Stufenmodelle der Werbewirkung für die im Werbemitteltest betrachteten außerökonomischen Zielgrößen?

Aufgabe 5 (max. 8 Punkte):

Welche Bedeutung besitzt "Aktivierung" für die Wirksamkeit von Werbung und mit welchen Mitteln läßt sich "Aktivierung" erzeugen?

Was bedeutet in diesem Zusammenhang der "Vampir-Effekt" und wie läßt er sich kontrollieren?

**Aufgabe 6 (max. 12 Punkte):**

Zur Abbildung der Werbewirkung wird folgende Marktreaktionsfunktion zugrunde gelegt:

$$x_t = a + b W_t + b c W_{t-1} + b c^2 W_{t-2} + \dots + b c^k W_{t-k}$$

mit

x_t	=	Absatzmenge in Periode t
W_t	=	Werbeausgaben in Periode t
a	=	150
b	=	0,3
c	=	0,75
k	=	∞

- Interpretieren Sie dieses Modell!
- Welche Erhöhung der Absatzmenge x_t ergibt sich bei einer Erhöhung von W_t um 100 GE?
- Ermitteln Sie die langfristige Absatzwirkung einer Erhöhung von W_t um 100 GE (kumulierte Absatzsteigerung über alle zukünftigen Perioden k)! Um welchen Faktor übersteigt diese die kurzfristige Wirkung!
- Würden Sie die Erhöhung von W_t um 100 GE empfehlen, wenn der DB/Stück 0,8 GE beträgt? Begründen Sie Ihre Antwort!
- Ändert sich Ihre Entscheidung wenn Sie für die zukünftigen Gewinne einen Diskontsatz von 3% p.a. ansetzen? Begründen Sie Ihre Antwort!

Aufgabe 7 (max. 2 Punkte):

Welche Werbeagenturen kennen Sie (wenn auch nur dem Namen nach)?

Viel Erfolg!