



**KLAUSUR: KONZEPTE UND STRATEGIEN WS 2003/04**  
**PRÜFER: PROF. DR. ERICHSON (1415)**

Als Hilfsmittel sind zugelassen: Taschenrechner lt. Aushang des Prüfungsamtes

Die folgenden Aufgaben sind alle zu bearbeiten. (Die Sollbearbeitungszeit ist für jede Aufgabe angegeben.) Der Klausuraufgabenbogen umfaßt zwei Seiten.

**Aufgabe 1 Branchenstrukturanalyse (BSA)**

(10 Min.)

- Welche Ziele verfolgt das Konzept der Branchenstrukturanalyse von M. Porter?
- Welche fünf Antriebskräfte beschreibt Porter?
- Erläutern Sie den Einfluß von fixen Kosten und Economies of Scale in der BSA!

**Aufgabe 2 Preissetzung bei Preisbündelung**

(15 Min.)

Der Veranstalter Marek Lieberberg hat die Musiker David Gahan und Anne Clark unter Vertrag. Im Rahmen ihrer Tourneen sind auch in Magdeburg Auftritte in der Bördelandhalle (Gahan) bzw. in der Johanneskirche (Clark) geplant. Vorab konnte Lieberberg ermitteln, daß im Großraum Magdeburg fünf relevante Nachfragergruppen existieren, die für die einzelnen Konzerte der beiden Künstler Zahlungsbereitschaften für die Karten (in €; inklusive Backstage-Paß) gemäß folgender Tabelle aufweisen: (die fünf Segmente umfassen dabei jeweils die in der Spalte "Konzertbesucher" eingetragenen Mengen an Nachfragern):

Segment	Konzertbesucher	Zahlungsbereitschaften (in €)		
		Karte D. Gahan	Karte A. Clark	Karte Bündel
1	200	60	10	70
2	200	20	50	70
3	200	50	40	90
4	200	40	30	70
5	200	40	20	60

Lieberberg steht nun vor der Entscheidung, welche Preise er zu setzen hat, wenn er seine Umsatzerlöse maximieren will.

- Ermitteln Sie jeweils die erlösmaximierenden Preise für die Konzerte von Gahan und Clark (bei Einzelpreisstellung)! Welcher Gesamterlös aus beiden Konzerten ergibt sich?
- Von seinem Sohn, der an der Otto-von-Guericke-Universität in Magdeburg studiert, erfährt Lieberberg, daß es unter bestimmten Bedingungen vorteilhaft ist, Preise zu bündeln. Welcher Bündelpreis ist in diesem Fall optimal? Welcher Gesamterlös ergibt sich nun?
- Erläutern Sie kurz, warum und unter welchen Bedingungen eine solche Preisbündelung vorteilhaft sein kann?

*Bitte wenden!*



**Aufgabe 3 Kundenzufriedenheit und Kundenbindung**

**(10 Min.)**

Nach dem KANO-Modell zur Kundenzufriedenheitsmessung wird zwischen verschiedenen Arten von Anforderungen, die ein Kunde an ein Produkt bzw. eine Dienstleistung stellt, unterschieden.

- a) Um welche Arten von Eigenschaften handelt es sich hierbei?
- b) Wie wirken diese Eigenschaftsarten auf die durch den Kunden empfundene Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit mit dem Produkt bzw. der Dienstleistung?
- c) Inwieweit spielen dynamische Effekte in der Wahrnehmung von Eigenschaften durch den Kunden in diesem Modell eine Rolle?
- d) Welcher Zusammenhang besteht zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität?

**Aufgabe 4 Strategische Marketingplanung**

**(8 Min.)**

- a) Im Rahmen der Situationsanalyse wird häufig auf eine sogenannte SWOT-Analyse zurückgegriffen. Was verstehen sie hierunter und welche Elemente beinhaltet sie?
- b) Was versteht Porter unter „Cost Drivers“? Nennen Sie drei Beispiele! Welche Rolle spielen sie im Rahmen einer Situationsanalyse?

**Aufgabe 5 Preispolitik und Preisforschung**

**(10 Min.)**

- a) Welches sind die drei Säulen der Informationsgewinnung für die Preispolitik?
- b) Welche zentralen Erkenntnisse lassen sich aus dem COURNOT-Modell ziehen? Ist dieses ursprünglich für den Monopolfall entwickelte Modell auch auf polypolistischen Wettbewerbsmärkten anwendbar? Begründen Sie ihre Antwort!
- c) Wie gestaltet sich der Ablauf einer Kaufsimulation nach dem Brand-Price-Trade-Off Modell? Worin liegt die Schwäche eines derartigen systematischen Designs?

**Aufgabe 6 Portfolio-Analyse**

**(7 Min.)**

- a) Welche Zielsetzungen werden im Rahmen der strategischen Unternehmensplanung mit der Portfolio-Analyse verfolgt?
- b) Erläutern Sie den Ansatz der BCG! Auf welchen theoretischen Konzepten basiert er?
- c) Kann der relative Marktanteil im Ansatz der BCG Werte größer als 1 annehmen? Begründen Sie ihre Antwort!

VIEL ERFOLG!!!