

**Aufgabe 1: Zur Strategie (20 Punkte)**

a) Was versteht man unter „klassischer Marktsegmentierung“? Nennen Sie beispielhaft 5 klassische Segmentierungskriterien! (10 Punkte)

Erläuterung:

Beispiele Kriterien:

b) Nennen Sie drei Vorteile und den zentralen Nachteil der klassischen Marktsegmentierung! (10 Punkte)

**Vorteile:**

1. ....

2. ....

3. ....

**Nachteil:**

4. ....

## **Aufgabe 2: Zur Marktforschung (22 Punkte)**

a) Was versteht man unter einer CATI-Befragung? Worin besteht der zentrale Vorteil der Methode? (8 Punkte)

b) Beschreiben Sie die Repräsentativitätsproblematik bei Internetbefragungen! (5 Punkte)

## **Aufgabe 2: Zur Marktforschung (22 Punkte) - Fortsetzung**

c) Zur Panelbefragung (9 Punkte)

1. Welche Daten können nur aus dem Handelspanel ermittelt werden? (Nennen Sie 3 Beispiele!)

2. Nennen Sie drei Probleme (mit kurzer Erläuterung) des Verbraucherpanels!

### **Aufgabe 3: Zur Produktpolitik (20 Punkte)**

a) Ein Konsumgüterhersteller hat eine Marktstudie bei einer Beratungsgesellschaft in Auftrag gegeben. Im Ergebnis wird mitgeteilt, dass sich eines der angebotenen Markenprodukte in der **Reifephase** des Lebenszyklus befindet. Welche Angaben lassen sich in Bezug auf Wettbewerber, Kunden und die Kommunikationssituation dieser spezifischen Marktsituation machen?

**Wettbewerber (6 Punkte):**

**Kunden (6 Punkte):**

**Kommunikationssituation (8 Punkte):**

#### **Aufgabe 4: Zur Preispolitik (16 Punkte)**

a) Was versteht man unter einer „erfahrungskurvenabhängigen Preisbildung“? Mit welcher Zielsetzung ist sie verbunden? (10 Punkte)

b) Erläutern Sie kurz drei marketingpolitische Maßnahmen, die eine Prämienpreispolitik unterstützen! (6 Punkte)

1. ....

2. ....

3. ....

**Aufgabe 5: Zur Kommunikationspolitik (22 Punkte)**

Erläutern Sie kurz 3 Stichworte zur „Krise der Klassischen Kommunikation“! (6 Punkte)

1. ....

2. ....

3. ....

b) Grenzen Sie Werbung und PR (Öffentlichkeitsarbeit) voneinander ab, indem Sie insbesondere auf die unterschiedlichen Ziele und Zielgruppen eingehen! (10 Punkte)

## **Aufgabe 5: Zur Kommunikationspolitik - Fortsetzung**

c) Zur Werbewirkungsforschung (6 Punkte)

Nennen Sie Ziele und Maßnahmen von Werbepretests!