

Aufgabe 1: Marktforschung (22 Punkte)

Ein Unternehmen der Verlagsbranche plant, einen neuen Zeitschriftentitel für eine junge Zielgruppe (Schüler, Studierende, Auszubildende) zu entwickeln. Zur Unterstützung der inhaltlichen Konzeption soll zunächst eine Analyse der Medienverhaltens dieser Zielgruppe durchgeführt werden. Zudem soll ermittelt werden, welche inhaltlichen Schwerpunkte in einer neuen Zeitschrift von der Zielgruppe gewünscht werden.

Welche Befragungsmethode(n) (freies, strukturiertes und/oder standardisiertes Interview) sollte(n) Ihrer Meinung nach eingesetzt werden? Begründen Sie Ihren Vorschlag!

Aufgabe 2: Produktpolitik (18 Punkte)

Erläutern Sie die „Testphase“ im Rahmen der Neuproduktentwicklung: Welche drei Testebenen können unterschieden werden, was wird jeweils getestet und mit welcher Zielsetzung?

1. Testebene:

2. Testebene:

3. Testebene:

Aufgabe 3: Preispolitik (25 Punkte)

Was versteht man unter dem „magischen Dreieck“ der Preispolitik? Erläutern Sie im Zuge dessen die drei Preisbildungsprinzipien!

Aufgabe 4: Kommunikationspolitik (35 Punkte)

a) Was bedeutet die Aussage: „Medienverhalten sei Low-Involvement-Verhalten“?
(6 Punkte)

b) Nennen Sie fünf Kriterien zur Werbeträgerauswahl! (5 Punkte)

c) Nennen Sie zwei Sponsoring-Ziele! (4 Punkte)

Aufgabe 4: Kommunikationspolitik (35 Punkte) (Fortsetzung)

- d) Welche Messmethoden zur Erfassung der Werbeerinnerung stehen zur Verfügung?
(8 Punkte)
- e) Der Aussendienst ist eine wichtige Zielgruppe von Verkaufsförderung. Nennen Sie drei Ziele und drei Maßnahmen im Rahmen von Verkaufsförderungsaktionen für den Aussendienst! (12 Punkte)