

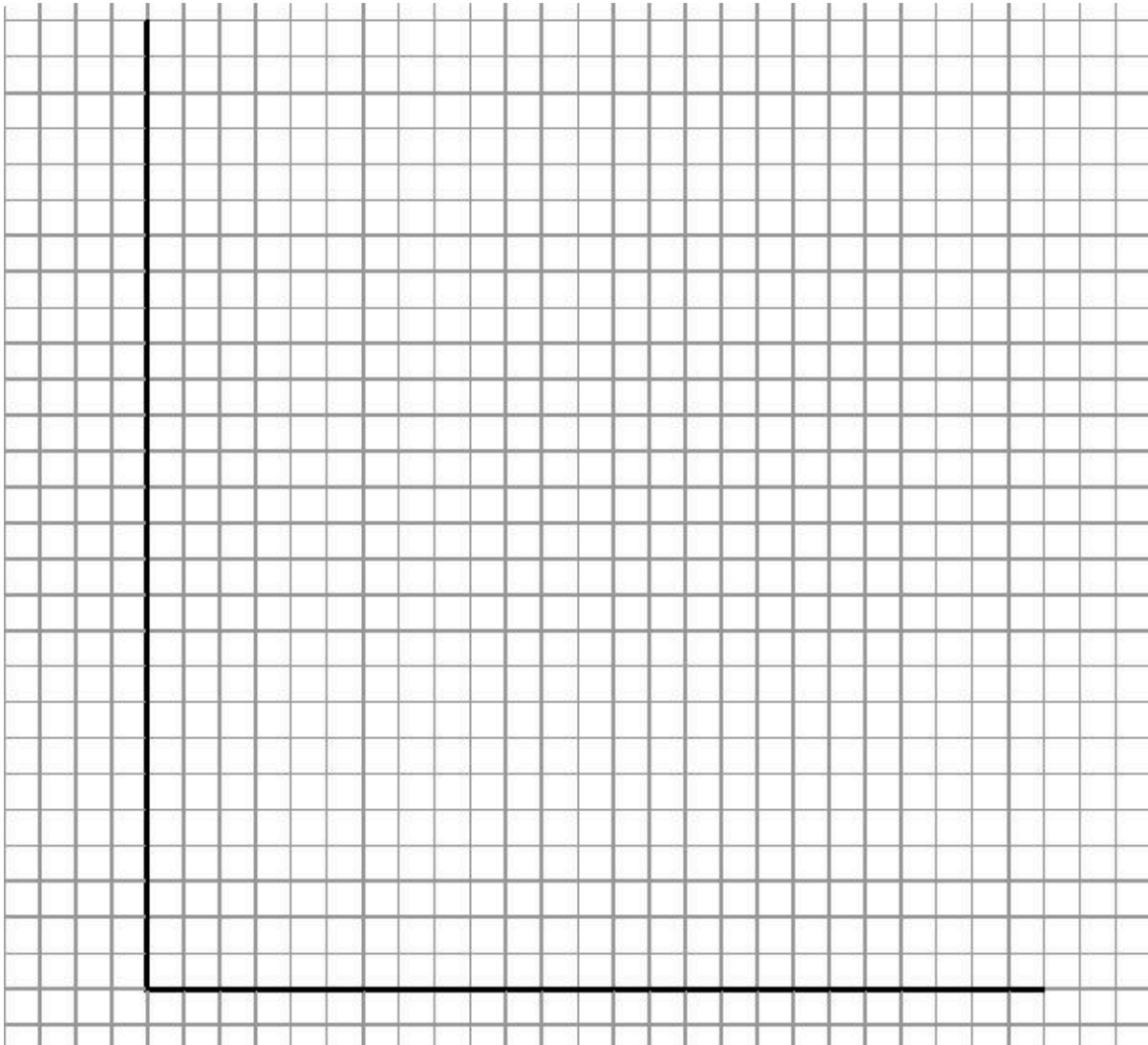


- ③ Der Vertrieb der neuen Produkte soll durch Absatzhelfer unterstützt werden. Ihnen liegen dazu folgende Daten vor:

Handlungsreisender: 2.500 € monatliches Fixum und 1% Umsatzprovision (Nebenkosten sind bereits berücksichtigt)

Handelsvertreter: 2% Umsatzprovision

- Skizzieren Sie den Kostenverlauf für beide Absatzhelfer in nachstehendes Koordinatensystem. Beschriften Sie die Achsen und Graphen entsprechend.
- Begründen Sie rechnerisch für welchen Absatzhelfer sich Ihr Ausbildungsbetrieb entscheiden sollte. Gehen Sie davon aus, dass die in der Situation genannten Absatzmengen erreicht werden.
- Erläutern Sie jeweils 3 Vorteile der beiden Absatzhelfer.





- ⑥ Erläutern Sie kurz den Unterschied zwischen den Distributionswegen direkter und indirekter Vertrieb!

---

---

---

- ⑦ Kundenbindung und Kundenpflege werden für den Unternehmenserfolg zunehmend wichtiger. Welche Maßnahmen kann Ihr Ausbildungsbetrieb bei der Auftragsnachbearbeitung (After Sales) und beim Service ergreifen, um dies für sich zu nutzen? Erläutern Sie 3 Maßnahmen kurz.

---

---

---

---

---

---

- ⑧ Die Geschäftsleitung Ihres Ausbildungsbetriebes plant Anpassungen im Bereich der Produktpolitik. Dazu soll die Produktpalette verändert werden. Ordnen Sie die folgenden Begriffe den nachstehenden Definitionen richtig zu!

- 1 Produktvariation
- 2 Produktdiversifikation
- 3 Produktdifferenzierung
- 4 Produktelimination

**Definitionen:** (1-4)

- Einzelne Produkte oder -gruppen werden aus dem Produktprogramm entfernt
- Neue Produkte innerhalb bestehender Produktgruppen werden aufgenommen
- Veränderung bestehender Produkte wird vorgenommen
- Das Produktprogramm wird um eine neue Produktgruppe erweitert

Situation zu Aufgabe 9 bis 11: Neben der Produktpolitik sind auch Anpassungen bei der Preispolitik vorgesehen. Auf der Grundlage eigener Marktforschungen, wollen Sie feststellen, wie Ihre Kunden auf Preisänderungen für das Produkt C reagieren. Unternehmensinterne Daten für Produkt C: aktueller Preis: 180,00 € pro Stück / fixe Kosten: 100.000,00 € pro Jahr / variable Kosten: 150,00 € pro Stück

- ⑨ Vervollständigen Sie nachstehende Tabelle, um die Informationen Ihrer Marktforschung darzustellen:

Preis € je Stk	absatzbare Menge Stück	Umsatz	variable Geasmtkosten $K_{var}$	Fixe Gesamtkosten $K_{Fix}$	Kosten gesamt $K_{ges}$	Gewinn/Verlust
280,00	1.000					
260,00	1.500					
240,00	2.000					
220,00	2.500					
200,00	3.000					
180,00	3.500					
160,00	4.000					
140,00	4.500					

Reaktion der Kunden auf Preisänderungen für Produkt C

- ⑩ Zu welchem Preis sollte auf Grundlage der Tabelle Produkt C jeweils verkauft werden, wenn folgende Zielsetzung gegeben ist:

- a) Gewinnmaximierung
- b) Umsatzmaximierung
- c) maximaler Absatz bei Kostendeckung

11) Ihr Kollege macht verschiedene Vorschläge zur Preisdifferenzierung. Ordnen Sie die nachstehenden Beispiele jeweils der richtigen Möglichkeit zur Preisdifferenzierung zu:

- 1 räumliche Preisdifferenzierung
- 2 zeitliche Preisdifferenzierung
- 3 Preisdifferenzierung nach Kundengruppen
- 4 Preisdifferenzierung nach Abnahmemenge

**Beispiele:** (1-4)

- günstigere Preis in den neuen Bundesländern Deutschlands
- Mengenrabattsystem
- Einführung von Saisonpreisen
- Sonderpreise für Endverbraucher und Kleinunternehmer

12) Sie sind mit der Erarbeitung einer neuen Werbekonzeption im Rahmen der Kommunikationspolitik beauftragt. Geben Sie 3 Werbegrundsätze an, die dabei zu berücksichtigen sind.

---



---



---

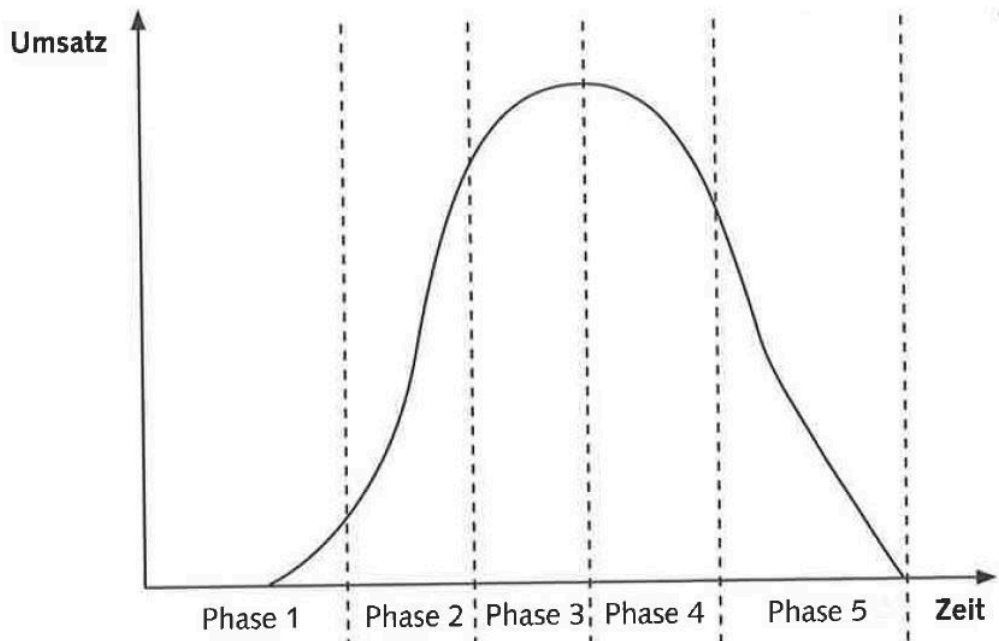
13) Ihr Ausbildungsbetrieb möchte in zwei Zeitschriften eine Anzeige platzieren. Entscheiden Sie auf Basis der Tausenderkontaktpreise, in welchen Zeitschriften die Anzeige erscheinen soll. Ihnen liegen folgende Daten vor:

	Neues Wohnen	Der Umbau	Wohnideen	tv-Programm	TV-Alles
Leser pro Ausgabe	700.000	280.000	350.000	1.000.000	850.000
Kosten für Anzeige	24.000 €	9.500 €	12.500 €	30.000	29.000 €




15) Sie sind in Ihrem Ausbildungsbetrieb in der Abteilung für Absatzcontrolling eingesetzt und analysieren die Umsatzentwicklung einer Produktgruppe.

- a) Benennen Sie die Phasen 1 - 5 des unten dargestellten Produktlebenszyklus.
- b) Beschreiben Sie eine sinnvolle absatzpolitische Maßnahme, die in Phase 4 des Produktlebenszyklus durchgeführt werden kann.
- c) Der Erfolg absatzpolitischer Maßnahmen soll durch einen Soll-Ist-Vergleich gemessen und kontrolliert werden. Schlagen Sie 4 geeignete Messgrößen vor.




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---