

KLAUSUR: MARKETING-KONZEPTE UND STRATEGIEN SS 2006
PRÜFER: PROF. DR. B. ERICHSON (VERANSTALTUNGS-NR.: 2179)

Es sind keine Hilfsmittel zugelassen!

Die folgenden Aufgaben sind alle zu bearbeiten! Die Sollbearbeitungszeit ist für jede Aufgabe angegeben:
1 Minute = 1 Punkt. **Das Aufgabenblatt umfaßt 1 Seite!**

Aufgabe 1: Luxusmarken-Strategie (6 Min.)

"Man versehe mich mit Luxus. Auf alles Notwendige kann ich verzichten!" (Oscar Wilde)

Geben Sie bitte 4 Charakteristika einer Luxusmarken-Strategie an und gehen Sie dabei auf den Veblen-Effekt ein!

Aufgabe 2: Wettbewerbsstrategien (15 Min.)

Den Kern einer Wettbewerbsstrategie bildet die Erzielung von Wettbewerbsvorteilen.

- Nennen Sie Merkmale eines Wettbewerbsvorteils!
- Geben Sie bitte relevante Dimensionen zur Erzielung eines Leistungsvorteils an!
- Welche Möglichkeiten zum Auffinden von Wettbewerbsvorteilen gibt es?
- Welche zwei grundlegenden Entscheidungen muß nach PORTER ein Unternehmen bei Festlegung seiner Wettbewerbsstrategie treffen? Welche Basis-Strategien lassen sich daraus ableiten?
- Was meinen GILBERT/STREBEL mit "Outpacing-Strategie"?

Aufgabe 3: Unternehmensstrategie (14 Min.)

Ein Verfahren zur Unterstützung der Investitionssteuerung in diversifizierten Unternehmen mit vielen strategischen Geschäftsfeldern ist die Portfolioanalyse.

- Definieren Sie den Begriff des strategischen Geschäftsfeldes! Nennen Sie Möglichkeiten zur Abgrenzung strategischer Geschäftsfelder!
- Erläutern Sie den Ansatz der Boston Consulting Group zur Portfolioanalyse! Auf welchen theoretischen Konzepten basiert dieser?
- Nennen Sie die "Normstrategien" der Portfolioanalyse und äußern Sie sich kritisch zu deren Anwendung!
- Welche Erweiterungen des BCG-Ansatzes haben BARKSDALE und HARRIS vorgenommen?

Aufgabe 4: Strategische Marketing-Planung (5 Min.)

Den Ausgangspunkt der strategischen Planung bildet die Situationsanalyse. Wie läßt sie sich strukturieren?

Aufgabe 5: Strategische Marketing-Planung (10 Min.)

Porter bezeichnet Economies of Scale, Economies of Scope und Erfahrungskurveneffekte als wichtige "Cost Drivers".

- Wie unterscheiden sich Economies of Scale und Erfahrungskurveneffekte?
- Welche Determinanten (Kräfte) in der Branchenstrukturanalyse werden durch Economies of Scale beeinflusst? Begründen Sie Ihre Ausführungen!
- Erläutern Sie Economies of Scope!

Frage 6: Erfolgsfaktorenforschung (10 Min.)

In der Erfolgsfaktorenforschung (EFF) ist dem Zusammenhang zwischen Marktanteil und Rentabilität große Aufmerksamkeit gewidmet wurden.

- Erläutern Sie diesbezüglich die Ergebnisse der PIMS-Forschung!
- Erläutern und diskutieren Sie kritisch das Konzept der U-Kurve von Porter!

Viel Erfolg!