

Klausur

Marketingstrategien & -kontrolle (20774)

Datum: 31.01.2013

Allgemeine Hinweise zur Klausur:

- Zur Beantwortung der Fragen nutzen Sie bitte ausschließlich das Ihnen zur Verfügung gestellte Papier.
- Die Heftung der Klausur darf nicht gelöst werden. Die Klausur besteht insgesamt aus 4 Seiten und 5 Aufgaben.
- Ein nicht programmierbarer Taschenrechner ist das einzige zugelassene Hilfsmittel.
- Sie müssen **alle 5 Aufgaben** vollständig beantworten, um die Gesamtpunktzahl von **60 Punkten** zu erreichen.
- Die Dauer der Prüfung beträgt 60 Minuten.
- Vor Beginn der Bearbeitung überprüfen Sie bitte, ob Ihre Klausur vollständig ist.

Viel Erfolg!

Nachname:	
Vorname:	
Matrikelnummer:	

Bitte füllen Sie den unteren Bereich nicht aus!

Aufgaben und erzielte Punkte

1.	(15)	4	(5)	
2.	(5)	5a.	(5)	
3.	(10)	5 b.	(18)	
		5 c.	(2)	
Summe	(30)	+	(30)	=
				(60)

Note:
Unterschrift:

Aufgabe 1 – Strategiekonzepte

15 Punkte

Beschreiben Sie das Konzept der Outpacing-Strategie nach Gilbert/Strebel und gehen Sie kurz auf die dem Konzept zugrunde liegenden generischen Strategieansätze ein.

Benennen Sie jeweils ein Beispiel für die strategischen Stoßrichtungen, die das Konzept der Outpacing-Strategie beschreibt, und beschreiben Sie außerdem den Zusammenhang zwischen Outpacing-Strategie und Mass Customization.

Aufgabe 2 – Strategische Leitfragen

5 Punkte

Benennen Sie kurz zwei der wesentlichen Herausforderungen, die REWE Online bei der Umsetzung ihres eFood- und eCommerce-Konzepts zu bewältigen hatte.

Aufgabe 3 – Ansätze zur Messung der Kundenzufriedenheit

10 Punkte

Erstellen Sie einen kurzen Fragebogen zur Messung der Servicequalität des Marketing-Lehrstuhls im Rahmen der Vorlesung Marketingstrategien und -kontrolle.

Orientieren Sie sich hierbei an den fünf Dimensionen des SERVQUAL-Fragebogens, indem Sie jeweils ein Statement für jede der fünf Dimensionen formulieren.

(Hinweis: Die Fragen zur erwarteten Leistung können Sie vernachlässigen.)

Benennen Sie für jedes Ihrer fünf Statements klar, zu welcher Dimension es gehört.

Aufgabe 4 – Kundenbindung

5 Punkte

Nennen Sie die 5 wesentlichen Instrumente der Kundenbindung.

Aufgabe 5 - Monetäre Ansätze der Kundenbewertung**25 Punkte**

Sie sind der Controllingleiter der Firma „Happy Cat“, die sich auf die Herstellung von Strickjacken mit Katzenmotiven spezialisiert hat. Sie operieren europaweit und haben überraschenderweise die Anfrage des amerikanischen Modehauses Gop bekommen, Ihre Strickjacken vorübergehend auch in seinen Stores zu vertreiben.

Die Firma Gop hatte in letzter Zeit mit Imageproblemen zu kämpfen und weist sinkende Umsatzzahlen auf. Sie sind sich also nicht sicher, ob Sie den Auftrag auch annehmen sollen. Folgende Informationen stehen Ihnen hierfür zur Verfügung:

Die Vertragsdauer beträgt 5 Jahre und beginnt im Jahr 2013.

Im Jahr 2012 erhalten Sie für Ihre Designaufwendungen einmalig 300.000 €. Ab 2013 gehen realistische Schätzungen von regelmäßigen Einnahmen in Höhe von 800.000 € jährlich aus.

Im Jahr 2012 müssen Sie viele logistische Probleme lösen. Hierfür gehen Sie von einem einmaligen Mehraufwand von 750.00 € aus.

Ab dem Jahr 2014 statten Sie die berühmte amerikanische Schauspielerin Kerstin Stubart aus. Frau Stubart ist von Ihrer Kollektion so begeistert, dass Sie sie als Testimonial für Ihre Firma gewinnen konnten. Sie zahlen Ihr dafür ab 2014 3 Jahre lang jährlich 200.000 €. Aus dieser Geschäftsbeziehung rechnen Sie ab 2014 mit sicheren Mehreinnahmen in Höhe von jährlich 500.000 €.

Ihre fixen Produktionskosten betragen ab 2013 1.200.000 €. Diese Kosten können Sie jährlich um 20% senken.

Die einmalige Erwähnung Ihrer Strickjackenkollektion durch die kritische Modejournalistin Hanna Linntur in der Zeitschrift Vage kostet sie im Jahr 2012 500.000 €.

Um den Vertrieb in den USA anzukurbeln, müssen Sie ab 2013 mit 50.000€ jährlichen Mehrausgaben für Marketingzwecke rechnen.

- a) Beschreiben Sie kurz den Customer Lifetime Value als Ansatz zur Kundenbewertung.
- b) Berechnen Sie mithilfe des Customer Lifetime Value die Rentabilität der Kundenbeziehung mit Gop! Gehen Sie hierbei von einem Kalkulationszinssatz von 10% aus. *(Hinweis: Ihre Assistentin hat Ihnen bereits ein wenig unter die Arme gegriffen. Auf Seite 5 finden Sie eine Übersicht, die Sie noch vervollständigen müssen.)*
- c) Treffen Sie Aussagen zur Rentabilität des Auftrags und leiten Sie hieraus Empfehlungen über die Annahme des Auftrages ab.

	t = 0	t = 1	t = 2	t = 3	t = 4	t = 5	Summe
Jahr							
Einnahmen regulär	300	800	800	800	800	800	4.300
Einnahmen außerordentlich							
Gesamtsumme Einnahmen							
	750						
Ausgaben Marketing		50	50	50	50	50	250
Gesamtsumme Ausgaben							
jährlicher Überschuss							
CLV							