



<b>KLAUSUR:</b>	<b>PREISMANAGEMENT</b>	<b>WS 07/08</b>
<b>PRÜFER:</b>	<b>PROF. DR. ERICHSON</b>	<b>PRÜF.-NR.: 2053</b>

Als Hilfsmittel sind zugelassen: Taschenrechner lt. Aushang des Prüfungsamtes  
Die folgenden Aufgaben sind alle zu bearbeiten. (Die Sollbearbeitungszeit ist für jede Aufgabe angegeben.) Der Klausuraufgabenbogen umfaßt zwei Seiten.

**Aufgabe 1 Grundlagen der Preispolitik (10 Min.)**

- Wie ist Preispolitik definiert?
- Die Preisdifferenzierung gilt als wichtiges Aktionsinstrument der Preispolitik. Welche Ziele werden hiermit verfolgt?
- A.C. Pigou unterscheidet drei Preisdifferenzierungsgrade. Nennen Sie kurz deren Merkmale!
- Die der Preisdifferenzierung zuzuordnenden Mengenrabatte stellen Preisabschläge dar, die nachfrageseitig Anreize zu höheren Absätzen setzen sollen. Beschreiben Sie kurz Ihnen bekannte Formen von Mengenrabatten!

**Aufgabe 2 Preisstrategien (8 Min.)**

- Wettbewerbsvorteile bilden die Basis für erfolgreiche Preisstrategien. Wie definiert M.E. Porter derartige strategische Wettbewerbsvorteile?
- Welche Preisstrategien sind im Rahmen der Preispositionierung von Leistungsangeboten durch die Ausgestaltung des Preis-Leistungs-Quotienten denkbar? Nennen Sie jeweils ein Beispiel und gehen Sie dabei auch auf die Frage ein, welche dieser Strategien langfristig sinnvoll sind!

**Aufgabe 3 Klassische Preistheorie (12 Min.)**

Die „Leckerschlärf-GmbH“ ist auf dem Magdeburger Weihnachtsmarkt einziger Anbieter eines mit hochprozentigem Rum angereicherten Schlehen-Glühweins, der in mittelalterlich gestalteten 5-Liter-Weinballons ausschließlich für den Heimgebrauch verkauft wird. Kommilitonen der studentischen Organisation für Marketing „STORM“ ermittelten im Auftrag des Unternehmens folgende Preisabsatzfunktion:  $x = 600 - 20p$  Die Kostenfunktion des Unternehmens lautet:  $K = 200 + 10x$

- Berechnen Sie Grenzerlös und Grenzkosten (nach dem Preis!) und ermitteln Sie aus diesen beiden Größen den gewinnoptimalen Preis  $p^*$ ! Welcher Gewinn wird im Optimum erzielt?
- Überprüfen Sie ihr Ergebnis für  $p^*$  mit Hilfe der Amoroso-Robinson-Relation (ARR)!
- Begründen Sie kurz, wie sich der gewinnoptimale Preis ändert, wenn:
  - die Sättigungsmenge sinkt,
  - die Fixkosten der Produktion durch Rationalisierung gesenkt werden können,
  - die Preiselastizität (betragsmäßig) zunimmt!
- Welche Konsequenz ergibt sich für den gewinnoptimalen Preis des bisher angebotenen Schlehen-Glühweins, wenn das Unternehmen plant, eine weitere erlesene Glühweinspezialität zusätzlich ins Sortiment aufzunehmen? Begründen Sie kurz ihre Antwort!

**Aufgabe 4 Internationale Preissetzung****(10 Min.)**

Unterstellen Sie, daß zwei räumlich getrennte, voneinander isolierte Länder A und B folgende Preisabsatzfunktionen für ein Produkt aufweisen:

$$A: x_A = 800 - 8 p_A$$

$$B: x_B = 200 - 2 p_B$$

Es entstehen keine Differenzierungskosten, der Produkthanbieter kann als Monopolist aufgefaßt werden und weist folgende Kostenfunktion auf:

$$K = 10000 + 20(x_A + x_B)$$

- Ermitteln Sie den maximalen Gewinn bei einer Einheitspreisstellung!
- Welcher Gewinn wird bei einer preislich differenzierten Behandlung der Länder A und B durch den Produkthanbieter erzielt?
- Interpretieren und begründen Sie das von Ihnen errechnete Ergebnis!

**Aufgabe 5 Verhaltensorientierte Preistheorie****(8 Min.)**

- Definieren Sie den Begriff Preiswahrnehmung!
- Die Referenzpreistheorie unterscheidet zwischen unterschiedlichen Arten von Ankerpreisen, anhand derer die Einordnung und Beurteilung aktueller Marktpreise durch Nachfrager erfolgt. Beschreiben Sie diese Arten kurz!
- Im Rahmen der Prospect-Theorie wird eine grundsätzlich s-förmig verlaufende Wertfunktion des Nachfragers unterstellt.
  - Erläutern Sie kurz, auf welchen Annahmen dieser spezifische Verlauf basiert!
  - Welcher Typ von Preis-Absatz-Funktionen wird hierdurch theoretisch gestützt?

**Aufgabe 6 Empirische Preisforschung****(12 Min.)**

- Wie sind Panels definiert? Worin sehen Sie die zentralen Schwächen der Schätzung von Preisabsatzfunktionen auf Basis von Daten aus der Panelforschung?
- Nennen Sie kurz einige Beispiele, wie sich maximale Zahlungsbereitschaften durch direkte Erhebung von Preisurteilen ermitteln lassen!
- Experimentelle Kaufsimulationen können im Rahmen der empirischen Preisforschung zu Ergebnisverzerrungen (Bias) führen, welche die Validität der Ergebnisse nachhaltig herabsetzen. Beschreiben Sie potentielle Arten eines solchen Bias!
- Welche Auktionsarten kennen Sie? Diskutieren Sie kurz, welche Auktionsform aus theoretischer Sicht zur Ermittlung maximaler Zahlungsbereitschaften besonders geeignet ist!

**VIEL ERFOLG!!!**