

.....
Name, Vorname, Matrikelnummer

Prof. Dr. Matthias Raith
Fakultät für Wirtschaftswissenschaft

Sommersemester 2013

Unternehmensgestaltung

Klausur (20007)

22. Juli 2013

Wichtige Hinweise: Bitte bearbeiten Sie alle der folgenden drei Aufgaben. Jede Aufgabe ist mit 20 Punkten gewichtet, die gleichzeitig der veranschlagten Bearbeitungszeit in Minuten entspricht. Zur Orientierung ist auch die Bewertung jeder Teilaufgabe mit einer Punktezahl angegeben. Es können insgesamt maximal 60 Punkte erreicht werden. Erstellen Sie die Lösungen direkt hinter den Aufgaben in den dafür vorgesehenen Platzhaltern. Beschriften Sie das Deckblatt der Klausur mit Namen, Vornamen und Matrikelnummer. Das Lösen der Bindung ist nicht gestattet!

Zugelassenes Hilfsmittel:

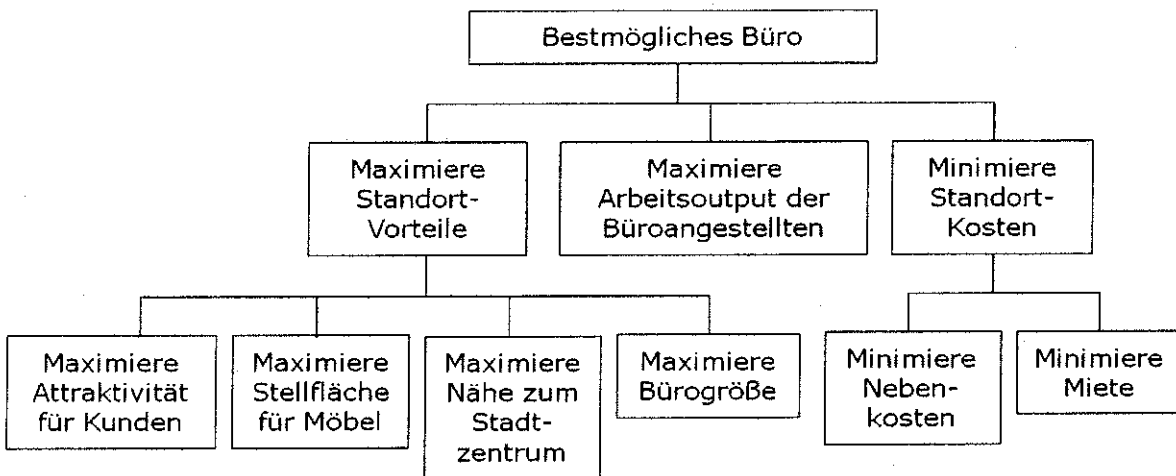
Nichtprogrammierbarer, nichttextfähiger Taschenrechner.

A1	A2	A3	Gesamt	Note

(Nur für den Prüfer)

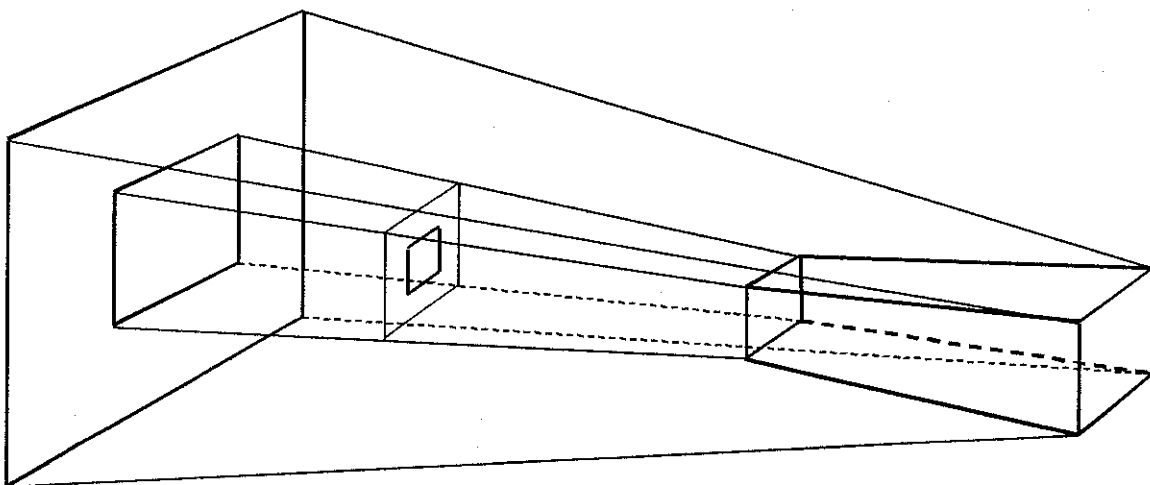
Aufgabe 1:**(20 Punkte)**

Der Finanzberater Rainer Echtherr-Feinzwirbel möchte seine Firma, die COMPETENCE Ltd., vergrößern und muss daher ein neues Büro in Magdeburg anmieten. In Vorbereitung auf die anstehende Entscheidung hat er bereits die folgende Fundamentalzielhierarchie entwickelt:



Zudem konnte Herr Echtherr-Feinzwirbel folgende Alternativen identifizieren: ein 4-Raum-Büro in der dritten Etage eines Hauses am Hasselbachplatz, ein kleines Büro im Außenbereich des Hundertwasserhauses und ein Atelier-ähnliches Großraumbüro in einer ehemaligen Fabrik in Buckau.

- a) Ralph Keeney (1992) verwendet die nachfolgende Graphik, um *wertorientiertes Denken* zu verdeutlichen. Beschriften Sie die einzelnen Komponenten aus Sicht von Rainer Echtherr-Feinzwirbel mit Hilfe von Pfeilen! Benutzen Sie dabei ausschließlich die folgenden Begriffe: Informationen über die Büro-Mieten; Maximierung der Lebensqualität; Egoismus; Maximierung der Parkplatz-Anzahl; Büro im Hundertwasserhaus; Bestmögliches Büro; Kauf einer Yacht; Spende des gesamten Eigentums an Bedürftige! **(8)**



- b) Laut Keeney (1992) muss eine Fundamentalzielhierarchie neun Eigenschaften erfüllen. Nennen Sie fünf dieser neun Eigenschaften und argumentieren Sie, ob diese in der oben abgebildeten Hierarchie erfüllt sind! (12)

Antwort:

Aufgabe 2:**(20 Punkte)**

Im Zuge der Mückenplage nach dem Hochwasser im Frühling 2013 erkennt der Magdeburger Biochemiker Jupp Reiz die Gelegenheit, sein selbst entwickeltes Anti-Mückenpräparat zu vermarkten. Prinzipiell kann er sich vier verschiedene Gesamtkonzepte vorstellen: Das Spray *don'tBITE* (wohriechend; Mücken landen zwar auf der Haut, stechen aber nicht), die Lotion *flyAWAY* (geruchslos; bei Kontakt fliegen Mücken sofort weg), die dicke Creme *flyNOMORE* (leichter Desinfektionsgeruch; bei Kontakt sterben Mücken sofort) und das Pulver *cleanAIR* (unangenehmer Geruch, alle Mücken im Umkreis von 10 Metern sterben sofort). Die potenziellen Konkurrenzprodukte clustert Jupp in *PREMIUM*-Präparate. Die nachstehende Tabelle zeigt die von Jupp ermittelten Kundennutzen-relevanten Strategiefaktoren mit den entsprechenden Performanzen der einzelnen Produktstrategien (100 = beste Ausprägung, 0 = schlechteste Ausprägung). Zudem enthält die Tabelle die Swing-Gewichte für die einzelnen Strategiefaktoren aus Sicht von Jupps Ziel-Kundengruppe:

	Swing-Gewichte	don'tBITE	flyAWAY	flyNOMORE	cleanAIR	PREMIUM
Wirksamkeit	100	0	40	80	100	0
Geruch	90	100	80	60	0	60
Anwendung	60	100	70	20	0	100
Menge	70	40	70	0	100	60
Haltbarkeit	50	50	40	0	100	30
Verpackung	30	80	60	30	0	100

Weiterhin konnte Jupp ermitteln, dass die Durchschnittskosten für *don'tBITE* bei 4,30 €, für *flyAWAY* bei 5,60 €, für *flyNOMORE* bei 2,90 €, und für *cleanAIR* bei 7,80 € liegen. Zudem sind am Markt die Premium-Präparate zu einem Preis von 7,50 € erwerbbar.

- a) Ermitteln Sie für die einzelnen Anti-Mücken-Präparate den Gesamtwert aus Kundensicht mit Hilfe der SMART-Methode! Welche Strategiealternativen werden dominiert? **(14)**

Antwort:

Antwort:

- b) Jupp hat recherchiert, dass seine Kundengruppe durch lineare Indifferenzkurven im Preis-Vorteils-Raum charakterisiert werden kann. Zudem weiß Jupp, dass die Kundengruppe indifferent wäre zwischen dem Premium- und dem flyNOMORE-Präparat, wenn flyNOMORE zu einem Preis, der den Durchschnittskosten entspricht, verkauft werden würde. Welche Strategie weist in diesem Fall die maximale Produzentenrente pro Einheit auf? Wie hoch ist diese Produzentenrente? **(6)**

Antwort:

Aufgabe 3:**(20 Punkte)**

Für jede der folgenden acht Multiple-Choice-Fragen können Sie zwischen verschiedenen Antworten auswählen, wovon aber nur eine korrekt ist. Bitte markieren Sie Ihre Antwort in dem dafür vorgesehenen Feld! Markierungen außerhalb des Feldes werden nicht bewertet. Wenn kein Feld oder mehr als ein Feld pro Frage markiert ist, wird die Antwort als falsch bewertet.

a) Russell Ackoff (1978) unterscheidet zwischen reaktivem Problemlösen und proaktiver Planung. Welcher der folgenden Vorgänge entspricht nach Ackoff tendenziell einer proaktiven Planung? **(2)**

- In einer Fernsehshow darf Lotte zwischen drei Toren wählen. Sie nimmt das rechte.
- Fred macht immer das, was seine Freundin möchte.
- Chantalle gründet ein Nagelstudio, weil sie vor Kurzem arbeitslos geworden ist.
- Auf einer Party geht Karl an die Bar und mixt sich selbst seinen Lieblings-Drink.
- Nick wählt den Beruf, den sich seine Eltern für ihn gewünscht haben.
- Lisa wählt ein Menü im Restaurant, das auf der Speisekarte gelistet ist.

b) Betrachten Sie die folgende Geschäftsmodell-Darstellung eines Cola-Produzenten nach Osterwalder und Pigneur. Markieren Sie das Feld, in dem ein Eintrag falsch zugeordnet wurde! **(4)**

Supermärkte bieten die Cola an	Herstellung der Cola, Marketing	Alkohlfreie Erfrischung und Durstlöscher	Rabatt bei Kauf großer Mengen	Kinder, Teenager
	Personal Maschinen		Vertrieb über das Internet	
Sehr hohe Personalkosten		0,50 € pro Flasche		

c) Um ein Patent zu beantragen, muss die technische Erfindung neu sein. Welche der folgenden Begriffe zählt nicht zu einer sogenannten neuheitsschädlichen Offenbarung? **(2)**

- Förderantrag beim Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
- Präsentation auf Kongress
- Wissenschaftlicher Artikel
- Präsentation im Internet
- Aushängen eines Posters
- Publikation der Dissertation

d) Wenn Sie im Rahmen Ihrer Potenzialanalyse einen tieferen Einblick in die Denk-, Empfindungs-, und Handlungsweise des potenziellen Kunden gewinnen wollen, dann empfiehlt sich die folgende Methode: **(2)**

- Kundenlaufstudie
- Einkaufsverhaltensbeobachtung
- Standardisierte Face-to-Face-Befragung
- Schriftliche Befragung
- Handhabungsbeobachtung
- Exploration

e) Wofür steht das von Daniel Kahneman geprägte Akronym WYSIATI? **(2)**

- What You See Is Another Thinkable Innovation
- What You See Is Affecting The Intelligence
- What You See Is A Twofold Illusion
- What You See Is Altering Typical Impressions
- What You See Is All There Is
- What You See Is Affecting The Interest

f) Dietrich steht mit Bademantel und Schlappen bekleidet an der Tanke und muss sich zwischen den sechs gegebenen Essens-Alternativen entscheiden. Er verfolgt die Ziele möglichst wenig Fett-Gehalt (in Gramm) und maximale Sättigung (0 entspricht einer minimalen Sättigung, 100 einer maximalen Sättigung). Die Performanzen der Alternativen sind in der abgebildeten Tabelle gegeben. Angenommen, Dietrich wären 10 Sättigungspunkte stets 5 Gramm Fett wert. Für welches Essen würde er sich nach der Even-Swap-Methode entscheiden? **(4)**

	Pommes	Curry-Wurst	Schnitzel	Majosalat	Bulette	Bratwurst
Fett	15	48	8	80	30	27
Sättigung	0	80	40	100	70	60

- Pommes
- Curry-Wurst
- Schnitzel
- Majosalat
- Bulette
- Bratwurst

g) Angenommen, Sie gründen ein Unternehmen und finanzieren sich über die Bootstrapping-Methode. Welche der folgenden Aktivitäten steht im Einklang mit dieser Methode?

(2)

- Sie finanzieren Ihre kommenden Investitionen ausschließlich über ihren eigenen generierten Cash-Flow.
- Sie finanzieren Ihre kommenden Investitionen ausschließlich über sogenannte Celebrities (z.B. Ashton Kutcher), die Ihr Unternehmen über soziale Medien bekannt machen.
- Sie finanzieren Ihre kommenden Investitionen ausschließlich über sogenannte Venture Capitalists.
- Sie finanzieren Ihre kommenden Investitionen ausschließlich über Kredite.
- Sie finanzieren Ihre kommenden Investitionen ausschließlich über Stille Einlagen.
- Sie finanzieren Ihre kommenden Investitionen ausschließlich über Wandelanleihen.

h) Welche der folgenden Aussagen zum Thema Social Entrepreneurship ist richtig? (2)

- Sozialunternehmer sind vorrangig gewinnorientiert.
- Für die Darstellung eines sozialen Geschäftsmodells empfehlen Osterwalder und Pigneur die Berücksichtigung von insgesamt 11 Komponenten.
- Ein sog. hybrides Sozialunternehmen maximiert ausschließlich die soziale Wertschöpfung.
- Sozialunternehmen sind immer auch Nonprofit-Unternehmen.
- Sozialunternehmer setzen Allokationsmechanismen ausschließlich dafür ein, die betrieblichen Einnahmen zu erhöhen.
- Die soziale Wertschöpfung errechnet sich aus der Differenz zwischen dem wahrgenommenen Vorteil für Bedürftige und den Durchschnittskosten der Produktion.