

**FACHHOCHSCHULE DORTMUND**  
**UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
**Fachbereich 9 .Wirtschaft**

Listennr.:

**Fachprüfung**                      **Internationales Marketing -Fallstudie**  
**3. Teil**                                **Produktpolitik**  
Termin:                                Mo. 26. Juni 2000  
Bearbeitungszeit:                120 Minuten (60 Punkte Gesamt, 34 Punkte = 4,0 = bestanden)  
Hilfsmittel:                        keine, Ausnahme für alle ausländischen Kommilitonen: Wörterbuch  
NAME Vorname \_\_\_\_\_ Matrikelnr. \_\_\_\_\_

Frage: Sind Sie Diplomand? Nein **0** . Falls Ja **0** Kolloquiumstermin am \_\_\_\_\_

Beantworten Sie *in Stichworten* die Fragen zu folgendem Thema:

**BOOMERANG LTD**

Sie sind als Product-Manager/ess in das australische Unternehmen *Boomerang LTD* mit Sitz in Sydney und Büros in Auckland sowie L.A. eingetreten. Das mittelständische Unternehmen hat sich seit 1968 auf dem australischen Markt, und seit 1994 auch auf dem neuseeländischen Markt sowie an der Westküste der USA mit dem Hundefutter „**Lucky Peds**“ einen Namen gemacht. Das qualitativ hochwertige Hundefutter wird in zwei Varianten angeboten:

- . Dosenfutter (850ml Dose) ca. 30% Umsatzanteil .Trend abnehmend
- . Trockenfutter (5 Pounds) ca. 70% Umsatzanteil .Trend zunehmend.

Im Vergleich mit dem U.S amerikanischen Marktführer Mars-Effem ist „*Boomerang LTD*“ qualitativ besser und kann günstiger produzieren, da sie einen hohen Anteil an Schafsfleisch verarbeiten.

Der Managing Director Mr. Bark, kommt von einem internationalen Symposium aus Manila zurück, wo er etwas für ihn unverständlich über Produktstrategien und multinationale Märkte gehört hat.

1. Erklären Sie Mr. Bark das produktstrategische Instrumentarium
2. Entwickeln Sie (*idealtypisch!!*) eine komplette Produktstrategie für die *Boomerang LTD*
3. Welche langfristigen **Visionen** hinsichtlich völlig neuer Märkte können sich für *Boomerang LTD* ergeben?
4. Nennen Sie zwei internationale Marktforschungsinstitute, die beim Market-Research behilflich sein könnten!
5. Welche **Werbeagenturen** mit internationalem Network könnten *Boomerang LTD* bei der Kommunikationspolitischen Strategie in die engere Wahl ziehen (nennen Sie drei Agenturen aus der Top Ten)

**Schlußbemerkung:** Zusätzlich beantwortete Fragen und Ergänzungen die über den Inhalt der Fragen hinaus gehen, werden negativ bewertet. Seiten bitte durchlaufend nummerieren und klammern.

***Viel Erfolg!***