

# FACHHOCHSCHULE DORTMUND

## Fachbereich 9 Wirtschaft

**Fachprüfung:** Marketing WS 1996/97 (alte Studienordnung)  
*International Marketing I (Teilprüfung 90 Minuten)*  
**Termin:** 24 JAN 97  
**Bearbeitungszeit:** 180 Minuten (100 Punkte Gesamt, 56 Punkte = 4,0 = bestanden)  
**Hilfsmittel:** keine, Ausnahme für alle ausländischen Kommilitonen: Wörterbuch  
**NAME/Vorname:** \_\_\_\_\_ **Matrikelnr.:** \_\_\_\_\_  
**Frage: Sind Sie Diplomand?** Nein: \_\_\_\_\_ Ja: Falls Ja, Kolloquiumstermin am: \_\_\_\_\_

### **Die folgende Klausur gliedert sich in die drei Teilbereiche**

**(1.) 3 Vorfragen (maximal 20 Punkte Gesamt)**

**(2.) 1 Hauptfrage (maximal 40 Punkte Gesamt)**

**(3.) 1 Fallstudie (maximal 40 Punkte)**

### ***Betrifft nur Teilprüfung: International Marketing I***

*Die ausländischen Kommilitonen die nur im Teil Internat. Marketing I (Kommunikation bzw. Fallstudien) geprüft werden, bearbeiten nur 1 Teil: Sie haben die freie Wahl zwischen*

*(1.) 2 Vorfragen oder*

*(3.) Fallstudie*

*Bearbeitungszeit: 90 Minuten (= max. 100 Punkte, 56 Punkte bestanden)*

### **Beantwortung in Stichworten!**

## **1. Vorfragen**

### **SODA STREAM LTD**

Bei Soda Stream handelt es sich um ein britisches Haushaltsgerät, das seit 1984 in den englischsprachigen Ländern (GB, Südafrika, Australia) sehr verbreitet ist.

Hierbei handelt es sich um ein Gerät, das einem ermöglicht ähnlich dem klassischen Soda-Siphon aus 1 Liter Leitungswasser durch die Versetzung mit Carbonat flaschenweise Sodawasser herzustellen. Im Unterschied zum klassischen Siphon wird Soda Stream mit einer Patrone (Handelspreis DM 8,-) versehen, die ausreichend ist für die Herstellung von ca. 40 Liter Wasser. Mit Zusätzen in Form von Sirup-Fruchtkonzentraten lassen sich außerdem verschiedene Geschmacksrichtungen erzielen. Das Gerät wurde auf dem deutschen Markt 1991 eingeführt (Handelspreis DM 129.-), hat jedoch noch keine nennenswerte Marktpräsenz. Seit 1993 gibt es ein Me Too Produkt des deutschen Herstellers Breta (Handelspreis DM 179.-).

Der für den deutschen Markt zuständige Marketing Director Mr. Bubble ist der Meinung, dass bis jetzt nicht professionell genug gearbeitet wurde.

### **Beantworten Sie zunächst die Frage 1**

Achten Sie bitte darauf, die Fragen möglichst kurz (je maximal 2 Seiten) zu beantworten.

1.1 Für Soda Stream stellt sich die strategische Frage nach dem richtigen Marktsegment

1.1.1 Welche grundsätzlichen Überlegungen liegen der Marktsegmentierung zugrunde?

1.1.2 Welche Segmente kommen für Soda Stream ganz konkret in Frage!

1.1.3 Wie könnte die konkrete Beschreibung für eines dieser Segmente aussehen, das auf den Absatz von Soda Stream auf dem deutschen Markt, abzielt? (maximal 10 Punkte)

## **Beantworten Sie nun aus den folgenden zwei Fragen eine (!) nach freier Wahl**

**Basis hierfür ist das von ihnen unter 1.1.3 definierte Segment**

### **Frage 1.2**

- 1.2 Im Rahmen der Marktforschung spricht man vom sogenannten „Desk Research“.
- 1.2.1 Was ist damit gemeint? Vor- Nachteile?
- 1.2.2 Welche Sekundärquellen würden Sie dem britischen Unternehmen Soda Stream empfehlen, wenn es um die Einschätzung des von Ihnen oben definierten Segments handelt?
- 1.2.3 Nennen Sie drei überregionale Marktforschungsinstitute, die bei der Beschaffung von Primär-Daten behilflich sein könnten (maximal 10 Punkte)

### **Frage 1.3**

- 1.3 In der Kommunikationsplanung spricht man von einem sogenannten Briefing.
- 1.3.1 Was ist Briefing?
- 1.3.2 Grenzen Sie nun Werbung und Sales Promotion voneinander ab.
- 1.3.3 Wie könnte konkret das Briefing für die Werbeagentur aussehen, das als Plattform zur Entwicklung einer Werbekampagne für das von Ihnen definierte Segment dient?
- 1.3.4 Welche Basismedien setzen Sie zur Erreichung Ihres Segments ein (maximal 10 Punkte)

## **2. Hauptfrage**

Bearbeiten Sie bitte folgendes Thema (maximal 40 Punkte)

Sie sind als Product-Manager/ess in der Firma „Zelt & Plane GmbH“ tätig. Der ehemalige VEB Betrieb mit Sitz in Dresden hatte sich bis 1991 vor allem auf die Produktion von Armeezelten (78%) und Abdeckplanen (22%) konzentriert. Umsatz nach der heutigen Privatisierung 1991 DM 52 Mio. Heute noch DM 30 Mio. mit stark abnehmender Tendenz.

Der Geschäftsführer Fatzke, zur Zeiten der DDR als Produktionsleiter im Betrieb, kommt von einem Marketingsymposium zurück, wo er - etwas verunsichert - von „Produktstrategien“ und der „Internationalisierung von Märkten“ gehört hat (40 Punkte).

- 2.1 Erklären Sie Herrn Fatzke kurz das produktstrategische Instrument
- 2.2 Entwickeln Sie (idealtypisch!) eine Produktstrategie für die Firma Zelt & Plane
- 2.3 Welche langfristigen Visionen hinsichtlich völlig neuer internationaler Märkte können sich für Zelt & Plane ergeben?
- 2.4 Inwieweit könnte hierbei Relationship-Marketing (RM) eine Rolle spielen?
  - 2.4.1 Erklären Sie in zunächst in Stichworten das generell Ziel von RM!
  - 2.4.2 Zeigen Sie dann dito in Stichworten am Beispiel des IKEA Family-Clubs auf, was dort ganz konkret an Maßnahmen zum Einsatz kommt.

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

***Viel Erfolg!***