

Bitte beachten Sie, dass auf den *Notenbescheiden des Prüfungsamtes* nicht die in der Klausur erreichte Punktzahl, sondern die erreichte Punktzahl in Prozent der maximal erreichbaren Gesamtpunktzahl angegeben wird.

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Name:

Vorname:

**Klausur:**                    **Marktforschung und Sektorales Marketing**  
**Modulnummer:**        **31631**  
**Termin:**                    **13.09.2019, 09.00 - 11.00 Uhr**  
**Prüfer:**                    **Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich**

<b>Aufgabe</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Gesamt</b>
<b>maximale Punktzahl</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>120</b>
<b>erreichte Punktzahl</b>					

---

Dieser Bereich wird vom Lehrstuhl ausgefüllt!

Gesamtpunktzahl:

Note:

Datum:

Unterschrift  
des Prüfers:

---

## HINWEISE FÜR DIE BEARBEITUNG

1. Die Klausurunterlagen umfassen **15** Seiten mit **4** Aufgaben. Davon entfallen
  - 2 Seiten auf Deckblatt und Bearbeitungshinweise,
  - 3 Seiten auf Aufgaben,
  - 8 Seiten auf Lösungsbögen und
  - 2 Seiten auf Konzeptbögen.
2. Überprüfen Sie bitte sofort Ihre Klausurunterlagen auf Vollständigkeit!
3. Tragen Sie auf dem Deckblatt Ihren Namen, Vornamen und Ihre Matrikelnummer ein! Versehen Sie ergänzend alle weiteren Seiten der Klausur mit Ihrer Matrikelnummer!
4. Die Bearbeitungszeit für die Klausur beträgt 120 Minuten. Bei jeder (Teil-)Aufgabe ist die maximal erreichbare Punktzahl angegeben. Die maximal erreichbare Punktzahl für die gesamte Klausur beträgt 120 Punkte. Beachten Sie dies bei der Zeitplanung für die Gesamtklausur sowie für die einzelnen (Teil-)Aufgaben! Lesen Sie sich die einzelnen Aufgabenstellungen sorgfältig durch! Es sind alle Aufgaben zu bearbeiten.
5. Benutzen Sie für die Bearbeitung der Aufgaben die Ihnen zur Verfügung gestellten Lösungsbögen (inklusive Rückseiten)! Zusätzliches Papier ist nicht zugelassen. Verwenden Sie einen dokumentenechten Stift (Kugelschreiber oder Füllfederhalter), keinen Bleistift! Schreiben Sie leserlich! Unleserliche Ausführungen können nicht gewertet werden. Beachten Sie zudem, dass die Klausur auch einzelne (Teil-)Aufgaben beinhalten kann, bei denen es erforderlich ist, Ihre Antworten direkt in die in der Aufgabenstellung abgedruckten Tabellen einzutragen (z. B. im Falle von Multiple-Choice-Aufgaben)!
6. Für Ihre Notizen stehen Ihnen Konzeptbögen am Ende der Klausur zur Verfügung. Beachten Sie hierbei, dass Ihre Angaben auf den Konzeptbögen nicht in die Bewertung eingeschlossen werden!
7. Die Verwendung eines Taschenrechners ist dann und nur dann erlaubt, wenn dieser einer der drei folgenden Modellreihen angehört:
  - Casio fx86 oder fx87
  - Texas Instruments TI 30 X II
  - Sharp EL 531

Die Verwendung anderer Taschenrechnermodelle wird als Täuschungsversuch gewertet und mit der Note „nicht ausreichend“ (5,0) sanktioniert.

Ob ein Taschenrechner einer der drei Modellreihen angehört, können Sie selbst überprüfen, indem Sie die vom Hersteller auf dem Rechner angebrachte Modellbezeichnung mit den oben angegebenen Bezeichnungen vergleichen: Bei vollständiger Übereinstimmung ist das Modell erlaubt. Ist die auf dem Rechner angebrachte Modellbezeichnung umfangreicher, enthält aber eine der oben angegebenen Bezeichnungen vollständig, ist das Modell ebenfalls erlaubt. In allen anderen Fällen ist das Modell nicht erlaubt. Eventuelle Vorgänger- oder Nachfolgemodelle, die nicht in der oben aufgeführten Liste enthalten sind, sind ebenfalls nicht erlaubt.

8. Geben Sie die Klausur vollständig ab!

*Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!*

Matrikelnummer

--	--	--	--	--	--	--

# Klausur ‚Marktforschung und Sektorales Marketing‘

## SS 2019

**Gesamtpunktzahl: 120**

### **Aufgabe 1: Sortimentsverengung**

**30 Punkte**

Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel ist durch einen fortschreitenden Konzentrationsprozess gekennzeichnet. Im Zuge dieses Prozesses hat sich eine stete Verdichtung der Marktanteile auf einige wenige Unternehmen vollzogen.

Günstige Konditionen beim Wareneinkauf stellen einen Wettbewerbsvorteil für Handelsunternehmen dar. Die Realisierung von Größenvorteilen ermöglicht z. T. Konditionenverbesserungen des Handels gegenüber Herstellern. Aufgrund dessen ist oftmals eine Konzentration der Beschaffung auf einige wenige Hersteller und deren Erzeugnisse zu beobachten.

Gleichzeitig wird den Konsumenten durch eine stetig zunehmende Ausweitung der Verkaufsfläche je Verkaufsstätte eine steigende Artikelvielfalt suggeriert. Somit kann sich für den Gesamtmarkt das Paradoxon einer Sortimentsverengung bei gleichzeitig steigender Sortimentsbreite pro Verkaufsstelle ergeben.

Ein Hersteller von Lebensmitteln steht durch diese Entwicklungen somit den folgenden zwei Problemen gegenüber:

- Hoher Konzentrationsgrad auf seiner Abnehmerseite
- Geringer Grad an Aufmerksamkeit für die eigenen Produkte, bedingt durch die steigende Artikelvielfalt in den einzelnen Verkaufsstätten

a) Erläutern Sie ausführlich die Ursachen für den zunehmenden Konzentrationsprozess im deutschen Lebensmitteleinzelhandel! Gehen Sie hierbei insbesondere auf das Zusammenwirken verschiedener situativer Faktoren ein, die die Eigendynamik einer Systembildung im Handel fördern! 15 Punkte

Matrikelnummer

--	--	--	--	--	--	--	--

- b) Zeigen Sie das oben genannte Paradoxon einer Sortimentsverengung bei gleichzeitig steigender Sortimentsbreite in einer Verkaufsstelle anhand eines selbst gewählten Zahlenbeispiels aus dem deutschen Lebensmitteleinzelhandel auf! Nutzen Sie für Ihre Ausführungen eine Tabelle! 10 Punkte
- c) Welche Möglichkeiten hat ein Hersteller von Lebensmitteln (Konsumgüterhersteller) im Rahmen seines Marketing-Mix, den beiden Problemen entgegenzuwirken? Gehen Sie hierbei insbesondere auf die Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik ein! 5 Punkte

**Aufgabe 2: Konzentrations- und Diffusionsprozesse im Handel 30 Punkte**

Der Konsumgüterhandel ist zum einen durch zunehmende Konzentrationsprozesse gekennzeichnet und zum anderen durch einen Diffusionsprozess in Form neuer Angebotsformen.

- a) Erläutern Sie ausführlich die Ansätze von McNair und Nieschlag zur Erklärung der ‚Dynamik der Betriebsformen‘! Arbeiten Sie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Ansätzen heraus! 15 Punkte
- b) Zeigen Sie vor dem Hintergrund der Veränderung von Betriebsformen im Zeitablauf die Kernprobleme des Managements von kooperierenden Handelssystemen auf! 10 Punkte
- c) Diskutieren Sie mit Blick auf unterschiedliche Betriebsformen welchen Einfluss Handelsmarken auf das Machtverhältnis zwischen Hersteller und Handel haben! 5 Punkte

**Aufgabe 3: Warenwirtschaftssysteme im Handel 30 Punkte**

Warenwirtschaftssysteme stellen eine wichtige Informationsquelle des Handelsmanagements dar. Die vertikale Integration dieser Informationssysteme hat Auswirkungen auf die Entscheidungsstrukturen in Handelsunternehmen.

- a) Aus der Perspektive der Systemzentralen können vier Grundformen von computergestützten Warenwirtschaftssystemen unterschieden 15 Punkte

Matrikelnummer

--	--	--	--	--	--	--	--

werden. Erläutern Sie diese ausführlich und verdeutlichen Sie Ihre Ausführungen anhand einer Grafik!

- b) Der Einsatz integrierter Warenwirtschaftssysteme hat Einfluss auf das Rollenverständnis der Systemzentralen. Stellen Sie dar, welche vier idealtypischen Rollen Systemzentralen auf dem Gebiet informationswirtschaftlicher und dispositiver Funktionen einnehmen können! 10 Punkte
- c) Diskutieren Sie die These: Integrierte Warenwirtschaftssysteme bewirken eine Nivellierung der Zentralisationsgrade in Handelssystemen! 5 Punkte

**Aufgabe 4: Marktforschung auf Investitionsgütermärkten 30 Punkte**

- a) Beschreiben Sie die Charakteristika von Investitionsgütermärkten, indem Sie die Begriffe ‚derivative Nachfrage‘, ‚Organisationalität‘, ‚Multipersonalität des Beschaffungsprozesses‘ und ‚Multitemporalität des Beschaffungsprozesses‘ erläutern! 15 Punkte
- b) Die in Teilaufgabe a) charakterisierten Märkte erfordern eine solide Informationsgrundlage für den zielgerichteten Einsatz der Marketinginstrumente. Skizzieren Sie die einzelnen Phasen des Marktforschungsprozesses, der diese Informationen bereitstellt! Beschreiben Sie, welche Analyseverfahren in der Phase der Informationsaufbereitung zum Einsatz kommen! 10 Punkte
- c) Die spezifischen Charakteristika von Investitionsgütermärkten können Probleme in dem in Teilaufgabe b) beschriebenen Marktforschungsprozess hervorrufen. Welche Problembereiche sehen Sie bei der Erhebung von Primärinformationen auf Investitionsgütermärkten? Sind diese Probleme auf Konsumgütermärkten anders ausgeprägt? 5 Punkte

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur:

Marktforschung und Sektorales Marketing

Termin:

13.09.2019, 09.00 - 11.00 Uhr

Prüfer:

Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

*Bitte auch die Rückseite benutzen!*

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur:

Marktforschung und Sektorales Marketing

Termin:

13.09.2019, 09.00 - 11.00 Uhr

Prüfer:

Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

*Bitte auch die Rückseite benutzen!*

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur:

Marktforschung und Sektorales Marketing

Termin:

13.09.2019, 09.00 - 11.00 Uhr

Prüfer:

Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

*Bitte auch die Rückseite benutzen!*



--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur:

Marktforschung und Sektorales Marketing

Termin:

13.09.2019, 09.00 - 11.00 Uhr

Prüfer:

Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

*Bitte auch die Rückseite benutzen!*

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur: Marktforschung und Sektorales Marketing  
Termin: 13.09.2019, 09.00 - 11.00 Uhr  
Prüfer: Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

*Bitte auch die Rückseite benutzen!*

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur:

Marktforschung und Sektorales Marketing

Termin:

13.09.2019, 09.00 - 11.00 Uhr

Prüfer:

Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

*Bitte auch die Rückseite benutzen!*

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur:

Marktforschung und Sektorales Marketing

Termin:

13.09.2019, 09.00 - 11.00 Uhr

Prüfer:

Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

*Bitte auch die Rückseite benutzen!*

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur:

Marktforschung und Sektorales Marketing

Termin:

13.09.2019, 09.00 - 11.00 Uhr

Prüfer:

Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

*Bitte auch die Rückseite benutzen!*

**Raum für Ihre Notizen**

**Achtung: Diese Seite wird NICHT in  
die Bewertung eingeschlossen!**

**Raum für Ihre Notizen**

**Achtung: Diese Seite wird NICHT in  
die Bewertung eingeschlossen!**