



Klausur zum Seminar "Pricing" (WS 04/05) am 14.1.2005

Name: _____ Vorname: _____

Matr.-Nr.: _____ Unterschrift: _____

Anrechnung der Credits für die SBWL: Handelsbetriebslehre Marketing

Hinweise:

- Verwenden Sie nur das vorgegebene Papier; beschreiben Sie Vorder- und Rückseite.
- Lassen Sie rechts einen ca. 4 cm breiten Rand. Nummerieren Sie sämtliche Seiten.
- Unleserliches kann nicht bewertet werden.
- Bereits beschriebene Blätter sind unter das Aufgabenblatt zu legen.
- Klausurzeit: 60 Minuten.

Aufgabe:

Sie arbeiten in der Marketingabteilung eines Konsumgüterherstellers, der die deutschlandweite Einführung eines Instant-Tomatenketchups plant. Im Unternehmen besteht Uneinigkeit, zu welchem Preis das Neuprodukt auf den Markt gebracht werden soll. Sie schlagen die Durchführung einer Konsumentenbefragung zur Ermittlung der maximalen Zahlungsbereitschaft für das Neuprodukt vor. Ihr Vorgesetzter hat vor kurzem das BDM-Verfahren kennen gelernt und möchte dieses in der Studie einsetzen. Aus Kostengründen soll jedoch darauf verzichtet werden, den Befragten das Produkt tatsächlich zum Kauf anzubieten. Sie sehen dies kritisch und verweisen auf die Gefahr eines „hypothetical bias“.

Der Leiter der Marktforschungsabteilung ist hingegen der Meinung, dass man auf eine Konsumentenbefragung verzichten kann, da doch in jedem Fall ein sehr niedriger Einführungspreis gewählt werden sollte. Er argumentiert, dass die Preiselastizität der Nachfrage bekanntermaßen negativ ist und somit nur durch einen niedrigen Einführungspreis eine schnelle Marktdurchdringung realisiert werden kann.

Vor diesem Hintergrund werden Sie von Ihrem Vorgesetzten aufgefordert, eine gut strukturierte Abhandlung zu schreiben, in der Sie

- a) erläutern, was man unter „hypothetical bias“ bei der Messung von Zahlungsbereitschaften versteht und wie das Vorliegen eines „hypothetical bias“ im Rahmen der geplanten Marktforschungsstudie getestet werden kann.
- b) darauf aufbauend diskutieren, durch welche Maßnahmen ein „hypothetical bias“ reduziert werden kann. Gehen Sie in diesem Zusammenhang auch darauf ein, inwiefern es Sinn machen kann, den momentanen Bedarf der Befragten abzufragen.
- c) vier positive und vier negative Funktionen des Preises und in diesem Zusammenhang mögliche Gründe für das Auftreten positiver Preiselastizitäten erläutern.

Die Abhandlung soll im Stil sachlich/akademisch geschrieben sein. Achten Sie darauf, dass Ihre Ausführungen einen konkreten Bezug zum vorliegenden Beispiel aufweisen.

Insgesamt 60 Punkte; Aufteilung: a) ca. 15 Punkte, b) ca. 15 Punkte, c) ca. 30 Punkte

Viel Erfolg!