

Klausur Produktpolitik WS 02/03

Bitte beantworten Sie entweder Alternative A oder B:

Alternative A

Die Walkeasy AG ist ein bekannter Hersteller von Sportschuhen.

1. Trotz eines erfolgreich verlaufenen Konzepttests möchte Walkeasy mit Hilfe von Testmärkten mehr Informationen über den Nutzen ihres neu entwickelten Produkts „Alpha“ erhalten. Erläutern Sie die Funktion klassischer Testmärkte, indem Sie die grundsätzlichen Eigenschaften, das Auswahlverfahren sowie mögliche Hochrechnungsmodelle erläutern. Gehen Sie in Ihren Ausführungen auch auf die Übertragbarkeit der Ergebnisse und Akzeptanzprobleme ein. (20 Punkte)
2. Nachdem Walkeasy bei einer Vielzahl von Neuprodukteinführungen sowohl Erfolge als auch Misserfolge zu verzeichnen hatte, möchte es von Ihnen aus einer bekannten Meta-Analyse wissen, welche Faktoren im Prozess der Neuproduktentwicklung besonders erfolgskritisch sind. Um das Vertrauen von Walkeasy zu gewinnen, wird Ihnen im Rahmen Ihrer Ausführungen angeraten, den Aufbau einer Meta-Analyse zur Ermittlung von Erfolgsfaktoren vorab zu erläutern. (25 Punkte)
3. Zur genauen Positionierung möchte Walkeasy die Idealpunkte der Konsumenten im wahrgenommenen Eigenschaftsraum ermitteln. Wie kann es dabei vorgehen? (25 Punkte)
4. Welche Probleme ergeben sich in diesem Zusammenhang beim Rückschluss auf objektive, technische Eigenschaften? Wie sollte Walkeasy vorgehen, wenn es den Deckungsbeitrag maximieren möchte? (20 Punkte)

Alternative B

1. Charakterisieren Sie die Ihnen bekannten Arten und Methoden der Produkt-Markt-Abgrenzung. Gehen Sie in Ihren Ausführungen ausführlich auf die Substitution-Im-Gebrauch-Analyse ein, indem Sie die einzelnen Ablaufschritte genau darstellen. (20 Punkte)
2. Die Heterogenität der Marktnachfragestruktur auf gesättigten Märkten hat dazu geführt, dass das Konzept der Mass Customization in den letzten Jahren immer stärker an Bedeutung gewonnen hat. Stellen Sie das Prinzip der Mass Customization dar und gehen Sie dabei näher auf die Unterschiede zwischen der Soft- und Hard- Customization ein. (25 Punkte)
3. Erläutern Sie das Verfahren der Conjoint-Analyse und gehen Sie auf die grundlegende Problemstellung und Vorgehensweise ein. Diskutieren Sie den Beitrag der Conjoint-Analyse im Rahmen der Neuproduktplanung zur optimalen Gestaltung neuer Produkte. (25 Punkte)
4. Testmarktsimulatoren sind ein häufig genutztes Instrument zur Bestimmung des Marktanteils neuer Produkte. Erläutern Sie den Ablauf einer Testmarktsimulation. Stellen Sie in Ihren Ausführungen die zur Ableitung und Prognose entscheidenden Determinanten formelmäßig dar und erläutern Sie ihre Funktion. (20 Punkte)