

Diplom-Vorprüfung/Zwischenprüfung im Fachgebiet Grundzüge der BWL II/B

WS 2001/02

Die Klausur ist bestanden, wenn in jedem der beiden Teile mindestens 12 Punkte und insgesamt mindestens 36 Punkte erreicht werden!

Fragen/Aufgaben Prof. Dr. H. Steffenhagen

Aufgabe St 1:

(6 Punkte)

„Mit einem neuen Online-Dienst ist das auf Preisrecherchen spezialisierte Marktforschungsunternehmen „Preiszeiger Wirtschaftsinformationsdienst GmbH“ seit Mitte Januar im WWW vertreten. Tagesaktuell erhebt „preiszeiger.de“ die Preise aller Produkte, die in Deutschland im Lebensmittelmarkt von den Discountern angeboten werden. Verbraucher können kostenlos Produkte eingeben und erhalten die aktuellen Preise in ihrer Region. Das online-Angebot wird im Auftrag von Handelsunternehmen sowie von Lieferanten des Handels gepflegt.“ (Zitiert aus FoodEconomy, Jan. 2002, S. 13.)

Begründen Sie, warum man dieses Unternehmen im Sinne eines „Marktbeteiligten“ einerseits als Serviceanbieter, andererseits als Hersteller betrachten kann!

Aufgabe St 2:

(4 + 10 = 14 Punkte)

- a) Was stellen Sie sich unter einem Anbieter vor, der als „Hochpreisiger Qualitätsanbieter“ auftritt? Nehmen Sie zur begrifflichen Umschreibung auf den Leistungs-Gegenleistung-Zuschnitt Bezug, der für diesen Strategietyp eines Anbieters charakteristisch ist!
- b) Wenn ein Anbieter, der in einem Industriegütermarkt als „Hochpreisiger Qualitätsanbieter“ auftritt, eine hinreichend große Anzahl von Kunden in diesem Markt gewinnen will: Welcher Typ von Beschaffungsstrategie müßte für das Beschaffungsverhalten der Nachfrager charakteristisch sein? Begründen Sie Ihre Auffassung, indem Sie kurz auf alle 4 unterscheidbaren Typen von Beschaffungsstrategien (Stichwort: „Beschaffer-Positionierungen“) Bezug nehmen!

Aufgabe St 3:

(8 + 2 = 10 Punkte)

Folgende quartalsbezogene Werbebudget-Absatzfunktion wurde für eine Wodka-Marke empirisch ermittelt:

$$x_t = 32 (1 - e^{-0,01 B_t})$$

mit

x_t : Absatzmenge (in Tsd. Liter)

B_t : Werbebudget (in Tsd. Euro)

t : Quartalsindex

- a) Skizzieren Sie den grafischen Verlauf dieser Wirkungsfunktion und begründen Sie die Plausibilität des von Ihnen dargestellten Verlaufs (Hilfestellung: Lassen Sie gedanklich das Werbebudget alternativ extreme Werte annehmen)! Läßt sich auf der Grundlage Ihrer Skizze etwas darüber aussagen, ob diese Wodka-Marke im Markt etabliert ist oder gerade erst startet?
- b) Liefern Sie zu dem numerischen Koeffizienten 32 eine treffende Bezeichnung für den damit erfaßten Sachverhalt sowie eine Begründung für die Existenz dieses Sachverhalts!

Aufgabe St 4:**(6 Punkte)**

Nennen Sie drei verschiedene Marketing-Ziele (genauer: -Zielarten), welche das sog. innere Verhalten von Nachfragern im Markt betreffen und vom Anbieter insbesondere mittels dessen Marktkommunikation zu erreichen sind! Stichwörter genügen.

Aufgabe St 5:**(5 + 4 = 9 Punkte)**

$$x(p) = 40 - 2,5p$$

sei eine Preis-Absatzfunktion.

- a) Ist die Nachfrage (= Absatzmenge) an der Stelle $p = 4$ elastisch oder unelastisch? Begründung!
- b) Wie hoch ist der umsatzmaximale Preis?

Fragen/Aufgaben Prof. Dr. H. Dyckhoff**Aufgabe Dy1****(13 Punkte)**

Sind die folgenden Aussagen **wahr (ja)** oder **falsch (nein)**?

HINWEIS:

Für jede richtige Antwort erhalten Sie einen Punkt, für jede falsche Antwort wird Ihnen ein Punkt abgezogen. Aussagen ohne Antwort werden mit 0 Punkten bewertet. In der Aufgabe kann insgesamt keine negative Punktzahl erreicht werden.

Tragen Sie die Antworten in die dafür vorgesehene Tabelle auf Ihrem Lösungsbogen ein. Lösungen auf dem Aufgabenblatt werden nicht gewertet!

1. Eine Grundannahme an Techniken lautet „Kein Aufwand ohne Ertrag“.
2. Die Produktisoquante einer limitationalen 2-Faktoren/1-Produkt-Technik besteht aus nur einem einzigen Punkt.
3. Gemäß der Kompatibilität des Schwachen und Starken Erfolgsprinzips ist jede erfolgsmaximale Produktion auch effizient.
4. Das Konzept der Lernkurve unterstellt bei Ausdehnung der Produktion um gleiche absolute (kumulierte) Produktquantitäten eine gleich hohe absolute Stückkostensenkung.
5. Das Gewinnmaximum ist dort gegeben, wo der (positive) Abstand zwischen Umsatz- und Kostenfunktion am größten ist.
6. Bei der (kurzfristigen) Erzeugnisprogrammplanung ist das deckungsbeitragsmaximale Erzeugnisprogramm gleich dem gewinnmaximalen Erzeugnisprogramm.
7. Bei einer Senkung des Rüstkostensatzes nimmt die optimale Losgröße ab.
8. Bei der Bestimmung der optimalen Losgröße mittels des Harris-Modells sind Lagerhaltungs- und Rüstkosten im Optimum immer gleich.
9. Unter Primärbedarf versteht man jene Menge eines Faktors oder Zwischenprodukts, der zu Beginn der Produktion vorhanden sein muss.
10. Durch Hinzufügen einer ergebniswirksamen Objektart können bisher gültige Dominanzbeziehungen zwischen Produktionen entfallen.
11. Bei einem divergierenden Produktionsprozess gibt es mehr Outputs als Inputs.
12. Der dispositive Faktor umfasst insbesondere die Zusatzleistungen des Staates.
13. Im Deckungsbeitragsmaximum einer 2-Güter-Technik ist die Kompensationsrate bzw. Grenzproduktivität gleich dem Verhältnis von Produktpreis zu Faktorpreis.

Aufgabe Dy2**(4 + 6 + 5 = 15 Punkte)**

Ein Produzent von Elektrogeräten stellt Küchenmaschinen (y_3) und Rasierapparate (y_4) her. Dabei werden in die Küchenmaschine zwei und in den Rasierer ein Elektromotor (x_1) eingesetzt. Die Montage der Küchenmaschine dauert 30 Minuten (Arbeitszeit: x_2), die des Rasierapparates 20 Minuten. (Auf die Modellierung anderer Einsatzfaktoren sei vereinfachend verzichtet.) In der Planungsperiode kann der Elektrohersteller 500 Küchenmaschinen und 300 Rasierapparate am Markt absetzen. Er erzielt dabei 400 Geldeinheiten (GE) pro Küchenmaschine und 320 GE pro Rasierapparat. Die variablen Stückkosten betragen jeweils 100 GE. In der Planungsperiode fallen zudem Fixkosten in Höhe von 50000 GE an. Im Materiallager sind 1400 Elektromotoren vorhanden. In der Montagewerkstatt sind 5 Arbeiter beschäftigt, die in der Planungsperiode insgesamt 12000 Minuten arbeiten.

- Warum lässt sich das Planungsproblem in diesem speziellen Fall auch mittels des Konzepts der engpassspezifischen Deckungsbeiträge lösen?
- Bestimmen Sie das deckungsbeitragsmaximale Erzeugnisprogramm! Welchen Gewinn erzielt der Elektrohersteller damit?
- Wie hoch sind die Schattenpreise der beiden Faktoren? (Gehen Sie bei der Beantwortung der Frage vereinfachend davon aus, dass auch nicht ganzzahlige Lösungen erlaubt sind!)

Aufgabe Dy3**(4 + 6 + 7 = 17 Punkte)**

Der Verbrauch zweier Faktoren (x_1 und x_2) zur Herstellung eines Produkts (y_3) wird durch folgende produktspezifischen Verbrauchsfunktionen beschrieben:

$$a_{1,3} = 2\rho^2 - 12\rho + 20$$

$$a_{2,3} = \rho^2 - 6\rho + 12$$

Die Stückkosten der beiden Faktoren betragen: $c_1 = 5$ Geldeinheiten pro Quantitätseinheit (GE/QE), $c_2 = 3$ GE/QE. Die Intensität ρ kann zwischen 2 und 7 Quantitätseinheiten pro Stunde variiert werden, das Produktionssystem lässt sich täglich bis zu 8 Stunden nutzen.

- Welche Intensitäten sind hier effizient?
- Mit welcher Kombination aus Zeit und Intensität würden Sie einen Auftrag von 20 Stück produzieren? Wie fällt Ihre Antwort für einen Auftrag von 40 Stück aus? (Jeweils kurze Begründung!)
- Wie hoch muss der Stückerlös des Produkts mindestens sein, damit sich die Ausweitung der Produktion von 20 auf 40 Stück überhaupt lohnt?

Viel Erfolg!