

# Ausgelagerte Aufgaben

## Aufgabenteil III: Material / Marketing

### AP 2006

Die BODEWAN AG produziert seit 20 Jahren Parkettböden aus heimischen Hölzern.

Lösung



#### ■ Aufgabe 2006 III.1.2

10 BE

Im Jahr 2010 beträgt der Jahresverbrauch einer Oberflächenversiegelung 2.880 Liter. Die BODEWAN AG bestellt üblicherweise 200 Liter dieser Oberflächenversiegelung. Der Sicherheitsbestand soll für einen Bedarf von 2,5 Tagen reichen, wobei die Beschaffungszeit 5 Tage beträgt.

*Stellen Sie den Sicherheitsbestand, den Meldebestand, den Höchstbestand sowie den Verlauf des Lagerbestandes grafisch für einen Zeitraum von 60 Tagen dar und kennzeichnen Sie das Bestellintervall.*

*(Maßstab: 5 Tage = 1 cm, 20 Liter = 1 cm)*

#### ■ Aufgabe 2006 III.2

9 BE

Die BODEWAN AG veranstaltet auf dem Firmengelände halbjährlich einen Tag der offenen Tür. Bei der letzten Veranstaltung wurden im Besonderen die Produktneuheiten des Jahres 2010 präsentiert. Einerseits wurde die Parkettbodenproduktion auf eine lösungsmittelfreie Oberflächenversiegelung umgestellt, andererseits sind nunmehr mehrere Böden nicht nur in A-, sondern auch in B-Sortierung erhältlich. Als neues Produkt wurde der zu Jahresbeginn auf dem Markt eingeführte Korkparkettboden Newline vorgestellt. Zudem gab die BODEWAN AG bekannt, ab sofort für jeden verkauften Quadratmeter Parkettboden zehn Cent zum Schutz der Regenwälder zu spenden.

1. *Ordnen Sie allen beschriebenen Marketingmaßnahmen das entsprechende Marketinginstrument zu und benennen Sie den jeweils betroffenen Marketingmixbereich.*
2. *Im Rahmen einer Portfolio-Analyse wird der Korkparkettboden Newline als „Question Mark“ eingestuft. Nennen Sie die Kriterien für die Einordnung als „Question Mark“ und erläutern Sie eine geeignete Normstrategie für dieses Produkt.*

#### ■ Aufgabe 2006 III.3

6 BE

Die BODEWAN AG vertreibt in Oberbayern ihre Produkte bisher durch einen Handelsvertreter sowohl an Fach- als auch an Baumärkte. Dieser erhält einen monatlichen Spesensatz in Höhe von 200,00 € sowie eine Umsatzprovision von 5%. Der Handelsvertreter erzielte im abgelaufenen Jahr einen Umsatz von 468.292,00 €. In den nächsten Jahren wird mit einer Umsatzsteigerung gerechnet. Die

BODEWAN AG erwägt daher den Einsatz eines Reisenden. Dieser würde neben einer umsatzabhängigen Provision von 3% ein Fixum von 1.000,00 € pro Monat erhalten.

1. Ermitteln Sie, ab welcher Umsatzsteigerung in Prozent sich der Einsatz eines Reisenden im kommenden Jahr lohnen würde.
2. Zeigen Sie drei Aspekte auf, die unabhängig von der Kostensituation für den Einsatz eines Reisenden sprechen würden.

## AP 2007

Lösung



### ■ Aufgabe 2007 III.1

11 BE

Die WIBI AG fertigt Schlafzimmermöbel für den gehobenen Bedarf. Zur Produktion werden verschiedene Scharniere benötigt.

1. Für Scharniere vom Typ A liegen folgende Angebote vor:  
Angebot I: 4,55 €/Stück netto, Lieferung frei Haus, 2% Skonto bei Zahlung innerhalb von 10 Tagen oder 30 Tage ohne Abzug  
Angebot II: 419,00 €/100 Stück netto ab Werk, 5% Rabatt, Zahlung innerhalb von 10 Tagen ohne Abzug, Transportkosten 230,00 € netto
  - 1.1 Ermitteln Sie rechnerisch die günstigere Bezugsquelle bei einer Abnahmemenge von 500 Stück.
  - 1.2 Beim Angebotsvergleich will die WIBI AG neben dem Bezugspreis auch die Kriterien Termintreue und Qualität berücksichtigen. Dazu erstellt sie eine Lieferantenmatrix. In dieser wird der Bezugspreis vierfach gewichtet, die Termintreue zweifach und die Qualität dreifach. Der günstigere Anbieter bekommt beim Kriterium Bezugspreis neun Punkte, der andere acht Punkte. Anbieter I erhält bei der Termintreue sieben Punkte, Anbieter II vier Punkte. Beim Kriterium Qualität sind beide Anbieter gleich gut. Ermitteln Sie mit Hilfe dieser Lieferantenmatrix, welches Angebot bevorzugt werden sollte.
2. Der Jahresbedarf an Scharnieren vom Typ B beträgt 288.000 Stück. Der Einstandspreis eines Scharniers liegt bei 4,50 € netto. Die Bestellkosten betragen 65,00 € je Bestellung. Die WIBI AG kalkuliert mit einem Lagerhaltungskostensatz von 13% und bezieht pro Bestellung 8.000 Stück der Scharniere vom Typ B.  
 Aus dem Lager liegen für diese Scharniere folgende Informationen vor:  
 Mindestbestand..... 2.000 Stück  
 Beschaffungszeit..... 6 Tage  
 Bei 360 Arbeitstagen pro Jahr wird ein kontinuierlicher Lagerabgang unterstellt.
  - 2.1 Überprüfen Sie rechnerisch, ob die Bestellmenge von 8.000 Stück optimal ist.
  - 2.2 Ermitteln Sie den Melde- und den Höchstbestand.
  - 2.3 Berechnen Sie die Umschlagshäufigkeit und die durchschnittliche Lagerdauer.

■ Aufgabe 2007 III.2

13 BE

Eine strategische Geschäftseinheit der WIBI AG ist das Schlafzimmerprogramm *Sleepy*, das über Möbelhäuser vertrieben wird. Es wurde vor mehreren Jahren eingeführt und bisher in den Holzarten Buche und Ahorn angeboten. Aufgrund sinkender Umsatzzuwächse soll *Sleepy* in Zukunft zusätzlich in den Varianten Eiche und Teakholz angeboten werden. Zudem soll standardmäßig eine Innenbeleuchtung in den Kleiderschrank eingebaut werden. Bei der Analyse der Absatzzahlen hat sich gezeigt, dass der Absatz in den neuen Bundesländern schwächer ist als im übrigen Bundesgebiet. Daher soll der bisher einheitliche Angebotspreis in den neuen Bundesländern um 10% gesenkt werden.

Innerhalb des Marktwachstum-Marktanteils-Portfolios der WIBI AG weist *Sleepy* einen relativen Marktanteil von 1,25 auf. Konkurrent A hat einen Umsatz von 5 Mio. Euro, der Umsatz von Konkurrent B beträgt 15 Mio. Euro und Konkurrent C hat 9 Mio. Euro Umsatz.

Das durchschnittliche Marktwachstum wird mit jährlich 3% angegeben.

Für die strategische Geschäftseinheit *Sleepy* rechnet die WIBI AG jedoch mit einem geringeren Wachstum.

1. Erklären Sie die Marketinginstrumente, die die WIBI AG zukünftig einsetzen will.
2. Berechnen Sie den Umsatz, den die WIBI AG mit der strategischen Geschäftseinheit *Sleepy* erzielt.
3. Erläutern Sie eine geeignete Marktstrategie für die strategische Geschäftseinheit *Sleepy* und begründen Sie, in welcher Phase des Produktlebenszyklus sich diese befindet.
4. Nennen und begründen Sie drei geeignete Maßnahmen aus dem Bereich Sales Promotion, die den Vertrieb des Schlafzimmerprogramms *Sleepy* über Möbelhäuser unterstützen könnten.
5. Nennen Sie zwei Maßnahmen der indirekten Preispolitik, die geeignet sind, dem Problem der geringeren Liquidität potenzieller Kunden in den neuen Bundesländern zu begegnen.

## AP 2014

■ AP 2014 III.1

12 BE

Die KLEX AG ist ein Hersteller für Malerbedarf, hochwertige Farben und Tapeten.

Zur Farbenherstellung benötigt die KLEX AG das Bindemittel B2.

Für die Materialbeschaffung wendet sie das Bestellpunktverfahren an, das von einem konstanten Tagesverbrauch ausgeht. Es wird an 360 Tagen im Jahr produziert.

- 1.1 Im abgelaufenen Geschäftsjahr verbrauchte die KLEX AG vom Bindemittel B2 183.600 kg. Der durchschnittliche Nettoeinstandspreis betrug 1,35 €/kg. Die KLEX AG rechnet mit einem Lagerkostensatz in Höhe von 4% und hält stets einen Sicherheitsbestand von 700 kg. Es wurden 24 Bestellungen in diesem Jahr vorgenommen.  
Berechnen Sie den durchschnittlichen Lagerbestand in kg sowie die Lagerkosten für das abgelaufene Geschäftsjahr.

Lösung

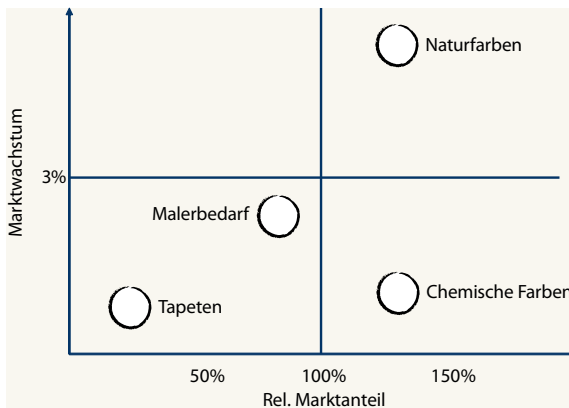


- 1.2 Im neuen Geschäftsjahr bleiben der durchschnittliche Lagerbestand, der Tagesverbrauch, der Sicherheitsbestand und die Bestellmenge unverändert. Nach Eingang der Lieferung zum Zeitpunkt  $t_0$  wurde an zwölf Arbeitstagen das Bindemittel B2 für die Produktion entnommen. Gleich zu Beginn des darauffolgenden Arbeitstages fiel die Produktionsmaschine durch einen technischen Defekt aus. Die Reparatur benötigte fünf Tage. Die Beschaffungszeit für das Bindemittel B2 beträgt vier Tage.
- Berechnen Sie den Meldebestand für das Bindemittel B2.
  - Berechnen Sie den Lagerbestand für das Bindemittel B2 zum Zeitpunkt des Maschinenausfalls und zum Zeitpunkt direkt nach der Reparatur der Produktionsmaschine.
  - Stellen Sie den Verlauf des Lagerbestandes für das Bindemittel B2 vom Zeitpunkt des Eingangs der Lieferung ( $t_0$ ) bis zum 20. Tag ( $t_{20}$ ) in einer Skizze grafisch dar und kennzeichnen Sie den Meldebestand sowie den Höchstbestand.

■ AP 2014 III.2

13 BE

Die KLEX AG erstellt für ihre strategischen Geschäftseinheiten (SGE) ein Marktwachstum-Marktanteils-Portfolio:



- Nennen und begründen Sie, welche Normstrategie die KLEX AG für die SGE Tapeten und die SGE Malerbedarf jeweils anwenden sollte.
- Die SGE Naturfarben weist einen relativen Marktanteil in Höhe von 1,2 auf. Der Umsatz des stärksten Konkurrenten beläuft sich auf 600.000,00 €. Der Gesamtumsatz der KLEX AG beträgt 5.000.000,00 €. Ermitteln Sie, welchen Anteil in Prozent die SGE Naturfarben am Gesamtumsatz der KLEX AG hat und geben Sie an, in welcher Phase des Produktlebenszyklus sich diese SGE befindet.
- Die Situation für die SGE Chemische Farben soll stabilisiert werden. Beschreiben Sie für dieses Ziel je eine geeignete Maßnahme aus den vier Bereichen des Marketingmix und ordnen Sie Ihre Maßnahmen dem jeweiligen Marketingmixbereich zu.

## AP 2015

Die JODLER AG ist ein Produzent von Trachtenbekleidung.

Lösung



### ■ AP 2015 Aufgabe III.1

4 BE

Für die Herstellung von Trachtenhosen werden 500 m<sup>2</sup> Hirschleder benötigt. Der JODLER AG liegen dazu folgende Angebote vor:

**Angebot I:** Listeneinkaufspreis 95,00 € netto je m<sup>2</sup>, 15% Rabatt, 3% Skonto bei Zahlung innerhalb von 10 Tagen oder innerhalb von 30 Tagen netto, Fracht- und Verpackungskosten insgesamt 750,00 € netto

**Angebot II:** Listeneinkaufspreis 4.500,00 € netto je 50 m<sup>2</sup>, 9% Rabatt, 2,5% Skonto bei Zahlung innerhalb von 15 Tagen oder innerhalb von 30 Tagen netto, Lieferung frei Haus

Die JODLER AG muss den Kauf des Leders vollständig durch einen Kontokorrentkredit finanzieren. Der Zinssatz beträgt 11% p. a. Die Bank rechnet mit 360 Zinstagen pro Jahr.

*Ermitteln Sie rechnerisch die günstigere Bezugsquelle.*

### ■ AP2015 Aufgabe III.2

8 BE

Die JODLER AG bezieht u. a. Dirndl-Broschen zu einem Einstandspreis von 12,00 € netto pro Stück. Der Wert des durchschnittlichen Lagerbestandes beträgt 49.200,00 €. Bei Erreichen des Lagerbestands von 1.500 Stück wird eine Bestellung ausgelöst, wobei im Jahr fünf gleich große Bestellungen vorgenommen werden. Der Sicherheitsbestand beträgt 500 Stück. Die Produktion erfolgt an 360 Tagen im Jahr bei gleichmäßigem Verbrauch.

- 2.1 *Ermitteln Sie die Bestellmenge und den Jahresverbrauch in Stück.*
- 2.2 *Berechnen Sie die Anzahl der Tage zwischen dem Eintreffen einer Lieferung und dem nächsten Bestellzeitpunkt.*
- 2.3 *Die JODLER AG stellt fest, dass die durchschnittliche Lagerdauer der Dirndl-Broschen über dem Branchendurchschnitt liegt. Nennen Sie zwei Maßnahmen, die zu einer Verbesserung dieser Kennzahl führen.*

### ■ AP 2015 Aufgabe III.3

6 BE

Die Marketingabteilung der JODLER AG plant folgende Maßnahmen:

In Zukunft soll das Hirschleder nicht mehr fremdbezogen, sondern in einer eigenen Gerberei hergestellt werden. Neben den bisherigen traditionellen DirndlIn sollen für Mädchen Mini-Modelle in trendigen Farben angeboten werden. Kunden, die im Zeitraum Juni bis September einen Mindesteinkauf in Höhe von 300,00 € tätigen, sollen einen Verzehrgutschein für ein regionales Volksfest erhalten. Zum 50-jährigen Firmenbestehen wird auf das gesamte Produktangebot ein Sonderrabatt in Höhe von 20% gewährt, zudem sind eine große Jubiläumsfeier mit „Tag der offenen Tür“ und ein Werksverkauf vorgesehen.

*Ordnen Sie allen beschriebenen Maßnahmen den jeweiligen Marketingmixbereich sowie das entsprechende marketingpolitische Instrument zu.*

■ AP 2015 Aufgabe III.4

7 BE

Die JODLER AG plant, das Trachtenset Alpenland bestehend aus Lederhose, Hemd, Socken und Haferlschuhen zu einem Paketpreis in Höhe von 200,00 € über einen Reisenden oder einen Handelsvertreter abzusetzen. Der Reisende würde ein monatliches Fixgehalt in Höhe von 2.000,00 € sowie eine Provision in Höhe von 10,00 € je Trachtenset erhalten. Für den Handelsvertreter würden eine monatliche Aufwandspauschale in Höhe von 250,00 € sowie eine 10-prozentige Umsatzprovision anfallen.

- 4.1 Zeigen Sie rechnerisch auf, für welchen Absatzmittler sich die JODLER AG bei einem geplanten Jahresabsatz von 3.000 Trachtensets aus Kostengründen entscheiden sollte.
- 4.2 Formulieren Sie zwei Gründe, die unabhängig von der Kostensituation für den Einsatz eines Reisenden sprechen würden.

■ AP 2015 Aufgabe III.5

3 BE

Bei der strategischen Geschäftseinheit (SGE) Trachtenhüte ist die JODLER AG Marktführer. Gleichzeitig weist die SGE ein unterdurchschnittliches Marktwachstum auf.

*Erläutern Sie eine geeignete Normstrategie für die SGE Trachtenhüte.*

## AP 2016

■ AP 2016 III.1

4 BE

Die TRENDSPORT AG ist ein industrieller Fahrradhersteller. Die Produktion erfolgt an 360 Tagen im Jahr bei gleichmäßigem Verbrauch.

Die TRENDSPORT AG bezieht für das Produkt Beach Cruiser Aluminiumrahmen. Der monatliche Bedarf liegt bei 1.200 Stück. der Sicherheitsbestand soll für eine Zeitdauer von 5 Tagen reichen. Die Beschaffungszeit beträgt 3 Tage, die durchschnittliche Lagerdauer 15 Tage.

- 1.1 Berechnen Sie die Höhe des Meldebestandes.
- 1.2 Ermitteln Sie den durchschnittlichen Lagerbestand.

■ AP 2016 III.2

4 BE

In der Bereichsleitersitzung wird diskutiert, ob der Jahresbedarf der für die Produktion der Kids Racer benötigten Stahlfelgen im Zeitabstand von drei oder vier Monaten beschafft werden soll. Hierzu liegen folgende Informationen vor:

Einstandspreis je Stück .....	10,00 €
Tagesverbrauch .....	60 Stück
Bestellkosten je Bestellung .....	1.200,00 €
Lagerhaltungskostensatz .....	15%

*Ermitteln Sie für die genannten Bestellintervalle die Bestell-, Lagerhaltungs- und Gesamtkosten in tabellarischer Form.*

Lösung



■ AP 2016 III.3

5 BE

Die TRENDSPORT AG kauft 6 verschiedene Werkstoffe (I bis VI) für den Einbau in die Fahrräder. Die ABC-Analyse liefert für diese Werkstoffe folgende Ergebnisse: Jeweils zwei Werkstoffe können der A-, B- und C-Kategorie zugeordnet werden. Der kumulierte Verbrauchswert der A- und B-Güter erreicht 94%. Der Verbrauchswert der beiden C-Güter Werkstoff V und VI ist gleich hoch. Werkstoff IV hat mit 3.000.000,00 € einen Anteil von 10% am Gesamtverbrauchswert aller Werkstoffe. Der Einstandspreis des Werkstoffs VI beträgt 4,50 € netto je Stück.

- 3.1 Berechnen Sie den mengenmäßigen Verbrauch des Werkstoffs VI in Stück.
- 3.2 Zeigen Sie zwei Konsequenzen im Bereich der Materialwirtschaft für die beiden C-Güter auf.

■ AP 2016 III.4

12 BE

Die Nachfrage nach Elektrorädern hat insbesondere bei den zahlungskräftigen älteren Personen stark zugenommen. Die TRENDSPORT AG plant deshalb folgende marketingpolitische Maßnahmen: Neben den traditionellen Fahrrädern soll zukünftig für ältere Kunden eine neue strategische Geschäftseinheit (SGE) Elektroräder ins Produktionsprogramm aufgenommen werden. Zudem plant die TRENDSPORT AG die verstärkte Schulung und Beratung des Verkaufspersonals im Einzelhandel. Das Elektrorad E-Dream wird in den Herbst- und Wintermonaten mit einem Preisnachlass von 200,00 €/je Stück angeboten. Um die langfristige Versorgung der SGE Elektroräder mit Akkus abzusichern, übernimmt die TRENDSPORT AG ihren bisherigen Lieferanten. Neben dem Vertrieb durch den Fachhandel sollen durch einen eigenen OnLine-Shop neue Zielgruppen erschlossen werden.

- 4.1 Ordnen Sie allen beschriebenen Maßnahmen das entsprechende Marketinginstrument zu.
- 4.2 Begründen Sie anhand von zwei Argumenten, ob der Verkauf über den eigenen OnLine-Shop für die TRENDSPORT AG eine geeignete Vertriebsmaßnahme ist.
- 4.3 Der relative Marktanteil der TRENDSPORT AG bei der SGE Elektroräder beträgt 0,5. Gleichzeitig weist diese SGE ein überdurchschnittliches Marktwachstum auf und strebt die Marktführerschaft an.
  - a. Beschreiben Sie die geplante Entwicklung der SGE Elektroräder im Marktwachstum-Marktanteils-Portfolio und erläutern Sie eine geeignete Normstrategie, um die Marktführerschaft zu erreichen.
  - b. Beschreiben Sie die angestrebte Entwicklung der Erfolgssituation der SGE Elektroräder unter Verwendung der Begriffe aus dem Modell des Produktlebenszyklus.