

## Klausur: „ABWL II: Unternehmensinteraktion” (20119)

Sommersemester 2014

16.07.2014

Prüfer: Prof. Dr. Sadrieh

*Bitte bearbeiten Sie alle folgenden Aufgaben. Beachten Sie, dass die numerischen Ergebnisse nicht unbedingt ganzzahlig sind. Erläutern Sie bitte alle Ihre Antworten so, dass gegebenenfalls notwendige Rechenschritte und Gedankengänge nachvollziehbar sind. Taschenrechner sind gemäß Aushang des Prüfungsamts erlaubt.  
Die Klausur beinhaltet insgesamt 44 Punkte.*

### Aufgabe 1 (22 Punkte)

Die Website „Blumen4ever.de“ bietet neuartige Pflanzen an, die dem Verkaufsversprechen nach nie eingehen sollen. Vorherige Marktstudien ergeben, dass Männer und Frauen unterschiedlich viel Erfahrung im Umgang mit Pflanzen haben. Daher unterscheiden sich beide in der Nachfrage nach den neuartigen Pflanzen. Die Marketing-Abteilung von „Blumen4ever.de“ hat folgende 2 Nachfragefunktionen für die neuen Pflanzen bestimmt ( $p$  = Preis in Euro,  $q$  = Menge):

$$\text{Frauen} \quad q_f = 35/3 - 1/6p_f$$

$$\text{Männer} \quad q_m = 400/3 - 1/3p_m$$

Die Produktion einer Pflanze verursacht Kosten in Höhe von **10 Euro**. Für das Betreiben der Website und im weiteren Betrieb fallen Kosten in Höhe von **1.800 Euro** an.

Der Geschäftsführer von „Blumen4ever.de“ beauftragt Sie mit dem Verkauf der neuen Pflanzen und zahlt Ihnen ein fixes Honorar, so dass Sie ganz im Interesse des Unternehmens entscheiden.

- Aus Marketinggründen sollen zur Produkteinführung Männer und Frauen den gleichen Preis pro Pflanze bezahlen. Leiten Sie den optimalen Preis und die optimale Menge grafisch in einem Preis-Absatz-Diagramm her. (6 Punkte)
- Bestimmen Sie nun rechnerisch den optimalen Preis und die optimale Menge und berechnen Sie den daraus resultierenden maximalen Gewinn. (7 Punkte)
- Nach einem halben Jahr sind die Pflanzen auf dem Markt etabliert und Sie werden erneut beauftragt. Diesmal können für Männer und Frauen unterschiedliche Preise genutzt werden. Unter dieser Voraussetzung, welche optimalen Preise und Mengen würden Sie für die beiden Nachfragegruppen empfehlen? (4 Punkte)
- Wieviel Honorar können Sie maximal verlangen für die Empfehlung der neuen Preise, sodass ein rationaler Geschäftsführer dem Honorar zustimmen kann? (2 Punkte)

Nehmen Sie nun an, nach einem weiteren Jahr können die Preise erneut angepasst werden. Diesmal werden Sie an jeder verkauften Pflanze direkt mit einem Honorar von **30 Euro** beteiligt.

- Welchen Preis würden Sie nun empfehlen, um Ihr Honorar zu maximieren und wie hoch wäre Ihr Honorar in diesem Fall? (3 Punkte)  
(Hinweis: Sie können davon ausgehen, dass der Geschäftsführer von „Blumen4ever.de“ bei seiner Entscheidung ihrer Empfehlung zu folgen Ihre Honorarkosten berücksichtigt.)

## Aufgabe 2 (22 Punkte)

In der mediterranen Kleinstadt Pumplona gibt es nur zwei konkurrierende Fitnessstudios: „StadtFit“ und „Muckibude“. Die Mitgliedschaft in beiden Studios wird von den Einwohnern der Stadt als identisch wahrgenommen. Was die Einwohner nicht wissen: Eine Mitgliedschaft bei „StadtFit“ verursacht dem Unternehmen Kosten in Höhe von **10 Euro**, eine Mitgliedschaft bei „Muckibude“ verursacht dem Unternehmen gar keine Kosten.

Die Preis-Absatz-Funktion für Mitgliedschaften in Fitnessstudios in Pumplona kann laut dem letzten Fitnessreport der Stadt beschrieben werden durch (**P** = Preis in Euro, **Q** = Menge an Fitnessstudio-Mitgliedschaften in Pumplona):

$$P = 110 - 2Q$$

- a.) Nehmen Sie an, dass die beiden Firmen gleichzeitig über die Anzahl an Mitgliedschaften, die sie vergeben, konkurrieren. Wie viele Mitgliedschaften verkaufen die beiden Studios, unter der Annahme, dass beide rational agieren und ihren Gewinn maximieren wollen? Wie hoch ist der jeweilige Gewinn der Firmen? (7 Punkte)
- b.) Wie würden sich die Anzahl an Mitgliedschaften und die Gewinne verändern, wenn „Muckibude“ seine Mitgliedschaften zuerst verkaufen könnte? Bitte geben Sie verbal die Richtung der Veränderung und eine kurze Begründung an. (4 Punkte)
- c.) Würden Sie als Marketingleiter von „StadtFit“ Geld investieren, um die Wahrnehmung der Einwohner so zu verändern, dass Sie die Mitgliedschaften in beiden Studios nicht mehr als identisch ansehen? Wie sähe Ihre Antwort als Marketingleiter von „Muckibude“ aus? (3 Punkte)

Nehmen Sie nun an, dass eine große Marketingkampagne über die Studios durchgeführt wird. Nach der Kampagne nehmen die Einwohner die Mitgliedschaft in den Studios immer noch als identisch wahr. Allerdings sind die Einwohner nun preisbewusst und die Fitnessstudios konkurrieren von nun an in einem Preiswettbewerb um die Einwohner.

- d.) Bestimmen Sie in dieser neuen Situation die gleichgewichtigen Preise und die daraus resultierenden Gewinne für beide Firmen. (5 Punkte)
- e.) Von welchem Studio würden Sie erwarten, dass es die Marketingkampagne befürwortet und wieviel ist die Kampagne für dieses Studio maximal wert? (3 Punkte)