

## Erreichte Punkteanzahl:

Thema :	.....
Aufgabe 1:	.....
Aufgabe 2:	.....
Aufgabe 3:	.....
Aufgabe 4:	.....
Gesamt:	.....

Name: .....

Matr.Nr.: .....

Datum:

## 2. Diplomprüfung - Diplomstudienplan ABW (16 SStd.)

### Spezielle Marketing und Int. Management

Ao. Univ.-Prof. Dr. Sonja Grabner-Kräuter

Es sind ein Thema (33% = 80min) und vier Aufgaben (66% = 160min/ pro Frage: 40 min) zu bearbeiten. Der Bearbeitung des Themas ist eine Gliederung voranzustellen.

### I. Thema (80 Punkte):

#### Besonderheiten der internationalen Marktforschung

Auszug aus einem Beitrag im Wirtschaftsblatt (als Gedankenanstoß):

*„Marktforschung und Werbung in Asien hat ihre ganz eigenen Gesetze. Wer sich auf Telefonumfragen beschränkt, könnte demnach sein blaues Wunder erleben.*

*"Marktforschung in Asien ist eine ganz eigene Geschichte", sagt Felix Vogler, Country-Manager für die DACH-Region beim Research Unternehmen Evalueserve. Der Griff zum Telefon bringe dort meist nicht die gewünschten Resultate. Dafür sind laut dem Experten kulturelle Unterschiede verantwortlich. Als Beispiele nennt er Südkorea und Japan: Obwohl die meisten Menschen dort ein Handy besitzen, sind Telefonumfragen nicht zielführend. "Die meisten Menschen in Japan und in Südkorea sind am Telefon nicht besonders auskunftsfreudig", sagt Vogler. Meistens würden aus Höflichkeitsgründen nur dem Interviewer genehme Antworten gegeben, oder es werde von vornherein versucht, den lästigen Anrufer abzuwimmeln."*

Geben Sie einen umfassenden und strukturierten Überblick über die Herausforderungen und besonderen Probleme, mit denen Unternehmen im Zuge der internationalen Marktforschung konfrontiert werden. Gehen Sie in Ihren Ausführungen sowohl auf die Sekundär- als auch die Primärforschung ein und erläutern Sie auch mögliche Ursachen für die herausgearbeiteten Probleme.

### II. Aufgaben (Bitte beantworten Sie alle 4 Fragen!)

#### Aufgabe 1 (40 Punkte): MIM-Grundlagen 1: Strategisches & operat. Marketing

Beschreiben Sie ausführlich die Wettbewerbsstrategien nach Porter. Gehen Sie dabei detaillierte und auch kritisch auf die einzelnen Strategien ein und bringen Sie jeweils ein Praxisbeispiel. Erklären Sie zudem welchen Einfluss die Wettbewerbsstrategien nach Porter auf die Wahl des Portfolio-Ansatzes haben. (40 Punkte)

#### Aufgabe 2 (40 Punkte): MIM-Grundlagen 4: Int. Marketing/ B2B Marketing

2a) Erläutern Sie den Unterschied zwischen Adaptationsstrategien und Standardisierungsstrategien im internationalen Marketing. Welche Adaptationsstrategien (Möglichkeiten der Differenzierung) in Bezug auf die Produktpolitik finden Anwendung im internationalen Marketing? Welche Auswirkungen hat die Adaptationsstrategie auf die Verpackungsgestaltung? (25 Punkte)

2b) Beschreiben Sie das Joint Venture als Form der internationalen Markterschließung bzw. Markteintrittsstrategie. Diskutieren Sie mögliche Vorteile und Nachteile und gehen Sie auf die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Joint Venture ein. (15 Punkte)

### Aufgabe 3 (40 Punkte): MIM-Grundlagen 4: Marktforschung

- Sie sind ein Hotelbetreiber und möchten die Zufriedenheit Ihrer Gäste abfragen. Überlegen Sie zunächst welche Bereiche die Zufriedenheit aus Sicht des Kunden wichtig sind. Erstellen Sie in weiterer Folge einen Vorschlag für einen schriftlichen Fragebogen (versuchen Sie auch diesen optisch, messtechnisch etc. gut zu gestalten). Bitte gehen Sie hier nicht auf Theorie ein, konzentrieren Sie sich auf die Umsetzung im Fragebogen (Filterfragen, Fragenanordnung, Skalierungstechniken, etc.) (25 Punkte).
- Folgend sehen Sie den Auszug eines SPSS Outputs. Gemessen wurde **wie viele Wünsche auf Wunschzetteln** im **Schnitt Markennennungen** aufweisen, und **ob dies abhängig davon ist ob die Kinder einen Brief, eine Liste etc.** geschrieben haben. Beantworten Sie folgende Fragen:
  - Welches Messniveau haben die **Anzahl der Wünsche** und die **Art des Wunschzettels**? **Und als Schluss daraus, welche Analyse liegt hier vor?** (4 Punkte)
  - Wie viele Markenwünsche gab es im Mittel und wie würden Sie die Streuung beurteilen? Welche Werte würden Sie hierfür heranziehen? Markieren Sie dies im Output? (3 Punkte)
  - Gibt es überhaupt signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen oder sind die Werte nur zufällig unterschiedlich? (4 Punkte)
  - Welche Gruppen unterscheiden sich im Speziellen, d.h. gibt es Gruppen die nur zufällige Unterschiede aufweisen oder signifikante. Markieren Sie auch dies im Output. (4 Punkte)

(Wird verarbeitet...)

**ONEWAY deskriptive Statistiken**

Anz\_Markennennung

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler	95%-Konfidenzintervall für den Mittelwert		Minimum	Maximum
					Untergrenze	Obergrenze		
1.00 letter	97	1.60	1.455	.148	1.30	1.89	0	6
2.00 list (written)	82	2.10	2.365	.261	1.58	2.62	0	12
3.00 drawings	33	.42	.792	.138	.14	.70	0	3
4.00 collage	16	3.67	3.519	.899	1.72	5.62	0	12
6.00 list drawn and written	15	2.73	3.535	.913	.78	4.69	0	13
Gesamt	242	1.81	2.198	.141	1.53	2.08	0	13

**ONEWAY ANOVA**

Anz\_Markennennung

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	139.006	4	34.751	8.036	.000
Innerhalb der Gruppen	1024.866	237	4.324		
Gesamt	1163.872	241			

**Mehrfachergleiche**

Anz\_Markennennung  
LSD<sup>a</sup>

(I) Gestaltung_red	(J) Gestaltung_red	Mittlere Differenz (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
					Untergrenze	Obergrenze
1.00 letter	2.00 list (written)	-.500	.312	.111	-1.11	.11
	3.00 drawings	1.174 <sup>*</sup>	.419	.006	.35	2.00
	4.00 collage	-2.069 <sup>*</sup>	.577	.000	-3.21	-.93
	6.00 list drawn and written	-1.135	.577	.050	-2.27	.00
2.00 list (written)	1.00 letter	.500	.312	.111	-.11	1.11
	3.00 drawings	1.673 <sup>*</sup>	.428	.000	.83	2.52
	4.00 collage	-1.569 <sup>*</sup>	.584	.008	-2.72	-.42
	6.00 list drawn and written	-.636	.584	.277	-1.79	.51
3.00 drawings	1.00 letter	-1.174 <sup>*</sup>	.419	.006	-2.00	-.35
	2.00 list (written)	-1.673 <sup>*</sup>	.429	.000	-2.52	-.83
	4.00 collage	-3.242 <sup>*</sup>	.648	.000	-4.52	-1.97
	6.00 list drawn and written	-2.309 <sup>*</sup>	.648	.000	-3.58	-1.03
4.00 collage	1.00 letter	2.069 <sup>*</sup>	.577	.000	.93	3.21
	2.00 list (written)	1.569 <sup>*</sup>	.584	.008	.42	2.72
	3.00 drawings	3.242 <sup>*</sup>	.648	.000	1.97	4.52
	6.00 list drawn and written	.833	.759	.220	-.56	2.43
6.00 list drawn and written	1.00 letter	1.135	.577	.050	.00	2.27
	2.00 list (written)	.636	.584	.277	-.51	1.79
	3.00 drawings	2.309 <sup>*</sup>	.648	.000	1.03	3.58
	4.00 collage	-.933	.759	.220	-2.43	.56

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Aufgabe 4 (40 Punkte): MIM-Vertiefung 1: Internat. Konsumentenverhalten

Was versteht man unter Einstellung? Welche wesentlichen theoretischen Annahmen stehen hinter diesem Konstrukt? Erklären Sie des Weiteren, wie Einstellung und Verhalten zusammenhängen. Erklären Sie zum Abschluss wie Einstellungen sich ändern können, und wozu man Einstellungswerte der Kunden im strategischen und operativen Marketing heranziehen kann.