

## IHK Fachwirt Marketing Prüfung 2023 Praktisch

Prüfungsteilnehmer/in: \_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_ Dauer: 240 Minuten Gesamtpunktzahl: 100

Teil A: Markt- und Wettbewerbsanalyse (30 Punkte)

Aufgabe A1 (12 Punkte)

Sie erhalten folgende Marktdaten für Produkt X im Zeitraum 2019–2022:

| Jahr | Umsatzvolumen in Mio. € | Marktvolumen in Mio. € |
|------|-------------------------|------------------------|
| 2019 | 18,4                    | 120,0                  |
| 2020 | 21,0                    | 130,0                  |
| 2021 | 24,5                    | 140,0                  |
| 2022 | 28,0                    | 150,0                  |

- a) Berechnen Sie für jedes Jahr den absoluten und relativen Marktanteil von Produkt X. (6 P)  
b) Analysieren Sie den Trend und leiten Sie zwei strategische Empfehlungen für die Marktpositionierung ab. (6 P)

Aufgabe A2 (18 Punkte)

Ein neuer Wettbewerber betritt den Markt mit einem Preisniveau von 15 % unter Ihrem Listenpreis.

- a) Führen Sie eine Fünf-Kräfte-Analyse nach Porter für diesen Wettbewerber durch. Stellen Sie Kernaussagen in einer Übersicht dar. (10 P)  
b) Beschreiben Sie zwei Gegenmaßnahmen, um die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Je Maßnahme jeweils 4 Punkte. (8 P)

Teil B: Fallstudie Produktlaunch (25 Punkte)

Lesen Sie den folgenden Kurzfall:

Die Firma "GrünTech GmbH" plant im Juli 2023 die Einführung eines umweltfreundlichen Smart-Home-Thermostats.

Zielgruppenanalyse hat gezeigt: technikaffine Umweltbewusste zwischen 30 und 50 Jahren in Ballungsräumen.

Aufgaben:

B1 (10 Punkte)

Entwickeln Sie ein kurz- bis mittelfristiges Marketingziel nach SMART-Kriterien. Formulieren Sie das Ziel in einem vollständigen Satz.

B2 (15 Punkte)

Erarbeiten Sie einen integrierten Marketingmix (4Ps). Gliedern Sie Ihre Darstellung in:

- Produktpolitik (3 P)
- Preispolitik (4 P)
- Distributionspolitik (4 P)
- Kommunikationspolitik (4 P)

Geben Sie pro Bereich jeweils eine konkrete Maßnahme und eine Begründung.

Teil C: Kalkulation und Budgetierung (20 Punkte)

Die GrünTech GmbH kalkuliert die Selbstkosten je Thermostat wie folgt:

Materialkosten 45,– €

Fertigungslöhne 20,– €

Sonstige variable Kosten 10,– €

Fixkostenanteil (pro Stück bei geplanter Auflage 5.000 Stk.) 8,– €

Aufgabe C1 (8 Punkte)

Berechnen Sie:

- a) Herstellkosten je Stück  
b) Selbstkosten je Stück  
c) Break-even-Menge bei einem Listenverkaufspreis von 120,– €

Aufgabe C2 (12 Punkte)

Sie sollen für die Markteinführung ein Marketingbudget planen:

- Mediale Werbung Online (Display, Social Media)
- Direktmarketing (E-Mail, Printmailer)
- PR-Maßnahmen (Presseevents)

Erstellen Sie eine Übersichtstabelle mit: Maßnahmen, geschätzten Kosten (in €), erwarteten Reichweiten (Anzahl Kontakte) und einer kurzen Begründung der Budgetverteilung. Gesamtbudget maximal 50.000 €. (12 P)

Teil D: Gestaltung eines Marketingprozesses (15 Punkte)

Aufgabe D1 (15 Punkte)

Entwerfen Sie ein Flussdiagramm, das den Ablauf eines standardisierten Produktentwicklungsprozesses im Marketing abbildet.

Ihr Diagramm muss mindestens folgende Phasen enthalten:

- Ideenfindung
- Screening
- Konzept- und Produkttest
- Markteinführung
- Kontrolle

Fügen Sie jeweils Entscheidungspunkte und Rückkopplungsschleifen hinzu. Beschriften Sie alle Elemente klar und weisen Sie pro Phase an, welche Key Performance Indicators (KPIs) gemessen werden sollen.

Teil E: Nachhaltiges Marketing und Ethik (10 Punkte)

Aufgabe E1 (10 Punkte)

Diskutieren Sie in einem strukturierten Essay (ca. 200–250 Wörter) die Bedeutung von Corporate Social Responsibility (CSR) im Marketing. Gehen Sie dabei auf folgende Punkte ein:

- Abgrenzung CSR versus reines Cause- bzw. Greenwashing (4 P)
- Drei konkrete CSR-Maßnahmen, die einen langfristigen Wettbewerbsvorteil schaffen (6 P)

Ende der Prüfung. Bitte prüfen Sie alle Antworten auf Vollständigkeit. Viel Erfolg!