

IHK Fachwirt Marketing Prüfung 2025 Praktisch

Prüfungsteil A: Marketingstrategie und -konzeption (50 Punkte)

Fallstudie: Die GreenTech GmbH entwickelt einen neuen E-Scooter für urbane Pendler. Ziel ist Markteintritt in Deutschland innerhalb von 12 Monaten.

Aufgabe A1 – Marktanalyse (10 Punkte)

1.1 Erstellen Sie eine SWOT-Analyse für die GreenTech GmbH. (6 P)

1.2 Skizzieren Sie kurz den Gesamtmarkt für Elektrokleinstfahrzeuge in Deutschland (Marktvolumen, Wachstum). (4 P)

Aufgabe A2 – Zielgruppen und Positionierung (15 Punkte)

2.1 Definieren Sie mindestens zwei Zielgruppen mit jeweils je drei Merkmalen (soziodemografisch, psychografisch). (6 P)

2.2 Formulieren Sie für jede Zielgruppe einen Nutzenversprechen-Slogan (je 2 P). (4 P)

2.3 Entwickeln Sie eine Positionierungsmappe (2 Achsen) und markieren Sie dort den E-Scooter von GreenTech im Verhältnis zu Konkurrenzprodukten. (5 P)

Aufgabe A3 – Marketing-Mix-Konzept (25 Punkte)

3.1 Produktpolitik (8 P)

a) Listen Sie drei Produktdifferenzierungsmerkmale auf.

b) Skizzieren Sie den Produktlebenszyklus grafisch und positionieren Sie den neuen E-Scooter.

3.2 Preispolitik (6 P)

a) Empfehlen Sie eine Preisstrategie (Penetration, Skimming o. Ä.) und begründen Sie.

3.3 Kommunikationspolitik (6 P)

a) Wählen Sie drei Kommunikationsinstrumente aus (z. B. Social Media, OOH, Influencer) und erläutern Sie kurz die Einsatzziele.

3.4 Distributionspolitik (5 P)

a) Stellen Sie zwei Vertriebswege dar (Direkt, Indirekt) und benennen Sie Vor- und Nachteile.

Prüfungsteil B: Operatives Marketing (50 Punkte)

Fallstudie: Die Fit & Fun AG möchte ein neues Nahrungsergänzungsmittel (Proteinriegel) im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) einführen.

Aufgabe B1 – Preis- und Konditionenpolitik (12 Punkte)

1.1 Ermitteln Sie auf Basis folgender Daten den Listenverkaufspreis pro Riegel:

Herstellkosten 0,80 €, Gemeinkostenzuschlag 25 %, Handelsspanne 30 %, Umsatzsteuer 7 %. (8 P)

1.2 Beschreiben Sie zwei Rabattarten und deren Einsatzbedingungen im LEH. (4 P)

Aufgabe B2 – Kommunikationspolitik (15 Punkte)

2.1 Erarbeiten Sie einen Kommunikationsplan für die Markteinführung (Ziel, Zielgruppe, Botschaft, Budgetverteilung). (9 P)

2.2 Entwerfen Sie einen einfachen Mediaplan (Kanäle, Reichweite, Kosten; tabellarisch). (6 P)

Aufgabe B3 – Distributionspolitik (12 Punkte)

3.1 Vergleichen Sie den Absatz über stationäre LEH-Filialen versus Online-Direktvertrieb. Nennen Sie je drei Vor- und Nachteile. (8 P)

3.2 Skizzieren Sie das Logistiknetzwerk von Hersteller bis Endkunde (Diagramm). (4 P)

Aufgabe B4 – Marketing-Controlling (11 Punkte)

4.1 Nennen Sie vier relevante KPIs zur Erfolgskontrolle der Einführungskampagne. (4 P)

4.2 Beschreiben Sie kurz, wie Sie Soll-Ist-Vergleiche durchführen und Abweichungen beurteilen. (4 P)

4.3 Formulieren Sie zwei Maßnahmen zur Korrektur bei negativen Abweichungen. (3 P)

Gesamtpunktzahl: 100 Punkte

Bearbeitungszeit: 240 Minuten

Hilfsmittel: Nicht programmierbarer Taschenrechner, Fachwörterbuch erlaubt.