

# 35 Fragen zum Thema "Grundlagen Marketing"

Die Lösungen bekommst Du von Deinem Berufsschullehrer oder Fachdozenten

---

**01. Der sogenannte "Marketingkommunikationsmix" besteht aus 4 Komponenten.**

**Welche der untenstehenden Komponenten gehört nicht dazu ?**

- a) Verkauf
- b) Sponsoring
- c) Werbung
- d) Public Relations

**02. Die Kommunikationsstrategien sind stets ein Teil der integrierten Marketing- und Unternehmensplanung. Bringe die nachstehenden Begriffe durch Eintrag der Nummern 1 bis 3 in den Kästchen in die richtige Reihenfolge :**

Marketingziel

Unternehmensziel

Kommunikationsziel

**03. Nenne 4 Profilierungsmöglichkeiten von Marktleistung und Unternehmen. ( Es ist NICHT der Marketing-Mix gemeint !! )**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

**04. Ein Markenname für ein Produkt kann man in der Regel frei wählen. Welches Gesetz ist jedoch dabei immer zu beachten ?**

- a) BGB (Bürgerliches Gesetzbuch)
- b) UWG (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb)
- c) MarkenG (Markengesetz)

**05. Ein Logo dient als visuelles Kennzeichen einer Organisation. Hier wird oft der Begriff "symbolisch-assoziierend" benutzt. Nenne hierfür ein Beispiel !**

---

---

**06. Erläutere die Begriffe "Marketing" und "Marketing-Mix"**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**07. Welche Instrumente umfasst die Marketingstrategie eines Unternehmens ?**

---

---

---

---

**08. Um die Gründe für den Griff zur Zigarette in Erfahrung zu bringen, soll das Pausenverhalten der deutschen Schüler bezüglich ihrer Rauchgewohnheiten analysiert werden. Beurteile die Formen der Marktuntersuchung hinsichtlich ihrer Eignung für dieses Projekt !**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**09. Erläutere den Unterschied zwischen "Marktforschung" und "Markterkundung"**

---

---

---

---

---

---

---

---

**10. Nach welcher Regel wird grundsätzlich ein Marketingbudget festgelegt ?**

- a) In einem Prozentsatz vom erzielten Umsatz des Vorjahres der einzelnen Bereiche
- b) In einem Prozentsatz vom erzielten Gewinn in ausgewählten einzelnen Bereichen
- c) In einem Prozentsatz vom Gesamtkapital
- d) In einem Prozentsatz vom Wareneinsatz
- e) In einem Prozentsatz von erwarteten Gewinn in ausgewählten einzelnen Bereichen

**11. Es gibt Profit- und Nonprofit-Unternehmen.**

**Wie beschreibst Du Profit-Organisationen richtig ?**

- a) Sie bieten ihre Leistungen vor allem auch sozialschwachen sowie nicht zahlungskräftigen Kunden an.
- b) Sie dienen ausschließlich und unmittelbar gemeinnützigen, mildtätigen und kirchlichen Zwecken.
- c) Der Zweck liegt in der Deckung eines öffentlichen Bedarfs.
- d) Kontrollmaßstab für den Erfolg ist der Nutzen für die Allgemeinheit
- e) Die Preise für die Leistungen ergeben sich über den Markt

**12. Dein Arbeitgeber ist der als gemeinnützig anerkannte Verein**

**"Gesund leben e.V." Welche zwei Grundlagen müssen u.a. gegeben sein, um die Anerkennung der "Gemeinnützigkeit" zu erlangen ?**

- a) Zugang nur für bestimmte Personen oder Personengruppen
- b) Geringe Verwaltungskosten
- c) Selbstlosigkeit
- d) Vorrangige Förderung von Freizeitaktivitäten
- e) Förderung der Allgemeinheit
- f) Vertretung von Berufs- und Standesinteressen

**13. Du weißt, dass gemeinnützige und eingetragene Vereine steuerliche Vorteile haben. Aus Übersichtsgründen soll Dein Arbeitgeber, der Verein "Gesund leben e.V.", in mehrere Sparten bzw. Bereiche und Geschäftsbetriebe unterteilt werden.**

**In welcher Sparte unterliegen Einnahmen und Ausgaben Deines Arbeitgebers keinerlei Besteuerung, egal ob Gewinne oder Verluste gemacht werden ?**

- a) Zweckbetrieb
- b) Ideeller Betrieb
- c) Vermögensverwaltung
- d) Wirtschaftlicher Gemeinbetrieb nach § 67a AO
- e) Übriger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb

**14. Du erhältst im Rahmen Deiner Tätigkeit in der Abteilung "Marketing" zwei unterschiedliche Angebote für Hochglanz-Visitenkarten mit fünffarbigen Reliefdruck :**

**Angebot A**

**10 Visitenkarten kosten 39,90 € (netto).**

**Bei Abnahme von 100 Stück gibt es Naturalrabatt von 5 Stück.**

**Angebot B**

**Eine Visitenkarte kostet 4,10 € (netto).**

**Bei Abnahme von 100 Stück gibt es 10% Barabatt.**

**Wie viel € (netto) beträgt die Differenz zwischen dem günstigeren und dem teureren Angebot pro Stück bei Abnahme von 100 Stück ?**

**15. Du planst ein Marketing-Event für Deinen Arbeitgeber ("Gesund leben e.V."). Aber in den Bundesländern gibt es Landesgesetze, die als Feiertaggesetze bei der Planung von Veranstaltungen zu beachten sind.**

**Welche zwei Ziele werden mit diesen Gesetzen u.a. verfolgt ?**

- a) Steuerung des Straßenverkehrs
- b) Schutz der "stillen" Feiertage
- c) Reduzierung des Alkoholismus
- d) Schutz der Gottesdienstzeiten
- e) Zusammenführung der Familien an Sonn- und Feiertagen

**16. Was bedeutet "Corporate Identity" ?**

- a) Dient dazu das Unternehmen für den "Kunden" unverwechselbar zu machen
- b) Reine Imagewerbung
- c) Summe aller Werbemaßnahmen
- d) Präsentation für den "Kunden" bei jeder Gelegenheit
- e) Jeder "Kunde" verfügt über eine Chipkarte

**17. Du arbeitest in der Orthopädiewerkstatt "Knickknack OHG". Da Marketing schon während Deiner Ausbildung ein Lieblingsthema von Dir war ☺, analysierst Du die Marktsituation für die von Deinem Arbeitgeber vertriebenen Ellenbogenschützer auf Grund der abgebildeten Daten :**

Preis (€)	12,00	14,00	16,00	18,00	20,00	22,00	24,00	26,00
Nachfrage (St.)	45	40	35	30	25	20	15	10
Angebot (St.)	10	12	14	16	18	20	22	24

**Bestimme den Gleichgewichtspreis für Ellenbogenschützer in € !**

**18. Situation wie Aufgabe 17**

**Berechne den Umsatz, der bei einem Preis von 18,00 € erzielt wird, in €**

**19. Situation wie Aufgabe 17**

**Prüfe, welche Marktsituation bei einem Preis von 26,00 € gegeben ist !**

- a) Nachfrageüberhang
- b) Angebotslücke
- c) Marktgleichgewicht
- d) Angebotsüberhang
- e) Verkäufermarkt

20. Auf einem Markt mit vollständiger Konkurrenz besteht für ein gleichartiges Gut folgende Gesamtnachfrage und folgendes Gesamtangebot:

Preis je t (in EUR)	Gesamtnachfrage (in t)	Gesamtangebot (in t)
100	2500	1700
105	2300	1900
110	2100	2100
115	1900	2300
120	1700	2500

Welche Aussage ist richtig ?

- a) Bei einem Preis von 115,00 EUR je t besteht ein Angebotsüberhang von 500 t.  
 b) Der Gleichgewichtspreis liegt bei einer Nachfragemenge von 1700 t.  
 c) Bei einem Preis von 105,00 EUR je t besteht ein Nachfrageüberhang von 400 t.  
 d) Bei einem Preis von 100,00 EUR je t besteht ein Nachfrageüberhang von 700 t.  
 e) Bei einem Preis von 110,00 EUR je t besteht ein Angebotsüberhang von 200 t.

21. Jedem Anbieter von Produkten (Waren und Dienstleistungen) ist es erlaubt, sich um Geschäftsabschlüsse mit Marktpartnern zu bewerben. Damit der Kampf um Marktanteile nicht ausufert, hat der Gesetzgeber zahlreiche Gesetze geschaffen. Nenne die in diesem Zusammenhang drei wichtigsten Gesetze für den Bereich "Gesundheitswesen" !

1. \_\_\_\_\_  
 2. \_\_\_\_\_  
 3. \_\_\_\_\_

22. Die persönliche Wirkung auf die Zuhörerschaft während einer Präsentation und damit auch der Erfolg hängt viel von Ihrer Körpersprache ab. Beschreibe drei durch Körperhaltung, Gestik oder Mimik ausgesendete Signale und deren jeweilige Auswirkung auf die Teilnehmer während der Präsentation.

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**23. Zuständig für die ambulante Pflege hast Du die Aufgabe, eine Analyse zu erstellen, aus der die Einflussfaktoren auf das Nachfrageverhalten der Kunden hervorgehen.**

**Nenne vier Bereiche von Einflussfaktoren, die hierbei zu berücksichtigen sind und nenne je Bereich ein Beispiel.**

**1.** \_\_\_\_\_

**Bsp.:** \_\_\_\_\_

**2.** \_\_\_\_\_

**Bsp.:** \_\_\_\_\_

**3.** \_\_\_\_\_

**Bsp.:** \_\_\_\_\_

**4.** \_\_\_\_\_

**Bsp.:** \_\_\_\_\_

- 24. Kaum ein Begriff im Marketing ist so mit Emotionen belegt wie der Begriff der Werbung. Dennoch ist Werbung als Element der Kommunikationspolitik nicht wegzudenken.**
- a) Definiere den Begriff "Werbung"**
  - b) Du bist künftige/r Geschäftsführer/in eines ambulanten Pflegedienstes. Das Unternehmen existiert bereits seit einigen Jahren; es existiert aber ein zunehmender Druck vonseiten der Wettbewerber. Du entscheidest Dich, verstärkt Werbung zu betreiben. Beschreibe anhand von drei Beispielen mögliche Werbeziele und ihre praktische Umsetzung !**



- 25. Du hast eine Festanstellung als "Projektmanager/in" in einer Drogenberatung. Für die Jugendlichen, die inzwischen "clean" sind, planst Du betreute Wohngruppen. Du hast inzwischen ein ideales Gebäude gefunden. Die Nachbarn wehren sich jedoch massiv und öffentlich gegen dieses Projekt.**

**Beschreibe Deine Vorgehensweise, um dem Projekt zum Erfolg zu verhelfen !**

**26. Du bist für die Öffentlichkeitsarbeit eines Krankenhauses mit zuständig. Du planst eine Internetpräsenz der Einrichtung. Nenne sechs wesentliche Inhalte der Internetseite, die den Nutzer über das Krankenhaus informiert !**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_

**27. Öffentlichkeitsarbeit ist ein Teilbereich von Marketing. Erläutere fünf Ziele bzw. Funktionen der Öffentlichkeitsarbeit.**

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

28. Um das Leistungsangebot der Einrichtung stärker an den Wünschen der Patienten und Besucher zu orientieren, planst Du eine Befragung zum Thema "Besuchszeitregelung im Krankenhaus". Du hast Dich dabei für eine mündliche oder schriftliche Befragung zu entscheiden.

- a) Nenne vier Kriterien, die Du bei der Konzeption der Befragung berücksichtigen musst.  
 b) Stelle je zwei Vor- und zwei Nachteile der mündlichen Befragung gegenüber der schriftlichen Befragung dar.

a)

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

b)

Vorteile	Nachteile
<b>Mündliche Befragung</b>	
<b>Schriftliche Befragung</b>	

- 29. Du veranstaltest ein großes Benefizkonzert. Diese Veranstaltung wird von mehreren Firmen gesponsert. Dafür erwarten die Unternehmen eine Gegenleistung und einen Sponsoringvertrag.**
- a) Beschreibe, welche Gegenleistungen angeboten werden können.**
  - b) Erläutere fünf wesentliche Bestandteile eines Sponsoringvertrages.**

30. a) Nenne vier Rechtsformen, die für Non-Profit-Organisationen infrage kommen.  
b) Nenne zwei Steuervergünstigungen, die eine als gemeinnützig anerkannte Körperschaft erhält.

a)

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

b)

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

31. Täglich werden wir im Fernsehen mit "Social Marketing" konfrontiert. Erkläre "Social Marketing" und nenne drei Beispiele.

**Erklärung**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Beispiele**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

**32. Du bist für das Fundraising in einer großen Sozialstation verantwortlich.**

- a) Erläutere den Begriff "Fundraising".
- b) Nenne sechs Bereiche des Fundraising, in denen künftig Veränderungen stattfinden könnten.

**Erklärung**

---

---

---

**Bereiche**

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_
- 3. \_\_\_\_\_
- 4. \_\_\_\_\_
- 5. \_\_\_\_\_
- 6. \_\_\_\_\_

**33. Beim Sommerfest der Medical gGmbH planst Du den Auftritt einer Band, deren Repertoire aus Schlagern der 20er Jahre besteht. Was hast Du in Bezug auf die Anmeldung der Veranstaltung bei der GEMA zu beachten ?**

---

---

---

---

**34. Nenne fünf Phasen, nach denen jeder Marketing-Management-Prozess abläuft !**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

**35. Was bedeutet im Rahmen der Pressearbeit die "AKTION-Konzeption" ?**

- A** = \_\_\_\_\_
- K** = \_\_\_\_\_
- T** = \_\_\_\_\_
- I** = \_\_\_\_\_
- O** = \_\_\_\_\_
- N** = \_\_\_\_\_