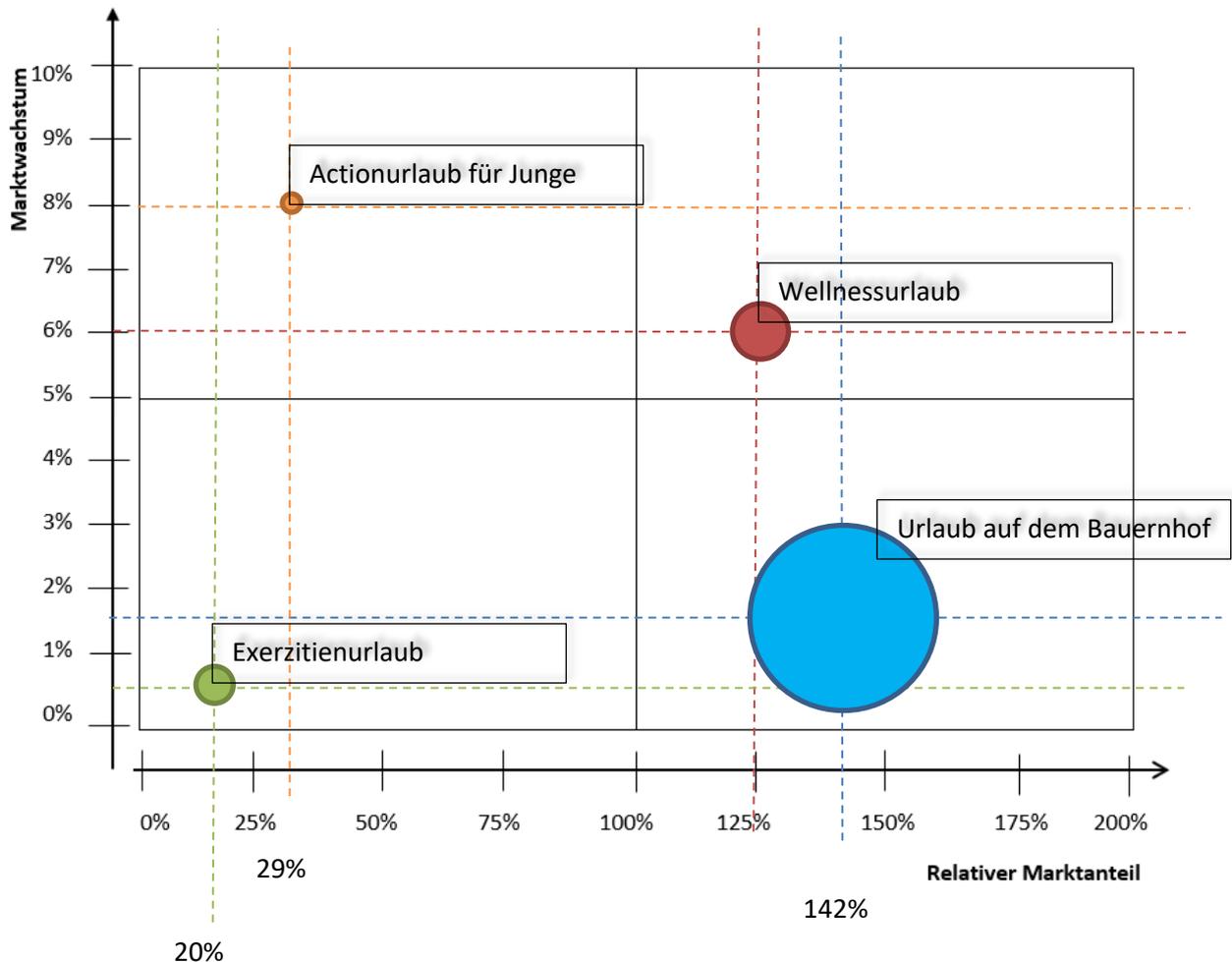


### Aufgabe 1

Bitte vervollständigen Sie anhand der Daten aus dem Rechnungswesen die unterstehende Portfoliomatrix, indem die 4 SGF entsprechend des Marktwachstum, des relativen Marktanteils und der Größe des SGF zeichnerisch positionieren.

(Anmerkung: 10% Anteil am Gesamtumsatz entspricht dem Durchmesser eines Kreises von 0,5cm)



### Aufgabe 2

Bitte interpretieren sie die Position der vier Geschäftsfelder im Portfolio mit Hilfe der Klassifikationen der Boston-Consulting-Group: „Question Mark“, „Star“, „Cash Cow“, „Dog“

Bitte begründen Sie Ihre Positionierung!

<p>SGF 1</p> <p>Urlaub auf dem Bauernhof</p>	<p>„Melkkuh“</p> <p>Relativ hoher Geschäftsanteil, tendenziell geringes Marktwachstum, bei hohem Anteil am Gesamtumsatz (50%)</p>
<p>SGF 2</p> <p>Wellnessurlaub im 5 Sterne Hotel</p>	<p>„Star“</p> <p>Hohes Marktwachstum bei hohem relativen Marktanteil und bei mittelhohem Anteil am Gesamtumsatz (15%)</p>
<p>SGF 3</p> <p>Exerzitionenurlaub</p>	<p>„Dog“</p> <p>Geringes Marktwachstum bei geringem relativen Marktanteil und geringem Anteil am Gesamtumsatz (10%)</p>
<p>SGF 4</p> <p>Action Urlaub für Junge</p>	<p>„Fragezeichen“</p> <p>Hohes Marktwachstum, bei geringem relativen Marktanteil und sehr geringem Anteil am Gesamtumsatz (5%)</p>

### Aufgabe 3 (8 BE, 1 BE für die Nennung der Normstrategie, 1 BE für die Erklärung)

Der Geschäftsführer der Fa. Müller Reisen möchte wissen, welche Möglichkeiten es gibt, die 4 Geschäftsfelder weiterzuentwickeln. Bitte orientieren Sie sich dabei an den Normstrategien der BCO.

<p>SGF 1</p> <p>Urlaub auf dem Bauernhof</p>	<p>„Marktaberschöpfung“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktanteile halten, aber nicht mehr ausbauen</li> <li>• Wenig Neuinvestitionen, nur Ersatzinvestitionen</li> <li>• Ziel: Möglichst viel Gewinn erwirtschaften</li> </ul>
<p>SGF 2</p> <p>Wellnessurlaub im 5-Sterne Hotel</p>	<p>Investitionsstrategie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktanteile ausbauen</li> <li>• Konkurrenzprodukte abwehren</li> <li>• Hoher Finanz- und Investitionsbedarf</li> </ul>
<p>SGF 3</p> <p>Exerzitenurlaub im Kloster</p>	<p>„Desinvestition“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sich vom Markt zurückziehen</li> <li>• Keine oder nur minimale Investition</li> <li>• Verkauf der Produktion oder Liquidation</li> <li>• Mittelfristiges Ziel: Abstoßen</li> </ul>
<p>SGF 4</p> <p>Actionurlaub für Junge</p>	<p>„Nachwuchsprodukte“</p> <p>a) Die Entwicklung jedes einzelnen Produktes beobachten!</p> <p>b) Selektiv: Offensivstrategie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• In die Produkte stark investieren</li> <li>• Marktanteil deutlich steigern</li> <li>• Aber hoher Investitionsbedarf</li> </ul>

**Aufgabe 4 (6 BE)****Problem:**

Beim Produkt „Urlaub auf dem Bauernhof“ wird reine Marktaberschöpfung empfohlen, verbunden mit dem Zurückfahren von Investitionen. Hintergrund: Nach dem Produktlebenszyklus ist zu erwarten, dass das Produkt mittelfristig ohnehin vom Markt genommen wird

Der Anteil am Umsatz liegt bei 50%. Es handelt sich hierbei um das Kerngeschäft der Firma. Ein Herunterfahren der Investitionen des Kerngeschäftes bewirkt mittelfristig und folgerichtig einen Wegfall von 50% des Umsatzes. Der Betrieb wäre folglich vermutlich pleite.

Als Ziel sei vorgeschlagen:

- 1) Erarbeitung eines funktionierenden Marketing-Konzeptes mit Produktgestaltung, Preis-Konditionenpolitik, Informationspolitik
- 2) Gezielte Werbung, so dass der Marktanteil gegenüber der Konkurrenz steigt.
- 3) Oder: Differenzierte Konditionenpolitik: z.B. Rabatte für Kinder, wenn die Eltern bereits aktive Kunden sind.
- 4) ...