

# Institut für Handel & Marketing (H&M)

Literatureingangsprüfung: Erste Leistungsüberprüfung SBWL Handel & Marketing (H&M),  
SS 2019; 29.01.2019, 13:00 Uhr bis 15:00 Uhr (Arbeitszeit: 1 Stunde).

**1. Bitte eintragen:**

Vorname(n): \_\_\_\_\_ Zuname: \_\_\_\_\_

Matr. Nr.: \_\_\_\_\_

**2. Sie sollten im ersten Semester der SBWL einerseits den GK I „Handelsmarketing“, als auch GK II „Methoden der Handels- und Marketingforschung“ besuchen. GK II wird zweimal angeboten. Bitte finden Sie anbei die Kursnummern, LV-LeiterInnen, sowie ab wann die Anmeldung freigeschalten ist:**

Alle Neueinsteiger/innen in die SBWL H&M **MÜSSEN** sich für beide Grundkurse (I und II) selbstständig anmelden:

- **GK I 4098: Handelsmarketing (Holweg/Nindl):** Anmeldung am 14.02.2019 ab 14:00 und
- **GK II 4516 / 5766: Methoden der Handels- und Marketingforschung (Kastner) / (Rychly-Resetar):** Anmeldung am 11.02.2019 ab 15:00

**3. WICHTIG für Sie als Information: unsere Kurse sind so geplant, dass Sie sich NIE überschneiden. Manche Einheiten sind zusammengelegt oder finden im Rahmen der Vortragsreihe „Praxisdialog“ statt.**

**BITTE NICHT AUSFÜLLEN**

Frage Nr.	Punkte	Erreichte Punkte	
1	30		Die <u>Ergebnisse über die Aufnahme in die SBWL</u> werden bis spätestens Mo, 04.02.2019 bekannt gegeben.  Die <u>Einsicht</u> findet am Di, 12.02.2019 um 13.00 Uhr statt. <u>Anmeldung</u> zur Einsicht via Email bei Tanja Gach (tanja.gach@wu.ac.at) bis Fr, 08.02.2019, bis 14:00 Uhr.
2	30		
3	30		
4	30		
5	30		
Summe	150		

**VIEL ERFOLG!**

**Frage 1: Uncles (2006)** skizziert in seinem Beitrag „**Understanding Retail Customers**“ ein „**Framework for Understanding Retail Customers**“. Skizzieren Sie dieses und gehen Sie auf die verschiedenen Komponenten des Frameworks ein. (30 Punkte)

**Frage 2:** Der **Last-Mile-Beitrag von Schnedlitz et al. (2013)** behandelt **Lösungsmöglichkeiten** zur Überwindung des Last Mile Problems. (30 Punkte)

- a) Beschreiben Sie **tabellarisch Vor- und Nachteile** von Systemen **unter Anwesenheit** des Empfängers.
- b) Beschreiben Sie **tabellarisch Vor- und Nachteile** von Systemen **ohne Anwesenheit** des Empfängers.

**Frage 3:** Die Wahl des Betriebstyps ist eine grundlegende Entscheidung im Handel.

- a) Was versteht man unter **Betriebstyp bzw. Betriebsform im Einzelhandel**? (5 Punkte)
- b) Beschreiben Sie vier **unterschiedliche Erscheinungsformen** im stationären Lebensmitteleinzelhandel und eine Erscheinungsform im Distanzhandel anhand **ihrer Merkmale**. (25 Punkte)

**Frage 4:** „**Retail Branding**“ ist ein wichtiger Begriff im Handelsmarketing.

- a) Erläutern Sie, was man unter dem **Handelsmarketing-Mix versteht** und führen Sie hierzu die wesentlichen **Beispiele** an. (20 Punkte)
- b) Welche **Voraussetzungen** muss der **Handelsmarketing-Mix** erfüllen, damit man von einer **starken Retail Brand** sprechen kann? (10 Punkte)

**Frage 5:** Diskutieren Sie unter der Verwendung von **Fachbegriffen** die **Auswirkungen preisorientierter Aktionspolitik** auf das **Konsumentenverhalten**. Unterscheiden Sie hier auch kritisch zwischen **langfristigen** und **kurzfristigen Auswirkungen**. (30 Punkte)

# Institut für Handel & Marketing (H&M)

Literatureingangsprüfung: Erste Leistungsüberprüfung SBWL Handel & Marketing (H&M),  
WS18/19; 05.09.2018, 13:30 Uhr bis 15:30 Uhr (Arbeitszeit: 1 Stunde).

**1. Bitte eintragen:**

Vorname(n): \_\_\_\_\_ Zuname: \_\_\_\_\_

Matr. Nr.: \_\_\_\_\_

**2. Sie sollten im ersten Semester der SBWL einerseits den GK I „Handelsmarketing“, als auch GK II „Methoden der Handels- und Marketingforschung“ besuchen. Jeder Grundkurs wird zweimal angeboten. Bitte finden Sie anbei die Kursnummern, LV-LeiterInnen, sowie ab wann die Anmeldung freigeschalten ist:**

Alle Neueinsteiger/innen in die SBWL H&M **MÜSSEN** sich für jeweils einen der folgenden zwei Grundkurse selbstständig anmelden:

- **GK I 0074 / 0783: Handelsmarketing (Holweg/Nindl):** Anmeldung am 20.09.2018 ab 14:00 und
- **GK II 1627 / 2093: Methoden der Handels- und Marketingforschung (Kastner) / (Rychly-Resetar):** Anmeldung am 25.09.2018 ab 14:00

**3. WICHTIG für Sie als Information: unsere Kurse sind so geplant, dass Sie sich NIE überschneiden. Manche Einheiten sind zusammengelegt oder finden im Rahmen der Vortragsreihe „Praxisdialog“ statt.**

**BITTE NICHT AUSFÜLLEN**

Frage Nr.	Punkte	Erreichte Punkte	
1	30		Die <u>Ergebnisse über die Aufnahme in die SBWL</u> werden am <u>Mo, 17.09.2018 (14 Uhr) per Aushang auf der Institutshomepage</u> bekannt gegeben.  Die <u>Einsicht</u> findet am <u>Do, 20.09.2018 um 13.00 Uhr</u> statt. <u>Anmeldung</u> zur Einsicht via Email bei <u>Tanja Gach (tanja.gach@wu.ac.at)</u> bis <u>Di, 18.09.2018, bis 16.00 Uhr.</u>
2	30		
3	30		
4	30		
5	30		
Summe	150		

**VIEL ERFOLG!**

**Frage 1:** Die Wettbewerbsarena des Handels ist durch vielfältige **Herausforderungen** geprägt.

- a) Beschreiben Sie die folgenden drei Spannungsfelder in der Wettbewerbsarena des Handels (24 Punkte):
- Diversifiziertes oder spezialisiertes Wachstum
  - Händler als Konkurrenten oder als Kooperationspartner
  - Stationärer oder elektronischer Handel als Formate/Kanäle
- b) Nehmen Sie zum Spannungsfeld „Stationärer-Handel vs. Online-Handel“ kritisch Stellung. Welche Risiken und welche Chancen bestehen für den Handel? (6 Punkte)

**Frage 2: Zielke (2012)** beschäftigt sich in seinem Beitrag mit den Herausforderungen von **sortimentspolitischen Entscheidungen**.

- a) Erläutern Sie, welche unterschiedlichen Ziele in der Sortimentspolitik im Handel zu berücksichtigen sind und gehen Sie dabei auch auf mögliche Zielkonflikte ein. (10 Punkte)
- b) Welche Entscheidungen sind im Rahmen der Sortimentspolitik zu treffen? (10 Punkte)
- c) Führen Sie aus, welche Rahmenbedingungen bei sortimentspolitischen Entscheidungen zu beachten sind. (10 Punkte)

**Frage 3:** Die Bedeutung von **E-Commerce** ist über die letzten Jahre stark gestiegen. (30 Punkte)

- a) Diskutieren Sie auf Basis des Last-Mile-Beitrags von **Schnedlitz et al. (2013)** Lösungsmöglichkeiten zur Überwindung der letzten Meile.
- b) Beschreiben Sie tabellarisch jeweils Vor- und Nachteile.
- c) Gehen Sie im Anschluss auf die Kostentreiber aus Unternehmenssicht, die einen wesentlichen Einfluss auf die Höhe der Logistikkosten der letzten Meile haben, ein.

**Frage 4:** Veränderungen in der Konsumgüterwirtschaft haben die Entwicklung von **Retail Brands** ausgelöst.

- a) Definieren Sie den Begriff Retail Branding im Detail und nennen Sie zwei Beispiele starker Retail Brands. (10 Punkte)
- b) Beschreiben und diskutieren Sie das Messmodell für die Markenstärke einer Retail Brand von **Morschett (2002)** aus dem Beitrag „Retail Branding – Strategischer Rahmen für das Handelsmarketing“. (20 Punkte)

**Frage 5:** Im Handel hat sich in den letzten Jahrzehnten der Fokus zunehmend auf den Aufbau und Erhalt **langfristiger Kundenbeziehungen** gelegt.

- a) Definieren Sie CRM auf Basis des Beitrags „Customer Relationship Management“ von **Eisenbeiß/Bleier (2012)**. (10 Punkte)
- b) Um ein effektives und effizientes Kundenmanagement zur Maximierung des Kundenwertes umsetzen zu können, bedarf es vier Komponenten. Nennen und erklären Sie diese vier Komponenten. (20 Punkte)