

# Institut für Handel & Marketing (H&M)

**Literatureingangsprüfung: Erste Leistungsüberprüfung SBWL Handel & Marketing (H&M),  
WS 17/18; 04.09.2017, 13:00 Uhr bis 14:30 Uhr (Arbeitszeit: 1 Stunde).**

**1. Bitte eintragen:**

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

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

**2. Welche Kurse möchten Sie im WS 2017/18 besuchen? Eine Zuteilung erfolgt auf Basis Ihres Ergebnisses bei der Literatureingangsprüfung. Bitte geben Sie Ihre Präferenzen an:**

Alle Neueinsteiger/innen in die SBWL H&M sind **automatisch** für den

- **GK I 0077/0841: Handelsmarketing** (Holweg/Nindl) und den
- **GK II 1821: Methoden der Handels- und Marketingforschung** (Kastner) angemeldet.

<b>Möchten Sie einen oder mehrere zusätzliche Kurse im WS 2017/18 besuchen?</b>		<input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja, <u>einen</u> weiteren Kurs <input type="checkbox"/> Ja, <u>zwei</u> weitere Kurse
Sollten Sie einen oder mehrere weitere Kurse im WS 2017/18 besuchen wollen, geben Sie bitte unten die Präferenzen für Ihre „Wunschkurse“ an (1 – höchste Präferenz, 2 – zweithöchste Präferenz, 3 – niedrigste Präferenz):			
<b>Präferenz (1 bis 3)</b>	<b>Lehrveranstaltungen der SBWL H&amp;M</b>		
	LV-Nr. 0022: <b>KonsumentInnenverhalten</b> (Cerha/Zniva)		
	LV-Nr. 0625: <b>Retail Marketing Consulting Projekt</b> (Cerha/Nindl)		
	LV-Nr. 0744: <b>Controlling und Key Account Management</b> (Linsbichler/Holweg)		
	LV-Nr. 0856: <b>Distributionslogistik</b> (Salesny)		

**BITTE NICHT AUSFÜLLEN**

Frage Nr.	Punkte	Erreichte Punkte	<p><b>Die Ergebnisse über die Aufnahme in die SBWL und die Zuteilung zu den Kursen werden am Mo, 18.09.2017 (14 Uhr) per Aushang auf der Institutshomepage bekannt gegeben.</b></p> <p><b>Die Einsicht findet am Do, 21.09.2017 um 14.00 Uhr statt. Anmeldung zur Einsicht via Email bei Tanja Gach (<a href="mailto:Tanja.Gach@wu.ac.at">Tanja.Gach@wu.ac.at</a>) am Mittwoch, 20.09.2017, bis 12.00 Uhr.</b></p>
1	30		
2	30		
3	30		
4	30		
5	30		
<b>Summe</b>	<b>150</b>		

**VIEL ERFOLG!**

**Frage 1:** „Retail Branding“ ist ein wichtiger Begriff im Handelsmarketing.

- a) Definieren Sie, was man unter „Retail Branding“ versteht (6 Punkte)
- b) Welche Voraussetzungen müssen für die Schaffung einer Retail Brand gegeben sein und (12 Punkte)
- c) welche Vorteile haben starke Retail Brands? (12 Punkte)

Führen Sie zu 1b) und 1c) jeweils einige Argumente an.

**Frage 2:** Die Bedeutung von E-Commerce ist über die letzten Jahre gestiegen.

- a) Im Beitrag „Retailing in Electronic Commerce“ werden „Retailers“ versus „E-Tailers“ auf Basis von 10 Faktoren gegenübergestellt. Nennen Sie 6 Faktoren und vergleichen Sie tabellarisch die unterschiedlichen Ausprägungen und Herausforderungen. (15 Punkte)
- b) Der Beitrag von Schnedlitz et al. beschäftigt sich mit Lösungsmöglichkeiten zur Überwindung der letzten Meile. Welche Systeme zur Überwindung des Last Mile Problems ohne Anwesenheit des Empfängers kennen Sie?  
Beschreiben Sie tabellarisch jeweils Vorteile und Nachteile. (15 Punkte)

**Frage 3:** Die in einer Kundendatenbank eines CRM-Systems erfassten Kunden-Rohdaten, können in sehr unterschiedlicher Weise weiterverarbeitet werden. Eine Möglichkeit ist die Ableitung von Kundenkennzahlen, die im Wesentlichen zur Beurteilung der zu Grunde liegenden Kundenbeziehungen sowie damit verbundener CRM-Maßnahmen dienen.

Welche zwei Klassen von CRM-Kundenkennzahlen gibt es (3 Punkte)? Nennen und erklären Sie die für den Handel relevanten CRM-Kundenkennzahlen dieser beiden Klassen (27 Punkte).

**Frage 4:**

- a) Definieren Sie den Begriff Betriebstyp (bzw. Betriebsform) und nennen und beschreiben Sie 3 primäre Betriebstypen im Einzelhandel (15 Punkte).
- b) Betriebstypenwettbewerb: Beschreiben Sie die 4 Themenbereiche in Bezug auf die Betriebstypenwahl und nehmen Sie abschließend zur Klassifizierung von Betriebstypen kritisch Stellung (15 Punkte).

**Frage 5:** Zielke (2012) bezeichnet die Sortimentspolitik als „Kernleistung eines Handelsunternehmens“.

- a) Erläutern Sie die Bedeutung der Sortimentspolitik für den Handel (5 Punkte) und geben Sie einen Überblick über die Handlungsalternativen in der Sortimentspolitik (10 Punkte)!
- b) Stellen Sie dar, welche Rahmenbedingungen sortimentspolitische Entscheidungen beeinflussen (10 Punkte) und
- c) erläutern Sie, in welche Form Verbundeffekte im Rahmen sortimentspolitischer Entscheidungen auftreten können (5 Punkte)!



# Institut für Handel & Marketing (H&M)

Literatureingangsprüfung: Erste Leistungsüberprüfung SBWL Handel & Marketing (H&M),  
SS 18; 12.02.2018, 14:00 Uhr bis 16:00 Uhr (Arbeitszeit: 1 Stunde).

**1. Bitte eintragen:**

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

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

**2. Welche Kurse möchten Sie im SS 2018 besuchen? Eine Zuteilung erfolgt auf Basis Ihres Ergebnisses bei der Literatureingangsprüfung. Bitte geben Sie Ihre Präferenzen an:**

Alle Neueinsteiger/innen in die SBWL H&M werden **automatisch** für die Kurse

- GK I 4106 / 4723: Handelsmarketing (Holweg/Nindl) und
- GK II 4551 / 6042 : Methoden der Handels- und Marketingforschung (Kastner) / (Rychly-Resetar) angemeldet.

Möchten Sie einen oder mehrere zusätzliche Kurse im SS 2018 besuchen?	<input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja, <u>einen</u> weiteren Kurs <input type="checkbox"/> Ja, <u>zwei</u> weitere Kurse
Sollten Sie einen oder mehrere weitere Kurse im SS 2018 besuchen wollen, geben Sie bitte unten die Präferenzen für Ihre „Wunschkurse“ an (1 – höchste Präferenz, 2 – zweithöchste Präferenz, 3 – niedrigste Präferenz):		
<b>Präferenz (1 bis 3)</b>	<b>Lehrveranstaltungen der SBWL H&amp;M</b>	
	LV-Nr. 4051: KonsumentInnenverhalten (Cerha/Zniva)	
	LV-Nr. 4549: Retail Marketing Consulting Projekt (Cerha/Nindl)	
	LV-Nr. 5320: Distributionslogistik (Salesny)	

**BITTE NICHT AUSFÜLLEN**

Frage Nr.	Punkte	Erreichte Punkte	
1	30		Die Ergebnisse über die Aufnahme in die SBWL und die Zuteilung zu den Kursen werden am Mo, <u>19.02.2018 (14 Uhr)</u> per Aushang auf der Institutshomepage bekannt gegeben.
2	30		
3	30		Die Einsicht findet am <u>Mi, 21.02.2018 um 13.00 Uhr</u> statt. Anmeldung zur Einsicht via Email bei Tanja Gach ( <a href="mailto:Tanja.Gach@wu.ac.at">Tanja.Gach@wu.ac.at</a> ) bis <u>Di, 20.02.2018, bis 12.00 Uhr</u> .
4	30		
5	30		
<b>Summe</b>	<b>150</b>		

**VIEL ERFOLG!**

**Frage 1:** Corporate Social Responsibility ist ein in der Lebensmittelwirtschaft nicht mehr wegzudenkendes Konzept. Unternehmen können mit ökonomisch sinnvollem Handeln auch Wettbewerbsvorteile generieren. Führen Sie hierzu bis zu vier Wettbewerbsvorteile für Unternehmen an. Bringen Sie zu diesen jeweils konkrete Anwendungsbeispiele aus dem Bereich der Food Value Chain oder einzelner Teilbranchen. (30 Punkte)

**Frage 2:** Im **B2C E-Commerce** wird die letzte Meile als die teuersten Meter zum Kunden beschrieben.

Diskutieren Sie auf Basis des Last-Mile-Beitrags die **Herausforderungen aus Unternehmenssicht** – gehen Sie dabei vor allem auch **auf die Kostentreiber** ein – und führen Sie **Lösungsmöglichkeiten** zur Überwindung der Last Mile-Problematik an. (30 Punkte)

**Frage 3:** Uncles 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 4:** Beschreiben Sie die Kernaussage und Phasen des „**Wheel of Retailing**“ nach McNair und nehmen Sie **kritisch Stellung** zu diesem Konzept. (30 Punkte)

**Frage 5:** Bei der preisorientierten Aktionspolitik im Handelsmarketing werden generell zwei konkurrierende Preisstrategien unterschieden: die **Preisvariationspolitik** und die **Dauerniedrigpreispolitik**.

- a) Unterscheiden Sie diese zwei Preisstrategien (10 Punkte).
- b) Nennen und beschreiben Sie zumindest **fünf Formen preisorientierter Aktionspolitik** im Detail (20 Punkte).

