

## **Thema: Preisdifferenzierung**

### **Definieren Sie den Begriff der Grenzkosten.**

Grenzkosten bezeichnen zusätzliche Kosten, die durch das Angebot dieses Produktes verursacht werden.

### **Definieren Sie den Begriffe der Opportunitätskosten.**

Opportunitätskosten sind Kosten für den entgangenen Nutzen oder Ertrag einer Entscheidung. Ich entscheide mich für eine Alternative und mir entgeht der Nutzen oder Ertrag der anderen Alternative.

### **Skizzieren Sie anhand eines gewählten Beispiels den Begriff der Opportunitätskosten.**

Ein Student entscheidet sich am Morgen für den Gang zur Universität und verzichtet damit auf den Nutzen der Freizeit.

### **Nach welcher Formel lässt sich die Preisuntergrenze ermitteln?**

Preisuntergrenze = Grenzkosten + (Fixkosten + Erlöse) : X - Variable Kosten

### **Nach welchen Merkmalen kann eine Preisdifferenzierung erfolgen?**

Die Preisdifferenzierung kann nach sachlichen, räumlichen, zeitlichen oder personenbezogenen Merkmalen erfolgen.

### **Nennen Sie drei Anwendungsvoraussetzungen zur Preisdifferenzierung.**

- (1) Aufspaltung des Gesamtmarktes in homogene Teilmärkte
- (2) Ökonomische Sinnhaftigkeit der Preisdifferenzierung
- (3) Keine Diskriminierung bestimmter Abnehmergruppen

### **Nennen Sie zwei Ziele der Preisdifferenzierung.**

- (1) Flexible Anpassung der Preisstellung an die jeweiligen Marktverhältnisse
- (2) Beeinflussung des Kaufverhaltens mit Vorteilen für die Produktion, Logistik, Verwaltung oder Finanzwirtschaft

### **Skizzieren Sie das Denkschema der Kommunikation nach Laswell in Bezug auf die Kommunikationspolitik.**

# Wer<sup>1</sup> sagt was<sup>2</sup>, wann<sup>3</sup>, unter welchen Bedingungen<sup>4</sup>, über welche Kanäle<sup>5</sup>, zu wem<sup>6</sup>, mit welchen Wirkungen?<sup>7</sup>

# 1 = Unternehmung bzw. Werbetreibender, 2 = Werbebotschaft, 3 = zeitlicher Werbeeinsatz, 4 = Umweltsituation, 5 = Medien bzw. Werbeträger, 6 = Zielperson bzw. Empfänger, 7 = Werbeerfolg