

Aufgabe 1



In einer Produktkategorie gibt es für Konsumentinnen und Konsumenten zwei relevante Marken (A und B). Bei zwei Eigenschaften gleichen sich diese Marken, doch bei der dritten Eigenschaft, die eine Wichtigkeit von 30 % besitzt, hat Marke A eine Ausprägung von 4 und Marke B eine Ausprägung von 9.

Die Kaufwahrscheinlichkeit von Marke A beträgt 55,55 %, wobei Luce's axiom of choice gilt. Der Nutzenstiftung einer Marke liegt das Idealpunktmodell ($r = 2$) zugrunde. Dabei gilt $U = \frac{5}{D}$. Der Nutzen von Marke A beträgt 5.

Welche ist die ideale Ausprägung der Eigenschaften 3?

Aufgabe 2



Beim Kauf von Jacken sind die Eigenschaften Länge, Breite und Wärmeisolierung relevant, die jeweils eine spezifische, ideale Ausprägung besitzen. Zwei vorliegende Jacken unterscheiden sich lediglich hinsichtlich ihrer Wärmeisolierung, die eine Wichtigkeit von 25 % besitzt. Modell A weist hier die Ausprägung 5 und Modell B die Ausprägung 8 auf. Die ideale Wärmeisolierung liegt irgendwo dazwischen.

Die Kaufwahrscheinlichkeit von Modell A beträgt 42,85 %, wobei Luce's axiom of choice gilt. Der Nutzenstiftung einer Marke liegt das Idealpunktmodell ($r = 1$) zugrunde. Dabei gilt $U = \frac{15}{D}$. Der Nutzen von Modell A beträgt 7,5.

Welche ist die ideale Ausprägung der Eigenschaft Wärmeisolierung?

Aufgabe 3

Folgende Informationen über drei konkurrierende Dienstleistungsangebote sind bekannt:

	Dienstleistung A	Dienstleistung B	Dienstleistung C
Eigenschaft 1	9	16	36
Eigenschaft 2	25		81
Marktanteil	=		48,38 %

Für die Berechnung der Marktanteile gilt Luce's axiom of choice. Außerdem gelten $U_p = \sum_{j=1}^n a_j * v_{pj}$ mit $v = \sqrt{e}$.

Welche Ausprägung hat Dienstleistung B bei Eigenschaft 2?