

Abschlussprüfung 2008 an zwei-, drei- und vierstufigen Wirtschaftsschulen

Prüfungsfach: Betriebswirtschaft
Prüfungstag: Freitag, 4. Juli 2008
Arbeitszeit: 105 Minuten
Zugelassene Hilfsmittel: Elektronischer, nicht programmierbarer
Taschenrechner

Vorname: Nachname: Klasse: Platznummer:

Erreichte Punktezahl Teil I: _____ (von 40)

Erreichte Punktezahl Teil II: _____ (von 40)

Erreichte Punktezahl gesamt: _____ (von 80)

Note: _____

Erstkorrektor: _____

Zweitkorrektor: _____

Hinweis für den Prüfungsausschuss:

Die Aufgabenauswahl richtet sich nach den im KMS vom 03.03.2008
Nr. VII.4-5 S 9500-4-7.1334 getroffenen Regelungen.

Teil I: Zusammenhängende Fallaufgabe 2

Ausschnitt aus einer Lokalzeitung vom 28.06.2008:

Heimische Unternehmen stellen sich vor

Die Alpin Carving Ski (ACS) GmbH etabliert sich im Skisport

Die ACS GmbH steht für Innovation im alpinen Skilauf. Der Betrieb aus Garmisch-Partenkirchen produziert und vertreibt qualitativ sehr hochwertige und handgemachte Carvingski, die sich auch durch ein sehr aufwändig gemachtes und exklusives Design auszeichnen. ACS gilt in Deutschland nach wie vor als sehr kleiner Hersteller, der sich insbesondere in der oberen Preiskategorie, dem so genannten Premiumsegment, bewegt. Die Produkte sprechen speziell sportliche Kunden an, die sich einen Ski kaufen wollen, der technisch auf dem neuesten Stand ist, qualitativ neue Maßstäbe setzt und ein unverwechselbares Aussehen hat. Die Geschichte des Unternehmens, das seinen Firmensitz heute in der Zugspitzstraße 50 in 82467 Garmisch-Partenkirchen hat, begann bereits im Jahr 1995. Anton Wedler, der als Skilehrer tätig und als Tüftler bekannt war, baute sich in einer kleinen Werkstatt im Keller sehr kurze, taillierte Carvingski für den Eigenbedarf. Damals gab es den Begriff Carvingski noch gar nicht. Er stellte bald fest, dass die Ski ein ganz neues Fahrgefühl vermitteln und auch im Skiunterricht sehr gut einsetzbar sind. Nach anfänglicher Skepsis fand er sehr bald begeisterte Fürsprecher seines neuartigen Skis, die ihn beim Bau unterstützten. Somit war der Grundstein gelegt. Im Jahr 2000 gründete Anton Wedler dann die ACS GmbH und verlagerte die Produktion auf das firmeneigene Grundstück in der Eibspitzstraße 27, wo auch heute noch produziert wird.

Nach anfänglich sehr geringen Stückzahlen steigerte sich der Absatz bereits 2003 von 200 auf 400 Paar Ski pro Jahr.

Das Jahr 2004 brachte für ACS den ersten Durchbruch. Der Supercarving 2000 wurde im Skitest einer Fachzeitschrift von den Fahreigenschaften her mit der Note „ausgezeichnet“ bewertet, was den Absatz auf 700 Paar/Jahr steigen ließ. Im Jahr 2006 führte ACS ein zweites Modell ein. Der „Allround 66“ gilt als Ski, der sich für jede Piste und jede Schneeart eignet. Zudem wurde auch das Design weiterentwickelt und verbessert. Im vergangenen Skiwinter steigerte dies den Absatz auf insgesamt 1.200 Paar/Jahr. Für die kommende Saison bringt die ACS GmbH ein weiteres Modell auf den Markt. Der neue „Megapowder 99“ soll ein Ski für den Könnler im Tiefschnee sein, der sich ein unverwechselbares, sehr hochwertiges Produkt leisten will, das auf dem neuesten Stand der Technik ist. Die Besonderheit liegt hier im Detail. So kann der Kunde zwischen zwei Ausführungen im Edelholzdesign (Buche oder Eiche) wählen und sich zudem seinen Namen eingravieren lassen. Der Verkaufspreis des neuen Modells liegt bei 1.230,00 €. Alle Modelle der Firma ACS sind mit einer speziell entwickelten Bindungsplatte auf dem Ski, aber ohne Bindung ausgestattet. Die Bindungen aller namhaften Hersteller passen auf diese Platte.

Vertrieben werden die Produkte von ACS in einem Fabrikverkauf vor Ort und bei sieben ausgewählten Händlern in der Region Garmisch-Partenkirchen und den umliegenden Landkreisen.

Die ACS GmbH will auch weiterhin neue Maßstäbe in der Qualität ihrer Produkte setzen.

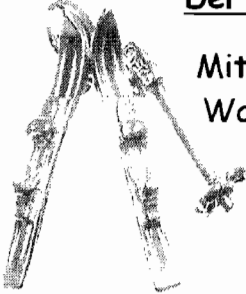
Sie sind Mitarbeiter/in der ACS GmbH und insbesondere für die Bereiche Planung und Vertrieb verantwortlich.

Situation 1

Neue Märkte zu erschließen und neue Kunden zu gewinnen sind Ziele der ACS GmbH. Dazu ist geplant, das Sortiment in der Wintersaison 2008/09 auf drei Modelle zu erweitern und das neue Modell „Megapowder 99“ auf dem Markt einzuführen.

- 1.1 Die Einführung des neuen Skimodells soll durch Werbung unterstützt werden. (6 P.)
Erstellen Sie einen genauen Werbeplan für das neue Topmodell „Megapowder 99“. Nutzen Sie hierfür das Formular der Anlage 1.

Der Auszubildende im Bereich Marketing, Jonas Müller, hat von Ihnen den Auftrag erhalten, für die deutsche Fachzeitschrift „Skimagazin“ eine Werbeanzeige zu gestalten. Er stellt Ihnen folgenden Entwurf vor:



Der qualitativ hochwertigste und exklusivste Ski der Welt!

Mit dem Megapowder 99 entscheiden Sie sich für den Formel-1-Wagen unter den Skiern, denn die veralteten Tiefschneemodelle der Firmen Volkmann, Fischlein, Atollnik usw. können mit unserem Produkt bei weitem nicht mithalten!
Einzigartig! Megapowder 99

Fahren Sie die Abfahrten von Kitzbühel und Garmisch-Partenkirchen so schnell wie die Profis!
Der Megapowder 99 für sensationelle 1.230,00 € !!!

- 1.2 Ihnen ist wichtig, dass die Anzeige werbewirksam und sachlich richtig ist, außerdem dürfen keine rechtlichen Probleme entstehen. Begründen Sie mit jeweils einem Argument, ob die Anzeige diesen drei Ansprüchen gerecht wird. (6 P.)

Um die Ziele der GmbH zu erreichen, hinterfragen Sie auch Ihr Händlernetz. In der folgenden Karte sind alle Verkaufsstätten ersichtlich.
(Händler: ▲ Werksverkauf: ■)



- 1.3 Beurteilen Sie das Händlernetz der ACS GmbH und machen Sie zwei Veränderungsvorschläge. (4 P.)

Situation 2

Um das Modell „Megapowder 99“ produzieren zu können, benötigt die ACS GmbH unbedingt eine neue Produktionsmaschine. Die Liquidität ist aufgrund des Saisongeschäftes sehr schwankend. Derzeit beträgt der Bestand an liquiden Mitteln 90.000,00 €.

Folgendes Angebot der Krinner Maschinen GmbH für die benötigte Produktionsmaschine liegt Ihnen vor:

*Modell Carvingprofi 2000, Seriennummer 012
Preis: 119.000,00 € inklusive Umsatzsteuer, Lieferung und Aufstellung,
Zahlungsziel: 30 Tage, innerhalb 10 Tagen 3 % Skonto;
alternativ dazu das Angebot, die Maschine in Raten zu zahlen:
Anzahlung 22.000,00 € und anschließend 36 Monatsraten zu je 4.000,00 €*

- 2.1 Sie bevorzugen, eine Kreditfinanzierung bei Ihrer Hausbank und empfehlen Ihrem Geschäftsführer, Herrn Wedler, das Ratenkaufangebot abzulehnen. Welche zwei Argumente führen Sie dazu an? (4 P.)

Herr Wedler beauftragt Sie, mit der Hausbank Kontakt aufzunehmen, um eine mögliche Kreditfinanzierung zu besprechen. Ihr Kundenberater, Herr Meier, bietet Ihnen mangels anderer Sicherheiten einen Sicherungsübereignungskredit über 50.000,00 € zu einem Zinssatz von 6,3 % an. Die vorbereiteten Kreditunterlagen, Kreditvertrag Nr. 145 333 444 und das ausgefüllte Formular für den Sicherungsübereignungsvertrag, gibt er Ihnen sofort mit.

- 2.2 Sie besprechen dieses Angebot mit Herrn Wedler. Erläutern Sie ihm anhand von zwei Aspekten das Wesen dieser Finanzierungsart und die sich jeweils daraus ergebenden Vorteile für die momentane Situation der ACS GmbH. Geben Sie auch einen Nachteil dieser Finanzierungsart an. (5 P.)

- 2.3 Herr Wedler nimmt den Vorschlag an. Die Verträge sollen zu dem heutigen Datum geschlossen werden. Überprüfen Sie, ob die grau hinterlegten Felder des Formulars für den Sicherungsübereignungsvertrag (siehe Anlage 2) korrekt ausgefüllt wurden, so dass unterschrieben werden kann. (4 P.)

Situation 3

Die Kapazität der Produktionsmaschine muss ausgelastet werden. Sie überlegen, neben der bisherigen Produktion im Premiumsegment ein Modell im Billigsegment anzubieten. Das neue Produkt muss in der Herstellung wesentlich günstiger sein. Erreicht werden kann dies durch:

- Verzicht auf hochwertige Materialien
- günstigere, weniger aufwändige Verarbeitung
- keine Bindungsplatte
- einfacheres Design

Damit könnte das Modell zu einem Verkaufspreis von 400,00 €, vergleichbar mit den Preisen anderer Skifirmen, angeboten werden.

- 3.1 Geben Sie zwei mögliche Vor- bzw. Nachteile als Folgen einer solchen Entscheidung für die ACS GmbH an. (4 P.)

Das Modell des Billigsegments und die Einführung des Modells „Megapowder 99“ bedeuten verstärkte Kundenkontakte. Herr Wedler möchte deshalb zwei Absatzhelfer einstellen.

Folgende Möglichkeiten gibt es:

Alternative 1:

zwei Reisende
je 1.650,00 € Fixum (je Monat)
2,5 % Umsatzprovision für Megapowder
2 % Umsatzprovision für Billigsegment

Alternative 2:

zwei Handelsvertreter
5 % Umsatzprovision für Megapowder
4,5 % Umsatzprovision für Billigsegment

- 3.2 Prüfen Sie rechnerisch, welche der vorgeschlagenen Alternativen die kostengünstigere im Jahr ist, wenn mit einem Absatz des Modells „Megapowder 99“ von 1.000 Paar pro Jahr und zusätzlich mit einem erwarteten Absatz des Billigproduktes von 500 Paar Ski/Jahr gerechnet wird. (7 P.)

Name:

Klasse:

Platzziffer:

Anlage 1

Auszug aus dem Werbeplan der ACS GmbH

Werbeziel	Werbebotschaft
Zielgruppe	Streugebiet der Werbung
Werbemittel und Werbeträger	Streuzeit der Werbung

Anlage 2

Sicherungsübereignungsvertrag
Sachen



Nr. 024 578 923

Zur Sicherung aller Ansprüche aus den bankmäßigen Geschäftsverbindungen überträgt:

Sicherungsgeber: **ACS GmbH, Zugspitzstraße 50, 82467 Garmisch-Partenkirchen**

der Kreissparkasse das in Folgendem umschriebene Sicherungsgut

1 Sicherungsgut

1.1 Angaben zur Sicherung

Die Übereignung umfasst alle Sachen, die nachfolgend aufgeführt sind:

mit lfd. Nr., Art, Gattung, Menge, Marke, sonstige genaue Bezeichnung tatsächliche Anschaffungskosten (ohne USt)

**eine Produktionsmaschine Modell Carvingprofi 2000 der
Firma Krinner Maschinen GmbH mit der Seriennummer
012**

115.430,00 €

1.2 Lagerort

Das Sicherungsgut lagert an folgendem Ort: (genaue Bezeichnung des Lagerortes)

Produktionsstätte der ACS GmbH in der Zugspitzstraße 50, 82467 Garmisch-Partenkirchen

- Der Sicherungsgeber ist Mieter/Pächter des Lagerortes.
 Der Sicherungsgeber ist Eigentümer des Lagerortes.

1.3 Der Sicherungsgeber versichert, dass er Eigentümer des Sicherungsgutes ist.

1.4 Der Sicherungsgeber und die Bank sind sich einig, dass das Eigentum an dem Sicherungsgut auf die Bank übergeht.

1.5 Die Übergabe des Sicherungsgutes an die Kreissparkasse wird dadurch ersetzt, dass der Sicherungsgeber das Sicherungsgut sachgemäß für die Kreissparkasse verwahrt.

2 Sicherungszweck

Gesichert werden bankmäßige Ansprüche der Sparkasse gem. nachfolgend bestimmtem Sicherungszweck gegen

Kreditnehmer: **ACS GmbH, Zugspitzstraße 50, 82467 Garmisch-Partenkirchen**

Das Sicherungsgut dient zur Sicherung aller Forderungen der Kreissparkasse gegen den oben genannten Kreditnehmer aus folgendem Kreditvertrag:

Kreditvertrag Nr. 145 333 444 vom 04.07.2008

3 Verwertungsrecht der Sparkasse

Die Kreissparkasse ist berechtigt, das Sicherungsgut zu verwerten, wenn

- a) der Kreditnehmer seine Zahlungen eingestellt hat oder
b) ein gerichtliches Insolvenzverfahren über sein Vermögen beantragt worden ist.

4 Allgemeine Geschäftsbedingungen

Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die AGB der Kreissparkasse Vertragsbestandteil sind. Die AGB hängen in den Kassenräumen der Kreissparkasse zur Einsichtnahme aus.

Ort, Datum

**Garmisch-Partenkirchen,
04.07.2008**

Firma und Unterschrift(en) des Sicherungsgebers

ACS GmbH

Ort, Datum

**Garmisch-Partenkirchen,
04.07.2008**

Firma und Unterschrift(en) des Sicherungsnehmers

Kreissparkasse Garmisch-Partenkirchen

Teil II: Fragen zum Basiswissen

Modul 1 (Der Betrieb als Kunde und Lieferant)

Sie sind Mitarbeiter/in des Fachgeschäfts Jupiter GmbH.

Sie machen Ihre Stammkundin, Frau Gabriel, in einem an sie persönlich adressierten Schreiben auf ein äußerst günstiges Angebot aufmerksam. Darin bieten Sie ihr eine Stereoanlage für 199,00 € an. Acht Wochen später bestellt Frau Gabriel schriftlich diese Anlage. Da zwischenzeitlich Ihr Unternehmen die Stereoanlage wegen der großen Nachfrage nicht mehr vorrätig hat, teilen Sie Ihrer Stammkundin mit, dass eine Lieferung leider nicht mehr möglich ist.

- 1.1 Wütend ruft Frau Gabriel bei Ihnen an und beschwert sich. Sie habe ihrer Meinung nach einen Anspruch auf die Stereoanlage. Erläutern Sie Frau Gabriel ausführlich die Rechtslage. **(4 P.)**

Herr Junker bestellt schriftlich eine Dolby-Surround-Anlage bei der Jupiter GmbH. Sie bestätigen unverzüglich die Bestellung. Später erhalten Sie die Mitteilung, dass Herr Junker verweigert hat, die vereinbarungsgemäß gelieferte Anlage entgegen zu nehmen. Herr Junker begründet seine Ablehnung damit, dass er sich inzwischen eine ähnliche Anlage bei der Konkurrenz zu einem günstigeren Preis gekauft habe.

- 1.2 Beschreiben Sie die rechtliche Lage und machen Sie einen begründeten Vorschlag, wie sich die Jupiter GmbH nun verhalten sollte. **(4 P.)**

Modul 2 (Personalmanagement)

Der Zulieferbetrieb für Autoelektronik Peschl GmbH beschäftigt 327 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Produktion und 38 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im kaufmännischen Bereich.

- 2.1 Die Stelle Leiter/in der Abteilung Marketing soll kurzfristig neu besetzt werden. Entscheiden und begründen Sie mit zwei Argumenten, ob die Peschl GmbH die Stelle mit einem/r Betriebsangehörigen oder mit einem/r externen Mitarbeiter/in besetzen sollte. **(4 P.)**

- 2.2 Die Peschl GmbH möchte die Motivation ihrer Mitarbeiter/innen steigern, ohne ihnen mehr Gehalt bzw. Lohn zu zahlen. Führen Sie vier Möglichkeiten an. **(4 P.)**

Modul 3 (Marketing)

Die HEG GmbH, ein traditionsreicher Hersteller von Geschirrspülautomaten, der seit 2001 sein Produktionsprogramm nicht verändert hat, musste in den letzten drei Jahren ständig Absatzrückgänge verzeichnen. Eine Marktanalyse hat ergeben, dass das Produktprogramm insbesondere aus ökologischen Gründen modernisiert werden sollte.

3.1 Beschreiben Sie drei konkrete Produkteigenschaften, die in dieser Situation eine Absatzsteigerung versprechen könnten. (3 P.)

3.2 Nennen Sie drei Möglichkeiten, den Einzelhandel auf diese Verbesserungen aufmerksam zu machen. (3 P.)

Die Geschäftsführung der HEG GmbH beschließt als Absatz fördernde Maßnahme für jedes verkaufte Gerät 10,00 € an eine Umweltschutz-Organisation zu spenden. Diese Maßnahme wird in einer Pressekonferenz der Öffentlichkeit vorgestellt.

3.3 Führen Sie zwei Vorteile an, die sich die HEG GmbH von dieser Maßnahme erhofft. (2 P.)

Modul 4 (Zahlungsverkehr)

Aus: Süddeutsche Zeitung, 12. Dezember 2007:

Elektronischer Opferstock

In knalligem Rot steht im Kreuzgang der Augsburger St. Annakirche seit Mittwoch der erste elektronische Opferstock in einer bayerischen evangelischen Kirche. Mit EC-Karte und Geheimzahl können Besucher Spenden für die Kirchenrenovierung von ihrem Konto abbuchen lassen. Der Automat gibt anschließend zwei Quittungen aus: eine für den Kontoinhaber, die andere ist eine Spendenbescheinigung für das Finanzamt. Neben dem elektronischen Opferstock steht – ebenfalls im auffälligen Rot – sein altmodischer Bruder, in den man wie gewohnt Münzen oder Scheine einwerfen kann. Etwa sieben Millionen Euro wird die Renovierung der Kirche in den kommenden Jahren kosten.

epd

4.1 Zeigen Sie vier mögliche Gründe auf, die die Kirchenverwaltung bewogen haben könnten, in diesen elektronischen Opferstock zu investieren. (4 P.)

4.2 Erläutern Sie, was folgende Symbole bedeuten und welches Symbol sich wohl als Aufkleber auf dem Opferstock befindet. (4 P.)



Modul 5 (Unternehmensformen und -zusammenschlüsse)

Folgende Statistik liegt Ihnen vor.



- 5.1. Erläutern Sie anhand der Grafik das zahlenmäßige Verhältnis von Kapitalgesellschaften zu den Unternehmen insgesamt. (2 P.)
- 5.2. Wählen Sie eine Ihnen bekannte Rechtsform aus der oben abgebildeten Grafik aus und stellen Sie zwei mögliche Gründe dar, warum es in Deutschland in dieser Rechtsform die angegebene Zahl von Unternehmen gibt. (2 P.)
- 5.3. Vergleichen Sie die OHG und die KG hinsichtlich der gesetzlichen Regelung zur Vertretung und zur Haftung. (4 P.)

Modul 6 (Investition und Finanzierung)

Sabine Sommer, 24 Jahre, Kauffrau im Groß- und Außenhandel, erbt von ihrer kürzlich verstorbenen Oma 45.000,00 €. Kurzfristig plant Sabine einen Urlaub und den Kauf eines Motorrollers. 40.000,00 € will sie jedoch auf keinen Fall die nächsten Jahre ausgeben, sondern sparen und anlegen. In ein paar Jahren plant sie mit ihrem Freund die Familiengründung. Beide träumen auch von einer eigenen Wohnung, deshalb soll die Geldanlage natürlich hohe Zinsen bringen, aber nicht sehr riskant sein. Grundsätzlich will Sabine aber nicht allzu viel Zeit in die Geldgeschäfte investieren. Ihr Freund rät zu einer Mischung von zwei bis drei Spar- und Anlageformen.

- 6.1. Machen Sie Vorschläge, wie Sabine ihr Geld auf drei Sparformen, die zu ihrer Situation und ihren Wünschen passen, verteilen könnte. Begründen Sie Ihre Empfehlung. (6 P.)
- 6.2. Die von Sabine gewählte Vespa kostet 2.769,00 €. Die zur Bezahlung notwendigen liquiden Mittel könnte sie aufbringen. Der Motorroller-Händler bietet ihr jedoch eine Kreditfinanzierung für drei Jahre mit einem Zinssatz von 2,71 % p. a. an. Ihre Hausbank bietet eine feste Anlageform mit einem Zinssatz von 3,35 %, bei der der angelegte Betrag inklusive Zinsen nach drei Jahren ausbezahlt wird. Sabine überlegt, die Vespa zu finanzieren statt ihr Bargeld einzusetzen. Was meinen Sie dazu? (2 P.)