

Punkte

Lösung 1

6 Punkte

Leistungsziel Nr. 1.1.1.1: Kundengespräch vorbereiten

Ausgangslage:

Eine gute Vorbereitung ist eine wesentliche Voraussetzung für die Zielerreichung bei einem Kundengespräch.

Aufgaben:

a) Formulieren Sie vier sinnvolle Fragen, die Sie sich **in der Vorbereitung** eines Kundengesprächs mit einem Neukunden stellen.

Sie erhalten pro sinnvolle Frage ½ Punkt, total 2 Punkte.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Wer ist mein Gesprächspartner? - Was sind meine Ziele dieses Gespräches? - Welche Unterlagen benötige ich? | <ul style="list-style-type: none"> - Welche Einwände sind zu erwarten? - Was sind meine Einstiegs- bzw. Abschlussfragen? - usw. |
|--|--|

b) Das Kundengespräch findet in einem separaten Besprechungszimmer Ihres Betriebes statt. Formulieren Sie vier wesentliche Voraussetzungen, damit sich der Kunde bei Ihnen wohl fühlt.

Sie erhalten pro sinnvolle Voraussetzung ½ Punkt, total 2 Punkte.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Raum gelüftet - Angenehmes Licht - Saubere Einrichtung - Bequeme Stühle | <ul style="list-style-type: none"> - Mineralwasser vorhanden - Anschauungsmaterial aufgelegt - usw. |
|--|--|

Korrekturhinweis:

Nicht der Ablauf des Gesprächs, sondern Hinweise zur Infrastruktur sind gefordert.

c) Ergänzen Sie in der folgenden Tabelle je einen Nutzen eines gut vorbereiteten Kundengesprächs aus der Sicht des Kunden und aus der Sicht des Beraters in ganzen Sätzen. Sie erhalten pro sinnvolle Antwort je 1 Punkt, total 2 Punkte.

Nutzen für den Kunden	Nutzen für den Berater
<ul style="list-style-type: none"> - Das Gespräch verläuft strukturiert / zielgerichtet. - Der Kunde schätzt es, wenn er merkt, dass sich der Berater vorbereitet hat = Wertschätzung. - Der Kunde fühlt sich ernst genommen. - usw. 	<ul style="list-style-type: none"> - Der Berater fühlt sich sicher, da er überzeugender und professioneller wirkt. - Die Gesprächsführung wird erleichtert und die Zielerreichung wird möglicherweise einfacher. - usw.

Erreichte Punktezahl pro Seite:

Punkte

Lösung 2

6 Punkte

Leistungsziel Nr. 2.1.3.2: Termine planen

Ausgangslage:

Während Ihrer Grundbildung haben Sie sich an die Vorteile der Führung einer elektronischen Agenda gewöhnt, (z.B. «Outlook» oder «Lotus Notes»). Ihr neuer Arbeitgeber hält jedoch nichts von solchen Spielzeugen und führt lieber eine Papieragenda. Sie wollen ihn von den Vorteilen der elektronischen Agendaführung überzeugen.

Aufgaben:

a) Nennen Sie vier bedeutsame Vorteile der elektronischen Agendaführung. Sie erhalten je Vorteil ½ Punkt, total 2 Punkte.

- Vorteile**
- **Automatische Aktualisierung**
 - **Koordination der Sitzungen**
 - **Agenda kann für andere Benutzer sichtbar gemacht werden**
 - **Einfache Planung der Sitzungen und der Räume**
 - **usw.**

b) Notieren Sie vier Vorbehalte, welche der Chef ins Feld führen könnte, die gegen eine elektronische Agenda sprechen? Sie erhalten je Vorbehalt ½ Punkt, total 2 Punkte.

c) Mit welchen Argumenten können Sie die Vorbehalte entkräften? Sie erhalten je Argument ½ Punkt, total 2 Punkte.

Vorbehalte	Argumente zum Entkräften
Kosten der Software	... ist bereits im Paket der Büroautomation enthalten
Komplexität / zu viele Möglichkeiten	... die Programme sind heute sehr benutzerfreundlich und einfach zu bedienen
Mögliche Pannen	... der Verlust der Papieragenda wäre schwerwiegender als der Verlust der Papieragenda (die noch auf PC vorhanden)
Zugänglich nur vom Büro	... die Daten können auf zahlreiche andere Geräte, wie etwa das Handy übertragen werden

Erreichte Punktezahl pro Seite:

Punkte

Lösung 3

5 Punkte

Leistungsziel Nr. 2.1.1.3: Elektronische Datenübermittlungsgeräte bedienen

Ausgangslage:

Im Arbeitsalltag benutzen Sie routiniert die elektronischen Datenübermittlungsgeräte.

Aufgaben:

a) Nennen Sie drei gängige Geräte zur Datenübermittlung im Büro.
Sie erhalten je Nennung ½ Punkt, total 1½ Punkte.

- **PC (Mail)**
- **Fax**
- **Telefon (SMS, MMS, usw.)**

b) Nennen Sie drei Möglichkeiten, wie Sie auf Störungen bei Datenübermittlungsgeräten reagieren.
Sie erhalten je Nennung ½ Punkt, total 1½ Punkte.

- **Anleitung oder Hilfsprogramme benutzen;**
- **Erfahrene Person im Betrieb fragen;**
- **Hotline Lieferanten nutzen, Benutzerhandbücher, etc.**

c) Sie haben eine E-Mail erhalten:
Nennen Sie vier gängige Möglichkeiten der Weiterverarbeitung.
Sie erhalten je Nennung ½ Punkt, total 2 Punkte.

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| - weiterleiten | - speichern |
| - kopieren | - ausdrucken |
| - löschen | - beantworten |

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 4

7 Punkte

Leistungsziel Nr. 3.3.1.2: Kontoauszüge erklären

Ausgangslage:

Am 5. Januar 2009 erhält die Import AG den vorliegenden Kontoauszug ihrer Bank. Herr Julius Porter, Sachbearbeiter der Import AG, studiert diesen genau und stellt dabei einige Überlegungen an, die er mit Ihnen bespricht. Er weiss, dass die Firma zusätzlich über eine Kontokorrentlimite von CHF 200'000.00 verfügt.

Aufgabe:

Studieren Sie den nachfolgend abgebildeten Kontoauszug und beantworten Sie anschliessend die Fragen 1 - 4 in ganzen Sätzen.

Sie erhalten je korrekte Antwort $\frac{1}{2}$ Punkt, total 2 Punkte.

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Kontoauszug:

Kontoauszug:

TEL. 044 400 40 40 FAX 044 400 45 45

8000 ZÜRICH, 31.12.2008

FÜR SIE ZUSTÄNDIG:
CHB LIMMAT TEL. 044 400 42 42

CHB

Schweizer Bank

MWST-REGISTER-NR. 223320

KONTOABSCHLUSS PER 31.12.2008
SEITE 1

A

PP 8000 ZÜRICH
POSTFACH 4444

20 543 876.22 FIRMENKONTOKORRENT CHF
IBAN: CH 76 0088 0022 0543 876.22 2

IMPORT AG
HERR JULIUS PORTER
LIMMATSTRASSE 400
8000 ZÜRICH

DATUM	BUCHUNGSTEXT	BELASTUNG	GUTSCHRIFT	VALUTA	SALDO
31.12.	SALDO VOR ABSCHLUSS				C 105'795.00
31.12.	ZINSBELASTUNG 8.000 %	-1'008.00			
	ZINSGUTSCHRIFT 0.250 %	158.00			
	ZINSGUTSCHRIFT 0.500 %	324.50			
	ZINSGUTSCHRIFT 0.375 %	685.50			
	TOTAL ZINSEN		160.00		
31.12.	VERRECHNUNGSSTEUER 35 % AUF CHF 160.00	56.00			
31.12.	KOMMISSIONEN	- 256.00			
31.12.	SPESEN UND PORTI	- 363.80			
	TOTAL BANKGEBÜHREN	619.80			
31.12.	POSTEINZAHLUNGSGEBÜHREN	- 73.50			
	PORTI	- 210.00			
	TOTAL FREMDE GEBÜHREN	283.50			
31.12.	TOTAL UMSATZ	959.30	160.00		
31.12.	SALDO NACH ABSCHLUSS			31.12.08	C 104'995.70
	KREDITE	LIMITEN			
		AB 10.09.08	200'000.00		

C = KREDITORENKONTOKORRENT
D = DEBITORENKONTOKORRENT

Erreichte
Punktezah
pro Seite:

Punkte

1a) Aus welcher Sicht wird ein Kontoauszug erstellt? (½ Punkt)

Ein Kontoauszug wird aus der Sicht der Bank erstellt.

1b) Was bedeutet ein Kreditorenkontokorrent? (½ Punkt)

Kreditorenkontokorrent bedeutet, dass die Bank Schulden gegenüber dem Kontoinhaber, bzw. der Kontoinhaber Guthaben gegenüber der Bank hat.

1c) Was bedeutet ein Debitorenkontokorrent? (½ Punkt)

Debitorenkontokorrent bedeutet, dass die Bank Guthaben gegenüber dem Kontoinhaber, bzw. der Kontoinhaber Schulden gegenüber der Bank hat.

1d) Wie steht die Import AG am 31.12.2008 bei ihrer Bank betragsmässig da? (½ Punkt)

Am 31.12.2008 hat die Import AG bei ihrer Bank ein Guthaben von CHF 104'995.70.

2) Berechnen Sie den Gesamtbetrag, über den die Firma insgesamt bei diesem Konto verfügen kann. Stellen Sie Ihre Lösung übersichtlich dar. (1 Punkt)

Über CHF 304'995.70: CHF 104'995.70 Guthaben und CHF 200'000.-- Kreditlimite

Korrekturhinweis: Ohne Berücksichtigung der Kreditlimite ½ Punkt.

3) Im Kontoauszug finden Sie auch die Eidg. Verrechnungssteuer (CHF 56.00). Kreuzen Sie in der folgenden Tabelle die richtigen Aussagen an. Sie erhalten je ½ Punkt, total 2 Punkte.

Aussagen	richtig	falsch
Verrechnungssteuer sind zusätzliche Kosten für den Betrieb.		X
Banken überweisen diese Steuern der Eidg. Steuerverwaltung.	X	
Die Kontoinhaber können diese Beträge zurückfordern.	X	
Der Steuersatz für die Eidg. Verrechnungssteuer wird jährlich angepasst.		X

4) Zinsen werden auch bei der Import AG über die Konten Zinsaufwand und Zinsertrag verbucht. Nennen Sie anhand des Kontoauszuges die entsprechenden Buchungssätze mit Beträgen ohne die Verrechnungssteuer zu berücksichtigen. Sie erhalten pro korrekten Buchungssatz und pro korrekten Betrag ½ Punkt, total 2 Punkte.

Soll	Haben	Betrag in CHF
Zinsaufwand	Bank	1'008.00
Bank	Zinsertrag	1'168.00

Korrekturhinweise:

Pro richtigen Buchungssatz und richtigen Betrag je ½ Punkt.

Keine Teilpunkte wenn nur der Soll- oder Habenbegriff stimmt.

Erreichte Punktezahl pro Seite:

Punkte

Lösung 5

7 Punkte

Leistungsziel Nr. 3.4.2.2: Kalkulationssätze anwenden

Ausgangslage:

Unter dem Namen Giovannis Pizza AG wird in Basel eine Pizzeria betrieben. Durch behördliche Auflagen (Gesundheitsamt) sind in den nächsten sechs Monaten in der Küche Investitionen von CHF 300'000 zu leisten. Aufgrund des bestehenden Mietvertrags muss die Firma die Kosten selber übernehmen. Der Mietvertrag läuft noch 10 Jahre, deshalb sind die Investitionen über den gleichen Zeitraum linear abzuschreiben.

Aufgaben:

- a) Ergänzen Sie in der folgenden Tabelle die Zahlen für die neu zu leistenden Abschreibungen und den neuen Nettoumsatz, wenn alle übrigen Zahlen unverändert bleiben. Sie erhalten für die beiden richtigen Zahlen je 1 Punkt, total 2 Punkte.

	neu in CHF
Nettoumsatz	930'000
Abschreibungen	80'000

Korrekturhinweis:

Keine Teilpunkte

- b) Der Firmeninhaber plant, die höheren Abschreibungen über eine moderate Preiserhöhung nur bei den Pizzas zu kompensieren, ohne mehr Pizzas zu verkaufen. Bei jedem Kunden entfallen bisher 50% des Preises auf Pizza und 50% auf Beilagen/Getränke und anderes. Bisher wurden 30'000 Pizzas/Jahr verkauft. Berechnen Sie den neuen Verkaufspreis pro Pizza in der folgenden Tabelle. Sie erhalten total 5 Punkte.

	Punkte	bisher	Punkte	neu
Warenertag Pizza	½	450'000	1	480'000
Warenertag Beilagen/Getränke	½	450'000	½	450'000
Verkaufte Pizzas	½	30'000	½	30'000
Preis pro Pizza	½	15.00	1	16.00

Erreichte Punktezahl pro Seite:

Punkte

Lösung 6

5 Punkte

Leistungsziel Nr. 2.1.4.2: Umgang mit Daten des Lehrbetriebes

Ausgangslage:

Sie arbeiten in einer Personalabteilung eines mittleren Betriebs und führen den Lernenden in das Aufgabengebiet ein. Sie haben Zugriff auf verschiedene Daten.

Aufgaben:

- a) Unterscheiden Sie mit Hilfe der untenstehenden Tabelle, ob es sich bei den erwähnten Beispielen um vertrauliche oder nicht vertrauliche, öffentliche Informationen handelt.
- b) Welche positiven oder negativen Konsequenzen ergeben sich, wenn die Daten an die Öffentlichkeit gelangen?

Pro korrekt ausgefüllte Zeile erhalten Sie 1 Punkt, total 5 Punkte.

Beispiel	ver- traulich	Öffentlich Nicht ver- traulich	Konsequenz, wenn die Daten an die Öffentlichkeit gelangen
Kundendatei des Unternehmens	X		Vertrauensverlust gegenüber den Kunden
Jahresbericht des Unternehmens		X	Interessenten können sich einen Überblick über den Geschäftspartner schaffen.
Salärabrechnung des Mitarbeiters	X		Daten/Personenschutz, von Gesetz vorgeschrieben – Verzeigung
Strategiepapiere	X		Entlassung – Vertrauliche Daten können von Konkurrenz genutzt werden
Leitbild des Unternehmens		X	Interessenten können sich einen Überblick über die Leitideen des Unternehmens machen.

Korrekturhinweis:

Die ganze Zeile muss richtig beantwortet werden; keine halben Punkte.

Erreichte
Punktezah
pro Seite:

Punkte

Lösung 7**4 Punkte****Leistungsziel Nr. 2.1.3.1: Informationen beschaffen****Ausgangslage:**

Sie arbeiten in einem Versandhaus. Die hohen Versandkosten sind ein Dauerthema. Ihr Arbeitgeber will die Lieferungskosten senken.

Aufgaben:

- a) Nennen Sie zwei Alternativen zur Schweizerischen Post, wie Sie die Pakete auch noch verschicken könnten.
Sie erhalten je korrekte Antwort ½ Punkt, total 1 Punkt.
- **Federal Express**
 - **DHL**
 - **DPD (Dynamic Parcel Distribution) oder**
 - **UPS (United Parcel Services)**
 - **Privater Anbieter**
- b) Damit Sie die Bedingungen / Konditionen vergleichen können, müssen Sie sich diese Informationen zuerst beschaffen. Nennen Sie drei sinnvolle Möglichkeiten, wie Sie sich diese Informationen beschaffen.
Sie erhalten je korrekte Antwort 1 Punkt, total 3 Punkte.
- **Die Internetseiten vom Kurier / des Anbieters**
 - **E-Mail an Kurier**
 - **Telefonanruf an Kurier**
 - **Die gelben Seiten (Buch oder Internet)**
 - **Brief an Kurier / Offerte einholen**

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 8

8 Punkte

Leistungsziel Nr. 1.9.1.1: Die Handelskette

Ausgangslage:

Güter und Dienstleistungen werden auf ihrem Weg vom Rohstoff bis zum Endverbraucher meist von verschiedenen Betrieben bearbeitet. Die einzelnen Glieder einer Handelskette unterscheiden sich entsprechend der Aufgaben, die sie erfüllen.

Aufgabe:

Stellen Sie die Handelskette für ein Produkt aus Ihrem Lehrbetrieb dar:

Sie entscheiden sich für eines der Produkte Ihres Lehrbetriebs und zählen alle Glieder der Handelskette auf, die dieses Produkt durchläuft. Für jedes Glied der Kette erklären Sie, welche Aufgabe/n an dieser Stelle erfüllt wird/werden.

(für jedes korrekt bezeichnete Glied der Handelskette erhalten Sie einen halben Punkt; für die dazu passende/n Aufgabe/n erhalten Sie je einen Punkt)

Gewähltes Produkt aus Ihrem Lehrbetrieb: _____

(Wenn Ihnen kein geeignetes Produkt ihres Lehrbetriebes einfällt, wählen Sie frei ein Beispiel-Produkt)

Glieder der Handelskette:	Aufgabe/n:
NATUR	Voll mit Rohstoffen
Rohstoffgewinnung	Gewinnt bzw. baut Rohstoffe aus der Natur ab.
Produzent (Rohstoffverarbeitung)	Verarbeitet den Rohstoff zum Produkt.
Grossist	Kauf und lagert in grossen Mengen das fertige Produkt ein.
Detailist	Kauft Produkt beim Grossisten, portioniert und verkauft an Endverbraucher.
ENDVERBRAUCHER	kauft und konsumiert

Je nach Produkt und Betrieb kann die Handelskette auch anders strukturiert sein. Nachvollziehbare Lösungen ergeben auch die volle Punktzahl.

Erreichte Punktzahl pro Seite:

Punkte

Lösung 9**6 Punkte****Leistungsziel Nr. 1.9.2.1: Funktionen des Handels****Ausgangslage:**

Der Nutzen des Handels für die Gesamtwirtschaft besteht darin, dass Handelsfirmen wichtige Funktionen für ihre Kundschaft erfüllen. Dieser geschaffene Mehrwert ist Grund für die Margen des Handels.

Aufgabe:

Zählen Sie vier Funktionen des Handels auf, die von Ihrem Lehrbetrieb erbracht werden. Geben Sie bei jeder Funktion in Stichworten an, welchen Mehrwert die Kunden erhalten.

Für jede korrekte Handels-Funktion und die passende, nachvollziehbare Erklärung des Mehrwertes für die Kunden erhalten Sie 1 ½ Punkte. Für eine Handels-Funktion ohne Erklärung erhalten Sie ½ Punkt.

Grundlage: Branchenkundetext Der Handel S. 3ff

Die Quantitätsfunktion (Mengenausgleich)

Produzenten stellen ihre Erzeugnisse meist in grossen Mengen her (Massenproduktion). Dadurch können sie die Stückkosten senken. Die Hersteller sind daran interessiert, die erzeugten Güter in grossen Mengen (en gros) abgeben zu können. Die Weiterverteilung der Waren überlassen sie meist den dafür besser organisierten Grossisten (Grosshändlern). Der Grossist stimmt dann die in hoher Stückzahl eingekauften Produkte auf die gewünschten Mengeneinheiten für die Detailhändler ab. Und der Detaillist teilt - sofern dies noch nötig ist - Grosspackungen in kleinere Einheiten auf, unter Umständen bis zum Einzelstück; denn viele Konsumenten kaufen von gewissen Waren jeweils nur ein einzelnes Stück.

Mit diesen Massnahmen schafft der Handel den Ausgleich zwischen dem Grossmengenangebot der Hersteller und der Kleinmengennachfrage der Konsumenten.

Die Qualitäts- und Sortimentsfunktion (Güteausgleich)

Jeder Verbraucher hat eigene Bedürfnisse und kauft dementsprechend Waren und Dienstleistungen ein. Damit sich der Handel von diesen Konsumentenbedürfnissen ein Bild machen kann, bedient er sich der Marktforschung. Mit Hilfe der Marktforschung lassen sich gewisse Kundenwünsche und Bedarfsentwicklungen frühzeitig erkennen. Dies macht es dem Handel möglich, die "richtigen Produkte" anzubieten beziehungsweise das angebotene Sortiment den Kundenwünschen anzupassen. Die Qualitätsfunktion des Handels lässt sich in vier Untergruppen aufteilen:

- *Sortiment*

Der einzelne Händler passt sein gesamtes Warenangebot, man nennt es Sortiment, der Kundschaft an. Jedes Geschäft hat eine besondere Kundschaft mit spezifischen Kundenwünschen. Wenn ein Händler sein Sortiment seinen Kunden anpasst, so finden diese Kunden dann auch tatsächlich jene Waren im Geschäft, die sie gerne kaufen möchten. Damit hat dieser Händler eine Forderung der Qualitätsfunktion erfüllt.

- *Kundendienst*

Viele Kunden schätzen es, wenn sie beim Kauf einer Ware den einen oder anderen Kundendienst in Anspruch nehmen können (z.B. Auswahlendung, Hauslieferung, Kreditkauf usw.). Die gekaufte Ware erhält dadurch einen höheren Wert oder wird erst dadurch kaufenswert oder überhaupt benutzbar.

- *Preisanpassung an die Kaufkraft*

Damit die Konsumenten auch die "preislich richtigen Produkte" vorfinden, muss das Preisniveau eines Geschäftes der Kaufkraft seiner Kunden entsprechen. Für den einzelnen Händler ist es äusserst wichtig, die Preisvorstellungen seiner Kunden zu kennen. Stellt sich nämlich heraus, dass er viele Waren in einem zu hohen oder zu tiefen Preissegment anbietet, obwohl sein Image (=

Erreichte
Punktezah
pro Seite:

Punkte

Vorstellung der Kunden von einem Handelsgeschäft) ein anderes ist, so wird er Kunden verlieren und Umsatzeinbussen erleiden.

- **Manipulation**

Zur Qualitätsfunktion gehören auch Arbeiten, die in einem Handelsbetrieb unter den Begriff Manipulation fallen. Unter Manipulation versteht man die Aufbereitung der Waren für den Verbraucher. Dies kann durch Sortieren, Mischen, Reinigen, Polieren usw. geschehen. Im Detailhandel zum Beispiel hat die Manipulation am ehesten bei verderblichen Artikeln eine Bedeutung. Beispielsweise gehört das Stutzen von welken Rosenblättern, das Abrüsten von Kopfsalat, aber auch die Kontrolle von Verfalldaten zu dieser Art Tätigkeit.

Die Transportfunktion (Raumüberbrückung)

Normalerweise besteht zwischen dem Produktionsort und dem Ort, wo die Ware nachgefragt wird, eine räumliche Distanz. Der Handel hat die Aufgabe, diese räumliche Distanz zu überbrücken. Er soll die Waren möglichst nahe an den Konsumenten heranbringen. Denn eine Ware wird für den Konsumenten erst attraktiv, wenn sie in seiner nächsten Umgebung verfügbar ist. Der einzelne Hersteller ist meist transportkostenmässig nicht in der Lage, zu den gleichen Bedingungen die Abnehmer, auf der Detailhandelsstufe oder der Konsumentenstufe, zu beliefern. Der Transport erfolgt in kostengünstigen Transporteinheiten.

Die Lagerhaltungsfunktion (Zeitüberbrückung)

Der Einkauf von Waren erfolgt in grossen Mengen bei einer Vielzahl von Herstellern. Die Abgabe dieser Güter an die Kunden des Handels resultiert in kleineren Einheiten. Um eine rationelle Warenvermittlung zu ermöglichen, ist eine Zwischenlagerung der Waren notwendig. Der Grosshändler muss frühzeitig disponieren, Bestellungen aufgeben und Waren oft schon Wochen im voraus lagern. Mit der Lagerung überbrückt der Grossist den Zeitraum zwischen Produktion und Nachfrage und gleicht auch Schwankungen auf der Nachfrage- sowie Angebotsseite aus. Mit dieser Zeitüberbrückung dient der Handel einerseits den Konsumenten, andererseits aber auch dem Hersteller. Bei frühen Bestellungen kann der Fabrikant seine Produktion besser planen. Damit die Kundinnen und Kunden die gewünschten Artikel stets zur richtigen Zeit kaufen können, sind auch in Detailhandelsgeschäften umfangreiche planerische Arbeiten notwendig.

Die Versorgungsfunktion

Die Versorgungsfunktion des Handels ist eng mit den übrigen bis jetzt behandelten Funktionen verknüpft. Mehr als die Hälfte aller lebenswichtigen Güter bezieht die Schweiz aus dem Ausland. Die Transportwege sind lang und können durch politische Ereignisse leicht unterbrochen werden. Zur Sicherstellung unserer Versorgung halten deshalb vor allem die Grossisten neben umfangreichen freien Vorräten auch bedeutende Pflichtlager, die vom Bund kontrolliert werden. Obligatorische und freiwillige Pflichtlager werden beispielsweise bei den Agrar-, Rohstoff-, Halbfabrikats- und Chemieprodukten gehalten.

Die Kredit- und Finanzierungsfunktion

Um eine Ware möglichst rationell vermitteln zu können, ist der Grosshandelsbetrieb auch auf einen preisgünstigen Einkauf angewiesen. Der Einkauf in grossen Mengen führt heute vielfach nur noch dann zu preislichen Vorteilen, wenn entweder sofort bei Ablieferung oder schon bei der Warenbestellung bezahlt wird. Umgekehrt räumt der Grosshändler seinen Kunden - den Detailhändlern - Kredite ein, die je nach Branche in die Hunderte von Millionen Franken gehen können.

Die Informations- und Beratungsfunktion

Alle Händler werden laufend gezwungen, jede sich abzeichnende Veränderung des Marktes im In- und Ausland aufmerksam zu verfolgen. Vor allem Grosshändler müssen sich weltweite Informationen über sämtliche Angebote von Waren beschaffen. Sie sammeln Erfahrungen über Verkaufserfolge neuer Produkte im Ausland und untersuchen und verfolgen Änderungen der Verteil- und Absatzwege. Der Grosshandel verfügt über ein Beratungsinstrumentarium, um seine Kunden - die Detailhändler - über Stand und Entwicklung der bearbeiteten Märkte auf dem Laufenden zu halten.

Korrekturhinweis: Die Muster-Antworten entsprechen dem Branchenkundentext. Die Antworten der Lernenden können viel kürzer sein (Stichworte). Sie müssen aber den Kern jeder Funktion sinngemäss wiedergeben (Schlüsselworte 1:1 oder umschrieben).

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 10

6 Punkte

Leistungsziel Nr. 1.9.2.3: Betriebsformen

Ausgangslage:

Kein Handelsbetrieb ist wie der andere. Trotzdem teilt man die Firmen in verschiedene Betriebsformen ein. Dabei kann eine Firma auch verschiedene Formen umfassen.

Aufgabe:

Zählen Sie sechs Betriebsformen des Handels auf und erklären Sie jede in wenigen Stichworten.

Für jede korrekt genannte und erklärte Betriebsform erhalten Sie einen Punkt. Nur komplett ausgefüllte Zeilen werden beurteilt.

Grundlage: Branchenkundetext Der Handel S. 10ff

Hinweis: Die Erklärungen müssen nicht so ausführlich sein, aber den „Kern“ der Betriebsform korrekt wiedergeben!

• **Fach-/Spezialgeschäft**

Fachgeschäfte sind Detailhandelsbetriebe, die Waren einer bestimmten Branche oder Bedarfsgruppe anbieten. Spezialgeschäfte sind Detailhandelsbetriebe, die auf einen Ausschnitt des Fachgeschäftssortiments spezialisiert sind.

Fachgeschäfte und Spezialgeschäfte sind äusserlich sehr ähnlich, unterscheiden sich aber in ihrem Sortiment. Das Fachgeschäft hat ein schmales und tiefes Sortiment, das heisst es führt nur Waren aus einer Branche oder Bedarfsgruppe, dafür aber in grosser Auswahl (z.B. Sportgeschäft). Das Spezialgeschäft spezialisiert sich auf einen Ausschnitt dieser Branche (z.B. Tauchshop).

• **Fachmarkt**

Fachmärkte sind grossflächige Detailhandelsbetriebe, die in einem sachlich eingerichteten, übersichtlichen Verkaufsraum Waren einer gesamten Bedarfsgruppe anbieten. Solche Bedarfsgruppen sind beispielsweise Garten, Bauen, Wohnen, Büro, Freizeit/Hobby usw.

• **Tankstellenshop**

Der Automobilist bedient die Zapfsäule selber und bezahlt den Benzinkauf in einem separaten Raum. Dort kann er ausserdem Kiosk- und Autozubehörartikel kaufen. Es werden mehr und mehr auch Güter des täglichen Bedarfs (Convenienceprodukte) angeboten. Heute kann der Automobilist im Tankstellenshop manchmal sogar Frischprodukte kaufen.

• **Warenhaus**

Warenhäuser sind Grossbetriebe des Detailhandels. Sie bieten Waren aus zahlreichen Branchen (Bekleidung, Parfümerie, Papeterie, Haushalt, Tonträger usw. sowie Nahrungs- und Genussmittel) an.

• **Einkaufszentrum**

Das Einkaufszentrum vereinigt unter einem Dach eine Vielzahl von Detailhandels- und anderen Dienstleistungsbetrieben. Es wird als Einheit gebaut, zentral verwaltet und vermarktet.

• **Factory Outlet Center**

Erreichte
Punktezah
pro Seite:

Punkte

Factory Outlet = Fabrikladen: In grossflächigen Räumen mit Fabrikcharakter bieten international bekannte Hersteller ihre Markenprodukte zu reduzierten Preisen an. Meist handelt es sich dabei um Vorsaison-, Überhang- und Auslaufmodelle oder Waren mit kleinen Mängeln (= Zweitqualitäten).

- **Supermarkt**

Supermärkte sind Detailhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von rund 500 - 2'000 m² Nahrungs- und Genussmittel aller Art und ergänzende problemlose Nichtlebensmittel (Nonfood) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Der Supermarkt wird wegen seines Bedienungssystems auch Selbstbedienungsladen genannt.

- **Kiosk**

Kioske sind kleinere Detailhandelsbetriebe, die an stark frequentierten Standorten gewisse Warengruppen (Presseerzeugnisse, Tabak, Food, Non Food) und Dienstleistungen anbieten.

- **Versandhandel**

Versandhäuser sind Detailhandelsbetriebe, die ihre Waren nicht im offenen Ladengeschäft, sondern auf Bestellung verkaufen und durch die Post oder auf anderen Wegen an die Kunden versenden

- **Verbrauchermarkt**

Verbrauchermärkte sind Detailhandelsbetriebe, die auf einer weiträumigen Verkaufsfläche ab 4'000 m² ein warenhausähnliches Sortiment - mit Schwergewicht bei Nahrungs- und Genussmitteln - anbieten. Verkaufsform ist überwiegend Selbstbedienung.

- **Shop-in-the-Shop**

Warenhäuser und zum Teil Verbrauchermärkte vermieten seit Jahren einen Teil ihrer Verkaufsfläche an andere Geschäfte. Im Warenhaus sind die vermieteten Verkaufsflächen dabei so geschickt in den Verkaufsraum integriert, dass für Kunden das Geschäft als Einheit wirkt. Im Verbrauchermarkt befinden sich die Verkaufsstände der Untermieter in der Regel nach den Kassenstationen.

- **Sortimentsgrosshandel**

Grossisten dieser Kategorie bieten ihren Abnehmern viele verschiedene Warengruppen an. Die Auswahl innerhalb der Warengruppe, die diese Grosshändler führen, ist aber eher klein. Detaillisten, die hier einkaufen, profitieren davon, dass sie Waren aus zahlreichen Branchen einkaufen können. Im Lebensmittelgrosshandel und im Drogistengrosshandel findet man verschiedene Vertreter dieser Grossistenform.

- **Spezialgrosshandel**

Das Warenangebot eines Spezialgrosshändlers ist - wie schon der Name sagt - auf einzelne Warengruppen spezialisiert. Der Spezialgrosshändler bietet seinen Abnehmern meist nur wenige Warengruppen an. Dafür hat er von diesen Gruppen eine Vielzahl verschiedener Ausführungen. Ein Früchte- und Gemüsegrosshändler beispielsweise bietet zwar nur diese Frischproduktgruppe an, davon aber eine grosse Auswahl an einheimischen wie ausländischen und sogar exotischen Früchten und Gemüsen. Oft ist es sogar möglich, unter verschiedenen Qualitätsstufen (z.B. Äpfel 1. und 2. Sorte) auszuwählen.

Ebenfalls zum Spezialgrosshandel zählen Importgrosshändler einzelner Firmen. Sie führen das Sortiment einer bestimmten Herstellerfirma in grosser Auswahl (z. B. Suzuki).

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

- **Aufkaufgrosshandel**

Der Aufkaufgrosshändler befasst sich vorwiegend mit dem Aufkauf von Rohstoffen aus der Landwirtschaft oder Forstwirtschaft (z.B. Gemüse, Wolle, Holz). Andere Aufkaufgrosshändler kaufen in kleineren und grösseren Mengen Altmaterial und Abfallstoffe (z.B. Altpapier, Alteisen) ein. Die in vielen einzelnen Einkäufen angehäuften Rohstoff- oder Altmaterialmengen verkauft der Aufkaufgrosshändler an Industriebetriebe, die diese Güter weiterverarbeiten oder wiederverwerten.

- **Absatzgrosshandel**

Der Absatzgrosshandel oder Konsumgütergrosshandel ist der Handel mit Fertigwaren, die für den Konsumenten bestimmt sind. Im Gegensatz zum Aufkaufgrossisten kauft der Absatzgrossist seine Erzeugnisse bei einer kleineren Anzahl Fabrikanten ein. Dafür hat er zahlreiche Abnehmer: seine Detaillisten.

- **Abholgrosshandel**

Der Abholgrosshandel ist besser bekannt unter den Namen Cash and Carry-Markt oder C + C-Lager. Beim Abholgrosshändler kaufen Detaillisten, Hoteliers, Restaurantbesitzer, Spitäler und andere Grossabnehmer ein. In grossen, lagerhausähnlichen Räumen bietet der C + C-Grossist im Selbstbedienungssystem Waren aus dem Food- und Nonfoodbereich an. Er ist eine Art Supermarkt auf Grossistenebene.

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 11

8 Punkte

Leistungsziel Nr. 1.10.3.4: Inventar und Inventur

Ausgangslage:

Als gesetzlich vorgeschriebene Kontrollinstrumente und –tätigkeiten gehören „Inventar“ und „Inventur“ zum Alltag jedes Handelsbetriebes.

Aufgabe:

- a) Erklären Sie nachvollziehbar in ganzen Sätzen oder in Stichworten die beiden Begriffe „Inventar“ und „Inventur“.

Für jeden korrekt erklärten Begriff erhalten Sie 1 ½ Punkte.

- b) Zählen Sie maximal fünf Gründe für Inventurdifferenzen auf und erklären Sie jeden in ganzen Sätzen oder in Stichworten

Für jeden richtigen Grund für Inventurdifferenzen inklusive der nachvollziehbaren Erklärung erhalten Sie einen Punkt.

Gemäss Branchenkundetext „Logistik“ S. 27 ff

Erklärung Inventar:

Die Inventur ist die Voraussetzung zur Erstellung eines Inventars (Bestandesverzeichnis) und der Bilanz. Gesetzliche Vorschrift.

Erklärung Inventur:

Bei der Inventur wird der tatsächliche Bestand des Vermögens (also auch der Lagerbestand) und der Schulden zu einem bestimmten Zeitpunkt mengen- und wertmässig erfasst. Dies geschieht meist am Ende eines Geschäftsjahres und erfolgt durch Zählen, Messen oder Wiegen (körperliche Bestandesaufnahme).

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Fehlmengen (Inventurdifferenzen)

Bei der Auswertung der Inventur werden die SOLL-Werte mit den IST-Werten verglichen. Alle Positionen, bei denen Abweichungen festgestellt wurden, werden nachgezählt. Bestätigt sich der gezählte Wert, werden die Abweichungen als Inventurdifferenz festgehalten.

Fehlmengen beim IST-Bestand sind zurückzuführen auf:

- Wareneingangsfehler
- Nicht erkannte Lieferdifferenzen
- Bruch
- Diebstahl

Fehlmengen beim SOLL-Bestand können folgende Ursachen haben:

- Ein- resp. Ausgänge wurden nicht richtig erfasst
- Lagerbewegungen wurden nicht oder doppelt erfasst
- Der falsche Artikel wurde erfasst

In der Regel handelt es sich bei Inventurdifferenzen um Verluste. Sie werden deshalb in der Erfolgsrechnung des Unternehmens als Aufwand verbucht. Die Warenvorräte in der Bilanz müssen um den entsprechenden Wert nach unten korrigiert werden.

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 12

8 Punkte

Leistungsziel Nr. 1.10.4.2: Aufgaben der Logistik

Ausgangslage:

Ohne umfassende Logistikleistungen sind die heutigen Warenströme undenkbar. Kaufleute kennen die Tätigkeiten, die von den Logistikfachleuten erbracht werden.

Aufgabe:

Beschreiben Sie am Beispiel eines Produktes aus Ihrem Lehrbetrieb den Weg vom Produzenten bis zum Konsumenten auf und erklären Sie nachvollziehbar, wo die Logistik welche Tätigkeiten ausführt.

Hinweis: Die Tätigkeiten der Logistik können von firmeninternen Abteilungen oder von externen Partnern erbracht werden. Wichtig ist es, dass Sie möglichst alle Logistik-Tätigkeiten auflisten und erklären – unabhängig davon, von wem sie erbracht werden.

Für die nachvollziehbaren Erklärungen der Logistik-Tätigkeiten zwischen dem Produzenten und Ihrem Lehrbetrieb erhalten Sie maximal vier Punkte. Für die nachvollziehbaren Erklärungen der Logistik-Tätigkeiten zwischen Ihrem Lehrbetrieb und den Konsumenten/Kunden erhalten Sie maximal vier Punkte. Ihre Lösung sollte mindestens vier verschiedene Logistik-Tätigkeiten umfassen.

Gewähltes **Produkt** aus dem Lehrbetrieb: _____

Gemäss Branchenkundentext „Logistik“ S. 2 ff

Produzent (Name der Firma oder kurze Beschreibung der Firmentätigkeit):

Tätigkeiten der Logistik zwischen Produzent und Handelsfirma

Beschaffungslogistik (vom Lieferanten ins Eingangslager)

Damit eine Produktion störungsfrei laufen kann und die Wünsche der Kunden erfüllt werden können, hat die Beschaffungsabteilung die Aufgabe, die erforderlichen Güter bereitzustellen. In Zusammenarbeit mit der Einkaufsabteilung und unter Berücksichtigung der noch vorhandenen Lagerbestände ist der Bedarf der einzelnen Warengruppen zu ermitteln.

Produktionslogistik (Material- und Warenwirtschaft, Verwaltung von Waren und Halbfabrikaten in Lagern)

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Handelsfirma (Name des Lehrbetriebes und kurze Beschreibung der Firmentätigkeit):

Tätigkeiten der Logistik zwischen Handelsfirma und Konsument/Kunden

Distributionslogistik (Absatzlogistik; vom Vertriebslager zum Kunden)

Die Verteilung der Güter ist auf verschiedene Arten möglich. Die Post verteilt Sendungen bis in den Briefkasten oder vor die Haustüre. Die Verteilung erfolgt bis zum Endverbraucher. Die Grossverteiler beliefern hingegen in der Regel nicht direkt den Kunden sondern die Verkaufsstellen, in denen die Waren für den Verkauf an den Endverbraucher bereitliegen.

Konsument/Kunden

Korrekturhinweise

Wenn kein Produkt genannt wird resp. die Logistik-Tätigkeiten keinen erkennbaren Zusammenhang mit dem genannten Produkt haben, erfolgt ein Abzug von maximal ½ Punkt.

Wenn kein Produzent genannt oder umschrieben ist und/oder der eigene Lehrbetrieb nicht genannt ist, erfolgt ein Abzug von maximal je ½ Punkt.

Maximal 1 ½ Punkte Abzug möglich!

Es sind auch weitere Logistik-Tätigkeiten denkbar.

Die Muster-Antworten entsprechen dem Branchenkundentext. Die Antworten der Lernenden können viel kürzer sein (Stichworte). Sie müssen aber den Kern jeder Tätigkeit sinngemäss und nachvollziehbar wiedergeben.

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 13

8 Punkte

Leistungsziel Nr. 1.11.1.6: Verpackung

Ausgangslage:

Die meisten Waren benötigen eine Verpackung. Diese muss stets verschiedene Funktionen erfüllen können. Allerdings kann eine Verpackung nie alle Funktionen gleichzeitig zu 100 % erfüllen, da sich die Anforderungen teilweise widersprechen.

Aufgabe:

Zählen Sie vier Funktionen auf, die eine Verpackung erfüllen muss. Beurteilen Sie für die beiden folgenden Beispiele nachvollziehbar in Stichworten, wie die Verpackung die vier Funktionen erfüllt.

Für jedes richtige Kriterium (Funktion) erhalten Sie ½ Punkt. Für jede nachvollziehbare Beurteilung für beide Produkte erhalten Sie 1 ½ Punkte.

Produkt A



Kinder-Überraschung

Bedruckte Folie über Schokolade; im Schokolade-Ei ist eine Plastikkugel, die ein Plastik-Spielzeug enthält; es hat also zwei Verpackungen!

Produkt B



Beton-Gartenplatten

Auf Europalette gestapelt; mit Plastik umwickelt, Holzrahmen

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

			Punkte
Funktionen gemäss Branchenkundentext „Marketing“ Seite 8 ff	Die Verpackungen von Produkt A erfüllen die Funktion wie folgt:	Die Verpackung von Produkt B erfüllt die Funktion wie folgt:	
<u>Schutzfunktion:</u> Die Verpackung muss den Inhalt schützen und auch vor Diebstahl bewahren	Folie: erfüllt nicht (kaum Schutz) Plastik: erfüllt (geeigneter Schutz für Spielzeug)	Erfüllt (Guter Schutz, schwer zu klauen)	
<u>Lagerfunktion:</u> Hier spielen Dauer und Art der Lagerung eine Rolle (Stapelfähigkeit, optimale Ausnutzung von Lagerraum, gängige Verpackungseinheiten und -masse).	Folie: erfüllt nicht, wenig geeignete Form, Zusatzverpackung (Karton) notwendig Plastik: nicht von Bedeutung, da im Schoko-Ei drin	Erfüllt, Begründung gemäss Funktion	
<u>Transportfunktion:</u> Die Verpackung kann den Transport vereinfachen und Transportkosten sparen.	Folie: erfüllt nicht, Zusatzverpackung (Karton) notwendig Plastik: nicht von Bedeutung, da im Schoko-Ei drin	Erfüllt, Begründung gemäss Funktion	
<u>Verkaufsfunktion:</u> Speziell die Verpackung für den Selbstbedienungshandel muss Aufmerksamkeit, Eindeutigkeit bei der Suche, Wiedererkennbarkeit, ansprechendes Design gewährleisten.	Folie, Plastik: erfüllt gut (Design bekannt, hoher Wiedererkennungswert)	Erfüllt nicht	
<u>Verwender- und Wiederverwendungsfunktion:</u> Durch spezielle Öffnungs- und Verschlussmechanismen kann die Verpackung viele Kundenwünsche erfüllen.	Folie: Erfüllt nicht (Keine Wiederverwendung möglich) Plastik: erfüllt selten (teilweise Bestandteil des Spielzeugs)	Erfüllt teilweise (Palette: Wiederverwendbar)	
<u>Allgemeine und gesetzliche Erwartungen:</u> Umweltschutzerwartungen der Käufer (Recycling) müssen wie die gesetzliche Anforderungen (Verpackungen für Kinder, für leicht entzündliche Stoffe) erfüllt werden.	Erfüllt (Kindergerecht, Warnhinweise usw.)	Erfüllt (Holz und Plastik: Recycling möglich)	
			Erreichte Punktzahl pro Seite:

Punkte

Lösung 14**8 Punkte****Leistungsziel Nr. 1.13.2.1: Standards****Ausgangslage:**

Ohne Standards ist unsere heutige Wirtschaftswelt undenkbar. Um diese Tatsache zu erkennen, muss man sich manchmal vor Augen führen, wie es denn ohne Standards aussehen würde.

Aufgabe:

Wählen Sie einen der drei folgenden Standards aus (bitte ankreuzen ☒) und beschreiben Sie in einem kurzen Aufsatz, welche Folgen es für Ihren Lehrbetrieb hätte, wenn es diesen Standard nicht geben würde.

QWERTZ-Tastatur A4-Papier 3pol-Steckdose

Für einen lesbaren, fehlerfreien und nachvollziehbaren Text von mindestens 12 Zeilen erhalten Sie 8 Punkte. Für jeden Schreib- oder Grammatikfehler gibt es ½ –Punkt Abzug. Wenn Teile des Textes nicht lesbar sind, der Text zu kurz ist oder Ihre Gedanken nicht nachvollziehbar sind, erfolgen ebenfalls Abzüge.

Folgen für den Lehrbetrieb:**Korrekturhinweise/Vorgehen:****1. Lesbarkeit prüfen:**

Alle unlesbaren Teile des Textes werden nicht berücksichtigt; d.h. nicht zur Länge hinzugezählt und allfällige Schreib- und Grammatikfehler in diesen Teilen werden nicht sanktioniert (Unlesbar = Nicht geschrieben).

2. Länge des Textes prüfen:

- 12 oder mehr Zeilen: 8 Punkte
- 9 bis 11 Zeilen: 6 Punkte
- 6 bis 8 Zeilen: 4 Punkte
- weniger als 6 Zeilen: 0 Punkte

Wen absichtlich (d.h. übertrieben) gross geschrieben wurde: 1 bis max. 2 Punkte Abzug

3. Schreib- und Grammatikfehler:

Von der obigen (siehe 2.) Punktzahl jeweils mit ½ Punkt in Abzug bringen.

4. Überlegungen und Nachvollziehbarkeit prüfen:

- **Wenn die Gedankengänge klar und logisch sind, Punktzahl belassen.**
- **Maximal zwei Minuspunkte für nicht nachvollziehbare Überlegungen (wirr, ohne Zusammenhang, unlogisch, etc.) sind möglich**
- **Maximal zwei Bonuspunkte für interessante (lustig, überraschend, clever, etc.) sind möglich**

Die Gesamtpunktzahl kann 8 Punkte nicht übersteigen.

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 15

8 Punkte

Leistungsziel Nr. 1.13.3.1: Praxisbezug von Gesetzen und Verordnungen

Ausgangslage:

Ein Handelsbetrieb steht oft im Spannungsfeld zwischen den wirtschaftlichen Erfordernissen und den vom Staat festgelegten Gesetzen und Verordnungen. Um richtige und gesetzeskonforme Entscheide treffen zu können, müssen Kaufleute die den Handel betreffenden Vorschriften kennen.

Aufgabe:

Listen Sie auf jeder der unten stehenden vier leeren Zeilen ein Gesetz oder eine Verordnung auf, die für die praktische Arbeit in Ihrem Lehrbetrieb von Bedeutung ist. In jedem Kasten erklären Sie in Stichworten, aus welchem Grund dieses Gesetz / diese Verordnung für Ihren Betrieb von grosser Bedeutung ist und wie der Betrieb dafür sorgt, dass diese staatlichen Vorschriften eingehalten werden.

(Für jedes Gesetz / jede Verordnung erhalten Sie einen halben Punkt. Für jede nachvollziehbare Erklärung, die zum entsprechenden Gesetz / zur entsprechenden Verordnung passt, erhalten sie 1 ½ Punkte)

Nummer 1: Obligationenrecht

Warum wichtig / wie erfolgt Umsetzung:

Wirtschaftsrecht, Vertragsrecht

Juristische Abteilung, Jurist

Nummer 2: Arbeitsgesetz

Warum wichtig / wie erfolgt Umsetzung:

Personalwesen

Arbeitsverträge

Nummer 3: Berufsbildungsgesetz

Warum wichtig / wie erfolgt Umsetzung:

Lernendenausbildung

Modelllehrgang, Lehrvertrag

Schulungen

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Nummer 4: **Chemikalienrecht**

Warum wichtig / wie erfolgt Umsetzung:

Arbeitssicherheit

EKAS-Branchenlösung, Warntafeln, Schulungen Personal

Korrekturhinweise:

Weitere Gesetze / Verordnungen sind möglich.

Wenn der Gesetzestitel / Verordnungsname nicht aussagekräftig ist, aber aus der Erklärung hervorgeht, welcher staatliche Erlass gemeint ist, kann maximal 1 Punkt gegeben werden.

Erreichte
Punktzahl
pro Seite: