

# Lösung 1

Punkte

## Leistungsziel Nr. 1.1.1.1 Kundengespräch vorbereiten

**6 Punkte**

### Ausgangslage:

Sie werden von Ihrer Berufsbildnerin gebeten, den neuen Lernenden des 1. Lehrjahrs ins Thema "Kundengespräch vorbereiten und führen" theoretisch einzuführen. Da Sie diese Leistungsziele bereits mit Erfolg bearbeitet haben, können Sie auf verschiedene Unterlagen und Erfahrungen zurückgreifen.

### Aufgaben:

- a) Sie finden in Ihren Lernunterlagen einen Vorgehensplan zum Thema Kundengespräch. Leider haben Sie seiner Zeit die Teilschritte auf verschiedene Karteikarten notiert und diese nicht nummeriert. Bringen Sie die nachstehenden Teilschritte in die korrekte chronologische (zeitlich richtige) Reihenfolge, indem Sie die Zahlen 1 bis 8 in die leeren Felder eintragen.  
Für die korrekte Reihenfolge aller 8 Teilschritte erhalten Sie 2 Punkte.

|   |                                    |
|---|------------------------------------|
| 8 | Gespräch nachbereiten              |
| 2 | Gespräch eröffnen                  |
| 7 | Kunde verabschieden                |
| 3 | Bedarf / Bedürfnis ermitteln       |
| 5 | Definitives Angebot unterbreiten   |
| 1 | Gespräch vorbereiten               |
| 4 | Angebote unterbreiten und erklären |
| 6 | Kaufvertrag abschliessen           |

### Korrekturhinweis zu a):

Alle 8 Teilschritte in der richtigen Reihenfolge = 2 Punkte, pro Fehler ½ Abzug

Erreichte  
Punktzahl

b) Sie wissen, dass ein Kundengespräch mit Verkaufshilfen professioneller geführt werden kann. Zählen Sie Ihrem Kollegen vier nützliche Verkaufshilfen auf, die in Ihrem Lehrbetrieb zum Einsatz kommen können. Sie erhalten je korrekte Nennung ½ Punkt, total 2 Punkte.

- Prospekte
- Preislisten
- Verkaufs- /Zeigemappen
- Präsentation auf Notebook
- Geschäftsbedingungen
- Notizmaterial
- Etc.

**Korrekturhinweis zu b):**

Weitere sinnvolle Lösungen sind möglich.

c) Ihr Kollege möchte von Ihnen wissen, was er bei der Eröffnung eines Verkaufs- oder Beratungsgesprächs mit einem neuen Kunden zu beachten hat. Geben Sie Ihrem Kollegen in Stichworten vier nützliche Tipps, auf was er bei der Gesprächseröffnung achten sollte. Je nützlicher Tipp erhalten Sie ½ Punkt, total 2 Punkte.

- Kunde beim Namen nennen
- Kunde freundlich begrüßen
- Blickkontakt herstellen
- Sich selbst vorstellen
- Pünktlich erscheinen
- Aufhänger für das Gespräch finden
- Persönliche Interessen des Kunden ansprechen
- Etc.

**Korrekturhinweis zu c):**

Weitere sinnvolle Beispiele sind möglich.

Punkte

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 2

Punkte

### Leistungsziel Nr. 1.1.1.3 Kundenbedürfnisse erfragen

3 Punkte

#### Ausgangslage:

Ihr Arbeitskollege hat Ihnen soeben telefoniert und mitgeteilt, dass er wegen eines Todesfalles in der Familie heute und morgen nicht ins Geschäft komme. Er hat Sie gebeten, am Nachmittag den angemeldeten Kunden zu empfangen. Er wisse selber auch nicht mehr, als dass sich dieser erstmals für Ihre Produkte / Ihre Dienstleistungen interessiere.

#### Aufgaben:

- a) Erklären Sie verständlich in einem Satz, weshalb Sie in einem solchen Erstgespräch vor allem offene Fragen stellen (keine Beispiele geben).  
Total 1 Punkt.

Mit offenen Fragen lasse ich den Kunden sprechen und erfahre mehr als nur mit Antworten auf geschlossene Fragen.

Der Kunde kann sich mit seinen Bedürfnissen und Anliegen besser einbringen und fühlt sich nicht bedrängt.

- b) Formulieren Sie nachstehend in ganzen Sätzen vier offene Fragen, welche Sie vom Kunden **zwischen** der Begrüßung und der Verabschiedung beantwortet haben möchten. 4 x ½ Punkt, total 2 Punkte.

#### Begrüßung

- Wie sind Sie auf unsere Firma aufmerksam geworden?
- Womit kann ich Ihnen dienen?
- Wofür braucht er/sie es?
- Welche Preisvorstellungen haben Sie?
- Welche Vorstellungen haben Sie bezüglich Lieferung?

#### Verabschiedung

#### Korrekturhinweise:

- a) Verlangt werden ganze Sätze in Frageform.  
b) Andere sinnvolle Fragestellungen sind ebenfalls möglich.

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 3

Punkte

### Leistungsziel Nr. 1.1.2.2 Kundenbedürfnisse erfassen und weiterleiten

#### Nr. 1.1.2.1 Argumente und Vorschläge bringen

5 Punkte

#### Ausgangslage:

Jede/r Kunde/in hat unterschiedliche Bedürfnisse resp. Kaufmotive. Wichtig für eine/n Kaufmann/-frau ist es, diese zu ergründen, um dementsprechend die richtige Dienstleistung oder das richtige Produkt zu verkaufen.

#### Stellen Sie sich folgende Situation in einem Bücherladen vor:

##### Kunde:

Grüezi! Ich suche ein Geschenk für meine Mutter. Ich bin eben immer noch Student, Sie verstehen. Ja, und als Chemie-Student interessiere ich mich nicht sehr für Kultur. Haben Sie etwas über Frankreich? Wissen Sie, meine Eltern haben dort ihre nächsten Ferien geplant und wollen von Paris aus mit dem Auto Ausflüge in der Region machen. Man isst ja vorzüglich in Frankreich, meine Eltern kommen diesbezüglich bestimmt auf ihre Rechnung. Aber trotzdem, es ist verrückt - als Rentner sind sie sich eigentlich nicht mehr so gewohnt, sich im Strassenschilder-Dschungel zurecht zu finden und dann noch auf Französisch! Am besten wäre, wenn alles mit Bildern erklärt wäre!

#### Aufgaben:

- a) Kaufmotiv:  
Lesen Sie die Ausführungen des Kunden. Der Kunde möchte ein Geschenk für seine Mutter kaufen. Welches Kaufmotiv hat er? (1 Punkt)
- b) Welche Hinweise aus den Ausführungen des Kunden helfen Ihnen, das richtige Produkt für den Kunden zu ergründen? Nennen Sie 4 Hinweise (linke Spalte) und erklären Sie, warum diese wichtig sind (rechte Spalte).  
Je Hinweis und je Begründung erhalten Sie ½ Punkt, total 4 Punkte.

| Hinweise (4 x ½ Punkt)              | Begründung / Erklärung (4 x ½ Punkt)   |
|-------------------------------------|--|
| Mutter = Rentnerin                  | Buch mit viel Bildern, wenig Text<br>Ev. grosse Schrift  |
| Französische Kultur in und um Paris | Handlicher Reiseführer mit Schwerpunkt Kultur,<br>z.B. mit wichtigsten Sehenswürdigkeiten um Paris<br>(Schloss Versailles, etc.) |
| Ausflüge mit Auto                   | Buch sollte Strassenkarte enthalten<br>Ev. mit erklärten, kurzen Routenvorschlägen   |
| Kunde = Student                     | Buch darf nicht zu teuer sein  |
| Gut essen                           | Restaurant-Tipps   |

#### Korrekturhinweis:

- b) Die Begründungen müssen zu den Hinweisen passen.

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 4

Punkte

### Leistungsziel Nr. 1.6.1.4 Betriebliche Vorschläge einbringen

6 Punkte

#### Ausgangslage:

Die Verbesserung der Arbeitsprozesse innerhalb der Unternehmen muss eine permanente Aufgabe sein. Jeder Mitarbeitende muss die Prozesse und die Ziele seines Unternehmens verstehen. Um die Qualität einer Verbesserung beurteilen zu können, muss ein messbares Ziel festgelegt und ein passendes Kontrollmittel bestimmt werden.

#### Aufgabe:

In der Tabelle auf der nachfolgenden Seite finden Sie verschiedene Ziele eines Unternehmens. Geben Sie für jedes dieser Ziele einen möglichen Vorschlag zur Umsetzung an sowie je ein Kontrollmittel, um die Zielerreichung zu überprüfen. Pro Vorschlag erhalten Sie je 1 Punkt, pro Kontrollmittel je ½ Punkt, total 6 Punkte.

| Ziele   | Vorschlag zur Umsetzung<br>Je 1 Punkt   | Kontrollmittel<br>Je ½ Punkt  |
|---|---|---|
| 100% der Mitarbeitenden sind über den in zwei Monaten stattfindenden Wechsel der Öffnungszeiten unseres Personalrestaurants orientiert. | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mitteilung (per Email)</li> <li>– Beilage zur Lohnabrechnung</li> <li>– Anschlag am schwarzen Brett</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Lesebestätigung einverlangen</li> <li>– Umfrage bei den Benützern</li> </ul> |
| Beim Büromaterial wollen wir 10% der jährlichen Kosten einsparen.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Bestellungen zentralisieren</li> <li>– Verantwortlichen mit Budgetvorgabe bestimmen</li> <li>– Anzahl Lieferanten reduzieren</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Budgetkontrolle</li> </ul>   |
| Bis zum Jahresende kennen 80% unserer derzeitigen Kunden unser neues Produkt.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mailing an unsere Kunden</li> <li>– Hinweis auf unserer Homepage</li> <li>– Bei jedem Kundenkontakt Informationsbroschüre abgeben</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kundenumfrage</li> </ul>   |
| Nicht mehr als 5% des Personals verlässt unsere Firma auf eigenen Willen/ Wunsch (heute 10%).   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Personalentwicklung ausbauen</li> <li>– Attraktive Arbeitsplätze anbieten</li> <li>– (Salärerhöhung)</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>– (Personal)statistik</li> </ul>   |

#### Korrekturhinweis:

Andere sinnvolle Lösungen sind möglich.

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 5

Punkte

### Leistungsziel Nr. 2.1.3.2 Termine planen

6 Punkte

#### Ausgangslage:

Verschiedene Stellen in ihrem Betrieb arbeiten mit unterschiedlichen Instrumenten zur Terminplanung.

#### Aufgabe:

Nennen Sie in der untenstehenden Tabelle drei Arten von unterschiedlichen Terminplanern. Zeigen Sie dazu je einen Vor- und einen Nachteil des entsprechenden Planungsinstrumentes auf. **Ein Vor- respektive Nachteil darf nur 1x genannt werden.**

Pro Terminplanungsinstrument und sinnvollem Vor- und Nachteil erhalten Sie je 2 Punkte, total 6 Punkte.

| Terminplanungs-instrument             | Vorteil und Nachteil | Argument   |
|---------------------------------------|----------------------|--|
| Jahresplaner in Papierform            | <b>Vorteil</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einfach nachzuführen</li> <li>- Leicht mitzunehmen</li> </ul>   |
|                                       | <b>Nachteil</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenig Platz für Eintragungen, evtl. zu umfangreich</li> <li>- Nur ein bis zwei Jahre verfügbar</li> </ul>   |
| Elektronische Agenda im Taschenformat | <b>Vorteil</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Handlich, Zusatzfunktionen</li> </ul>   |
|                                       | <b>Nachteil</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Je nach Ausführung teuer in der Anschaffung</li> <li>- Verschiedene elektronische Geräte im gleichen Betrieb</li> <li>- Gefahr: Datenabgleich mit dem PC zu vergessen</li> <li>- Risiko Datenverlust bei Batterieausfall</li> </ul> |
| PC am Arbeitsplatz                    | <b>Vorteil</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Schneller Zugriff am Arbeitsplatz</li> <li>- Andere Personen haben Eintragsmöglichkeiten</li> </ul>   |
|                                       | <b>Nachteil</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zugang zum PC muss gewährleistet sein.</li> <li>- PC nicht immer verfügbar bei Terminabmachungen</li> </ul>   |

#### Korrekturhinweise:

- Der Kandidat erhält 2 Punkte pro Zeile, wenn sowohl das Terminplanungsinstrument als auch je ein sinnvoller Vor- und Nachteil aufgeführt sind.
- Fehlt in der Zeile entweder das Instrument oder der Vor-/Nachteil, so erhält der Kandidat nur einen Punkt.
- Wird ein Vor- oder Nachteil mehrmals erwähnt, erhält der Kandidat für die weiteren Nennungen keinen Punkt.

Erreichte Punktzahl

## Lösung 6

Punkte

### Leistungsziel Nr. 3.3.7.1 Erwartungen von Anspruchsgruppen erkennen 6 Punkte

#### Ausgangslage:

Familie Ipsale führt mit ihrem Campingplatz in Tenero kein isoliertes unternehmerisches Dasein. Vielmehr sind sie mit ihrer Unternehmung Bestandteil einer anspruchsvollen Umwelt, die von wechselseitigen Beziehungen verschiedener Anspruchsgruppen geprägt ist.

#### Aufgaben:

Nachstehend finden Sie Aussagen zu Erwartungen einzelner Anspruchsgruppen an Herrn Ipsale, resp. Erwartungen von Herrn Ipsale an einzelne Anspruchsgruppen. Beschreiben Sie solche wechselseitigen Beziehungen jeweils in ganzen Sätzen, indem Sie aus Sicht der anderen Anspruchsgruppe eine konkrete Erwartung formulieren. Für jede richtige Antwort erhalten Sie 1½ Punkte (total 6 Punkte).

- a) Der Staat erwartet, dass Herr Ipsale seine Steuern rechtzeitig bezahlt und die Gesetze einhält. Was erwartet Herr Ipsale seinerseits vom Staat?  
Herr Ipsale seinerseits wünscht sich vom Staat optimale wirtschaftliche Rahmenbedingungen / nicht allzu viele unnötige einschränkende Vorschriften.
- b) Herr Ipsale möchte von seinen Lieferanten pünktlich und mit qualitativ einwandfreien Lebensmitteln beliefert werden.  
Welche Erwartung haben die Lieferanten an Herrn Ipsale?  
Diese verfolgen das Ziel, mit Herrn Ipsale eine langjährige Geschäftsbeziehung aufbauen zu können / erwarten eine pünktliche Bezahlung ihrer Rechnungen.
- c) Die Gäste des Campingplatzes wünschen sich eine moderne und saubere Infrastruktur zu möglichst günstigen Bedingungen. Was erwartet Herr Ipsale von seinen Gästen?  
Herr Ipsale erhofft sich Gäste mit korrektem, rücksichtsvollem und sauberem Verhalten, welche die Qualität des Angebotes würdigen und auch in Zukunft wieder einen Aufenthalt vornehmen werden.
- d) Herr Ipsale legt grossen Wert auf freundliche und engagierte Mitarbeitende, die auch bereit sind, flexibel auf die Bedürfnisse der Unternehmung zu reagieren.  
Welche Erwartungen haben die Mitarbeitenden gegenüber ihrem Arbeitgeber?  
Die Mitarbeiter erwarten zeitgerechte Anstellungsbedingungen / ein angenehmes Betriebsklima.

**Korrekturhinweis:** Weitere sinnvolle Lösungen sind möglich.

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 7

### Leistungsziel Nr. 3.3.7.1 Erwartungen von Anspruchsgruppen erkennen 6 Punkte

#### Ausgangslage:

Sie arbeiten in einem Hotel, welches sich auf das Seminargeschäft spezialisiert hat. Durch die Zunahme dieser Geschäftstätigkeit entspricht der alte Fotokopierer nicht mehr den Anforderungen. Die Anforderungskriterien an den neuen Fotokopierer lauten:

- Kompaktgerät
- 12-15 Kopien pro Minute
- Toner- oder Modultechnik
- Vergrößerung und Verkleinerung möglich
- automatischer Originaleinzug (ADF) und Sorter eingebaut oder als Option lieferbar
- Preis maximal Fr. 6'000.--
- Lieferung auf Beginn Saison in 14 Tagen

Folgende Angebote von drei angefragten möglichen Lieferanten sind eingegangen:

| Lieferant A  |
|--|
| Erprobte Technologie, 12 Kopien pro Minute<br>Modul für 3000 Kopien zu Fr. 180.-, Papier von 80 – 120 gr., Formate von A6 – B4<br>Vergrößerung mit 2 Stufen, Verkleinerung mit 3 Stufen<br>Preis Fr. 3'000.- zuzüglich MWSt. 7.6%<br>Optionen: Automatischer Einzug Fr. 1'200.-, Sorter für 10 Dokumente Fr. 1'200.-<br>Sofort lieferbar   |
| Lieferant B  |
| Der schnelle "Kleine" mit der grossen Leistung, 15 Kopien pro Minute<br>Einfaches Nachfüllen des Toners<br>Vergrößerung und Verkleinerung je 3 Stufen oder Zoom<br>Automatischer Einzug und Sorter für 10 Dokumente<br>2 Magazine, inklusive Ständer, Papier von 70 – 120 gr, über Einzelblatteinzug bis 180 gr.<br>Preis Fr. 5'600.- inklusive MWSt<br>Servicevertrag Toner/Service Fr. -.03 je Kopie<br>Lieferung 14 Tage  |
| Lieferant C  |
| Kompaktkopierer neuester Technologie, 18 Kopien je Minute<br>Vergrößerung und Verkleinerung mit Zoom, Papier 70 – 120 gr.<br>Mehrere Farben möglich (mittels Wechsel des Moduls), Folien und Papiere aller Art möglich<br>Optionen: automatischer Einzug und Sorter (ab Herbst 2006)<br>Hitpreis Fr. 5'000.- inklusive MWSt 7.6%, Farbmodule zu Fr. 240.- je Farbe<br>Ökopreis für recyclingfähige Bauteile. Spezialtisch mit Schubladen für zusätzliche Magazine und Unterlagen wird für Fr. 720.- separat geliefert.<br>Sofort lieferbar |

**Aufgaben:**

Füllen Sie die nachstehende Tabelle aus:

- a) Bestimmen Sie in der ersten Spalte anhand der Anforderungskriterien und der Offerten 8 weitere Vergleichskriterien. Tragen Sie anschliessend die Vergleichswerte bzw. den Erfüllungsgrad der Kriterien für die drei verschiedenen Lieferanten ein.

Je vollständig ausgefüllte Zeile erhalten Sie  $\frac{3}{4}$  Punkt, total 6 Punkte.

| Vergleichskriterien   | Lieferant A                             | Lieferant B                               | Lieferant C  |
|-----------------------|---|---|--|
| - Kompaktgerät        | Ja                                      | Ja  | Ja   |
| - Kopienzahl          | 12                                      | 15  | 18   |
| - Technik             | Modul                                   | Toner                                     | Modul  |
| - Vergrösserung       | 2 Stufen                                | 3 Stufen+Zoom                             | Zoom   |
| - Verkleinerung       | 3 Stufen                                | 3 Stufen+Zoom                             | Zoom   |
| - Autom. Einzug       | Option Fr.1200.--                       | eingebaut                                 | Option lieferbar ab Herbst 2006                        |
| - Sorter 10 Stat      | Option Fr.1200.--                       | eingebaut                                 | Option lieferbar ab Herbst 2006                        |
| - Lieferung           | ab Lager                                | 14 Tage                                   | Gerät ab Lager   |
| - Offertpreis         | Fr. 3'000.- + MWSt                      | Fr. 5'650.- inkl. MWSt                    | Fr. 5000.- inkl. MWSt<br>Tisch + 720.-                 |
| - Zusätzliche Angaben | brutto inkl. Opt.<br>Fr. 5'400.- + MWSt | Kopienpreis<br>3 Rp. für<br>Toner/Service | Farbmodule separat<br>erhältlich zu<br>Fr. 240.- Stück |

- b) Welchen Lieferanten wählen Sie aufgrund Ihrer Analyse? (1 Punkt)

Lieferant B

- c) Begründen Sie Ihren Entscheid mit 2 Argumenten, formuliert mit jeweils ganzen Sätzen (1 Punkt).

Lieferant B hat das Gerät mit dem besten Preis-/Leistungsverhältnis.  
Alle betrieblichen Vorgaben sind bei diesem Modell erfüllt.  
Technisch ist das Gerät auf dem höchsten Niveau.

**Korrekturhinweise:**

Gerät Lieferant C wäre ohne Tisch günstiger. Es müsste allerdings eine andere Untergestellvariante organisiert werden. Einzug/Sorter sind jedoch im Preis nicht offeriert und zurzeit noch nicht lieferbar.

Gerät von Lieferant A ist preislich am höchsten und leistet technisch am wenigsten.

Punkte

Erreichte  
Punktzahl

# Lösung 8

Punkte

## Leistungsziel-Nr. 1.11.1.5 Marketingmix

4 Punkte

### Ausgangslage:

Ein neues Produkt auf dem Markt zu positionieren bedarf einer guten strategischen Vorbereitung. Sie kommen neu in die Abteilung Marketing und dürfen mitreden, wie das neue Produkt „Mineralwasser mit Mandarinentgeschmack“ vermarktet werden soll. Welche Instrumente bieten die 4Ps des Marketingmix an, das Produkt auf dem Markt zu positionieren?

### Aufgabe:

Füllen Sie die untenstehende Tabelle aus. Welche der verschiedenen Instrumente des Marketingmix sind geeignet, welche sind für unser Produkt nicht geeignet? Begründen Sie Ihre Antwort stichwortartig.

Pro richtig ausgefüllte Spalte erhalten Sie 1 Punkt (total vier Punkte möglich).

| Absatzform                | Produkt   | Distribution (Place)  | Promotion  | Preis   |
|---------------------------|---|---|--|---|
| Instrumente               | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>Geschmack</u></li> <li>➤ <u>Lifestyle, Zusatznutzen</u></li> <li>➤ <u>Qualität</u></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>Detailhandel</u></li> <li>➤ <u>Kiosk</u></li> <li>➤ <u>Automaten</u></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>Printmedien</u></li> <li>➤ <u>Spot im TV</u></li> <li>➤ <u>Muster verteilen</u></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>Mittlere Preisklasse</u></li> <li>➤ <u>Probierpreis (Anreize schaffen)</u></li> <li>➤ <u>3 für 2</u></li> </ul> |
| Geeignet für das Produkt? | <input checked="" type="checkbox"/> Ja<br><input type="checkbox"/> Nein   | <input type="checkbox"/> Ja<br><input checked="" type="checkbox"/> Nein   | <input checked="" type="checkbox"/> Ja<br><input type="checkbox"/> Nein  | <input checked="" type="checkbox"/> Ja<br><input type="checkbox"/> Nein   |

Erreichte Punktzahl

| Absatzform        | Produkt  | Distribution<br>(Place)  | Promotion  | Preis  | Punkte |
|-------------------|--|--|--|--|--------|
| <b>Begründung</b> | Weil das Produkt im Lebensmittelbereich im Vordergrund steht. Wenn das Produkt qualitativ gut ist, wird man auch einen höheren Preis bezahlen. Eventuell einen Zusatznutzen hervorheben: Sehr viel Vitamine drin | Das Produkt soll möglichst einfach erhältlich sein. Ist aber in diesem Fall der falsche Aufhänger. | Durch die Werbung wird das Produkt bekannt gemacht. Wenn der Kunde das neue Produkt kennt und eventuell auch probieren kann und es ihm schmeckt, wird er es auch kaufen. | Je nach Käufergruppe kann durch die Preisregulierung das Produkt an die Konsumenten gebracht werden. Heute ist der Trend nach eher tiefen Preisen. |        |

## Lösung 9

Punkte

**Leistungsziel-Nr. 1.10.1.1 Sortimentsaufbau kennen**

**4 Punkte**

### **Ausgangslage:**

Ein Jugendlicher, der in Ihrem Lehrbetrieb zwei Schnuppertage absolviert, will von Ihnen wissen, was unter Sortimentsaufbau zu verstehen ist.

### **Aufgabe:**

Erklären Sie dem interessierten Jungen in Ihren eigenen Worten den Begriff Sortimentsaufbau anhand der Sortimentsstruktur. Geben Sie ihm anhand von Beispielen die Änderungsmöglichkeiten für ein Sortiment an.

Sie erhalten 2 Punkte für den Sortimentsaufbau und 2 Punkte für 2 Sortimentsänderungen mit je einem Beispiel (total 4 Punkte möglich).

Sortimentsaufbau:

- Schmales Sortiment
- Breites Sortiment
- Tiefes Sortiment
- Flaches Sortiment

Sortimentsänderungen:

Produkt mit neuen Eigenschaften

- ▶ in der Tiefe ➤ Differenzierung: neue Produkte
- ▶ in der Breite ➤ Diversifikation: neue Warengruppe

Elimination

- ▶ in der Tiefe ➤ Produktevarianten verschwinden
- ▶ in der Breite ➤ Warengruppen verschwinden

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 10

Punkte

### Leistungsziel Nr. 1.12.1.2 Instrumente der Handelsfinanzierung

5 Punkte

#### Ausgangslage:

Eine Schweizerische Firma muss sich bei einem internationalen Geschäft entscheiden, ob sie als Verkäuferin zur Sicherung der Zahlung ein Dokumentar-Inkasso oder ein Akkreditiv verlangen soll.

#### Aufgabe:

Erklären Sie in ganzen Sätzen den Unterschied zwischen einem Dokumentar-Inkasso und einem Akkreditiv. Zusätzlich schreiben Sie in ganzen Sätzen für jedes der beiden Instrumente auf, welches seine Nachteile sind.

Sie erhalten für eine nachvollziehbare Erklärung des Unterschiedes zwischen den beiden Instrumenten drei Punkte.

Für die Erklärungen der Nachteile erhalten Sie je einen Punkt.

Für jeden Schreibfehler wird Ihnen  $\frac{1}{4}$  Punkt abgezogen.

Unterschied zwischen einem Dokumentar-Inkasso und einem Akkreditiv:

Dokumentar-Inkasso: Der Verkäufer hat keine Zahlungsgarantie. Wenn der Käufer das Geld einzahlt leiten es die Banken an den Verkäufer weiter. Wenn der Käufer nicht bezahlt, erhält der Verkäufer seine Dokumente zurück. Das Dokumentarinkasso ist billiger als das Akkreditiv.

Akkreditiv: Sobald der Verkäufer die konformen Dokumente via seine eigene Bank bei der Käuferbank eingereicht hat, hat er die Garantie, das bezahlt wird.

Nachteil des Dokumentar-Inkassos für den Verkäufer:

Er hat keine Zahlungsgarantie. Wenn der Käufer nicht zahlt, bekommt er die Ware zurück anstelle des Geldes.

Nachteil des Akkreditivs für den Verkäufer:

Wenn die Dokumente, welche er einreicht, nicht zu 100% konform sind, kann die Bank die Zahlung verweigern.

Erreichte  
Punktzahl

# Lösung 11

## Leistungsziel Nr. 1.8.1.2 Export bedingt Import

**5 Punkte**

### Ausgangslage:

Die Firma Stadler Rail AG in Bussnang TG stellt die Nahverkehrszugskomposition FLIRT her (Flinker Leichter Integriert Regional Transport). Dieses Produkt verkauft sie erfolgreich in ganz Europa. Da die Schweiz keine Rohstoffe besitzt, müssen viele Bestandteile erst importiert werden, bevor das fertige Produkt zusammen gesetzt werden kann.

### Aufgabe:

Geben Sie in der Tabelle für jeden Bestandteil an, welche Rohstoffe oder Halbfabrikate dafür importiert werden müssen. Zusätzlich geben Sie in der zweiten Spalte an, welche Arbeitsschritte mit diesen Produkten dann bei der Stadler Rail AG ausgeführt werden.

Sie erhalten für jede in Stichworten korrekt ausgefüllte Tabellen-Zeile einen Punkt. Wenn eine Zeile nur teilweise ausgefüllt ist, gibt es 0 Punkte.

| Bestandteil                  | Was muss importiert werden?          | Was wird damit gemacht?     |
|------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|
| Beispiel:<br><b>Kupplung</b> | Stahl<br>Kabel                       | Montage<br>Funktionsprüfung |
| <b>Fahrgestell</b>           | Stahl<br>Edelmetalle                 | Montage<br>Endkontrolle     |
| <b>Wagenkasten</b>           | Leichtmetalle<br>Edelmetalle         | Montage<br>Endkontrolle     |
| <b>Betriebssoftware</b>      | Spezialisten (?)<br>Standardsoftware | Programmierung<br>Testlauf  |

Erreichte  
Punktzahl

| <b>Bestandteil</b> | <b>Was muss importiert werden?</b> | <b>Was wird damit gemacht?</b>                                | <b>Punkte</b> |
|--------------------|------------------------------------|---|---------------|
| <b>Verkabelung</b> | Glasfaserkabel<br>Plastikmantel    | Montage<br>Funktions-Kontrolle                                |               |
| <b>Scheiben</b>    | Glas, Plexiglas<br>Gummidichtungen | Montage<br>Dichtigkeits-Kontrolle<br>Test auf Bruchsicherheit |               |

**Erreichte  
Punktzahl**

## Lösung 12

### Leistungsziel Nr. 1.13.3.6 Parallelimport

**3 Punkte**

#### Ausgangslage:

Die Migros hat im November 2005 beschlossen, Kinder-Milchschnitten nicht mehr beim Generalimporteure Ferrero in der Schweiz sondern bei einem Grosshändler in Deutschland einzukaufen. Dank dem Direktimport kann sie den Laden-Verkaufspreis um 20 Rappen senken.

ABER: Der Einkauf patentgeschützter Produkte im Ausland – sogenannte Parallelimporte – sind in der Schweiz nicht erlaubt. Und Ferrero hat die Kinder-Milchschnitten patentieren lassen. Trotzdem hat Ferrero beschlossen, die Migros nicht zu verklagen.

#### Aufgabe:

Überlegen Sie sich und beschreiben Sie in Stichworten, welche Interessen die verschiedenen Parteien haben. Warum macht die Migros das? Was wollen die Konsumenten? Warum verzichtet Ferrero auf eine Klage gegen diesen Parallelimport? Vielleicht hat eine Partei sogar Interessen, die sich widersprechen?

Sie erhalten für jedes in Stichworten nachvollziehbar beschriebene Interesse einer Partei ½ Punkt. Maximal können Sie pro Partei 1 Punkt erzielen.

| Wer                | hat welche Interessen?  |
|--------------------|---|
| <b>Migros</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Produkt günstiger anbieten als Konkurrenz</u></li> <li>• <u>Möglichst viele Kinder-Milchschnitten verkaufen</u></li> <li>• <u>Präzedenzfall schaffen</u></li> </ul>                                 |
| <b>Ferrero</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Patent schützen (Forschungs- &amp; Entwicklungskosten decken)</u></li> <li>• <u>Absatzkanal Migros nicht verlieren</u></li> <li>• <u>Möglichst viele Kinder-Milchschnitten verkaufen</u></li> </ul> |
| <b>Konsumenten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Möglichst günstig einkaufen</u></li> <li>• <u>Möglichst grosse Auswahl</u></li> <li>• <u>Gleiche Preise für gleiche Produkte Inland/Ausland</u></li> </ul>  |

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 13

Punkte

### Leistungsziel-Nr. 1.8.2.3 Zukunft der EU

4 Punkte

#### Ausgangslage:

Die Europäische Union EU zählt seit 2004 fünfundzwanzig Mitglieder. Die folgenden Ländern sind Kandidaten für die nächste Erweiterung der EU: Bulgarien, Rumänien, die Türkei und Kroatien.

Eine solche Erweiterung birgt Risiken und Chancen für die Schweiz. Sowohl der Handel wie auch die Menschen werden betroffen sein.

#### Aufgabe:

a.) Notieren Sie je 3 Risiken und je 3 Chancen für die Schweiz auf, wenn diese Ländern zur EU stossen. Sie erhalten pro Risiko und pro Chance jeweils  $\frac{1}{2}$  Punkt.

#### Risiken für die Schweiz

- mehr Konkurrenz
- CH-Interesse schwieriger durchzusetzen (EU muss immer einstimmig) mehr Mitglieder, mehr Risiko von Opposition gegen die CH
- Lohndruck: Personenfreizügigkeit wird auf die neuen Mitglieder ausgedehnt

#### Chancen für die Schweiz

- Grosser Markt
- Freihandel
- Wirtschaftswachstum
- politische Aktivität
- Rekrutierung gut ausgebildeter Arbeitnehmer

#### Korrekturhinweise:

Weitere Lösungen möglich

b.) Geben Sie 2 Argumente an, welche die Schweiz dazu bewegt haben, den Antrag auf Beitritt zur EU „einfrieren“, also bis auf weiteres ruhen zu lassen.

Für jedes mögliche Argument erhalten Sie  $\frac{1}{2}$  Punkt.

- Den eingeschlagenen bilateralen Weg fortsetzen und sich damit auf eine Sache zu konzentrieren.
- An der Urne hätte die Abstimmung über einen Beitritt zur EU keine Chance.

#### Korrekturhinweise:

Weitere Lösungen möglich

Erreichte  
Punktzahl

# Lösung 14

Punkte

## Leistungsziel-Nr. 1.10.1.2 Sortimente vergleichen

3 Punkte

### Ausgangslage:

Sie machen Ihre Lehre bei einem Grosshandelsbetrieb, welcher verschiedene Detailhändler mit Sportartikeln beliefert. Nun kommt ein Schnupperlehrling vorbei und kommt aus dem Staunen nicht mehr heraus – so ein grosses Lager hat er noch nie gesehen, denn bisher hat er nur Schnupperlehren bei Detailhändlern gemacht. Sie erläutern dem Schnupperlehrling die verschiedenen Strukturen, die ein Grosshandels- und Detailhandelslager haben.

### Aufgabe:

- a) Nennen Sie vier Gesichtspunkte in Stichworten, nach welchen die Sortimentsgestaltung betrachtet werden kann (je ¼ Punkt, total 1 Punkt).
1. Sortimentsaufbau
  2. Preis
  3. Qualität
  4. Saisonalität oder Kontinuität
- b) Sie beliefern grosse wie auch kleine Detailhändler. Erläutern Sie in kurzen Sätzen, was für Sortimente für diese Geschäfte typisch sind (je ½ Punkt, total 2 Punkte)

| Sportgeschäft „Skitraum“ in Davos (5 Mitarbeiter, Umsatz 2 Mio.)        |   |
|---|---|
| 1. Eigenschaft (½ Punkt)  | 2. Eigenschaft (½ Punkt)  |
| (Spezialisierung auf ein Gebiet, deshalb schmales und tiefes Sortiment) | (Eher obere Preisklasse, da Wert auf gute Beratung und gute Qualität gelegt wird) |

| Fachgrosshändler „Sportwelt“ in Egerkingen (20 Mitarbeiter, Umsatz 20 Mio.)  |   |
|--|---|
| 1. Eigenschaft (½ Punkt)   | 2. Eigenschaft (½ Punkt)                                      |
| (Für jede Sportart ein kleines Angebot, somit breites und flaches Sortiment) | (Eher Selbstbedienungsprinzip, untere bis mittlere Preislage) |

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 15

Punkte

**Leistungsziel-Nr. 1.10.2.2 Bestellzeitpunkt**

**6 Punkte**

### Ausgangslage:

In Ihrem Lehrbetrieb ist letzte Woche der Bestand des wichtigsten und meistbestellten Produktes auf Null gesunken – der Mitarbeiter vom Bestellwesen hat vergessen, vor seinen Ferien beim Lieferanten zu bestellen. Der Chef tobt und will nun wissen, wie man künftig solche Fehler vermeiden kann. Natürlich wurde in der Zwischenzeit nachbestellt und die Ware ist heute eingetroffen.

### Aufgabe:

a) Erläutern Sie die folgenden Begriffe in kurzen Sätzen (je ½ Punkt, total 2 Punkte)

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <b>Bestellzeitpunkt</b>             | Zu welchem Zeitpunkt die Bestellung ausgelöst werden muss, d.h. sobald der Lagerbestand auf ein gewisses Niveau gesunken ist, muss nachbestellt werden, um die Versorgung zu garantieren |
| <b>Sicherheitsbestand</b>           | Mindestbestand, der nicht unterschritten werden darf. Sozusagen Notreserve.  |
| <b>Beschaffungszeit</b>             | Dauer, bis die gewünschte Ware wieder im Hause ist (Lieferzeit)  |
| <b>Durchschnittlicher Verbrauch</b> | Durchschnittlicher Absatz bzw. wie viel wir von einem Produkt im täglich / wöchentlich / monatlich / jährlich verkaufen  |

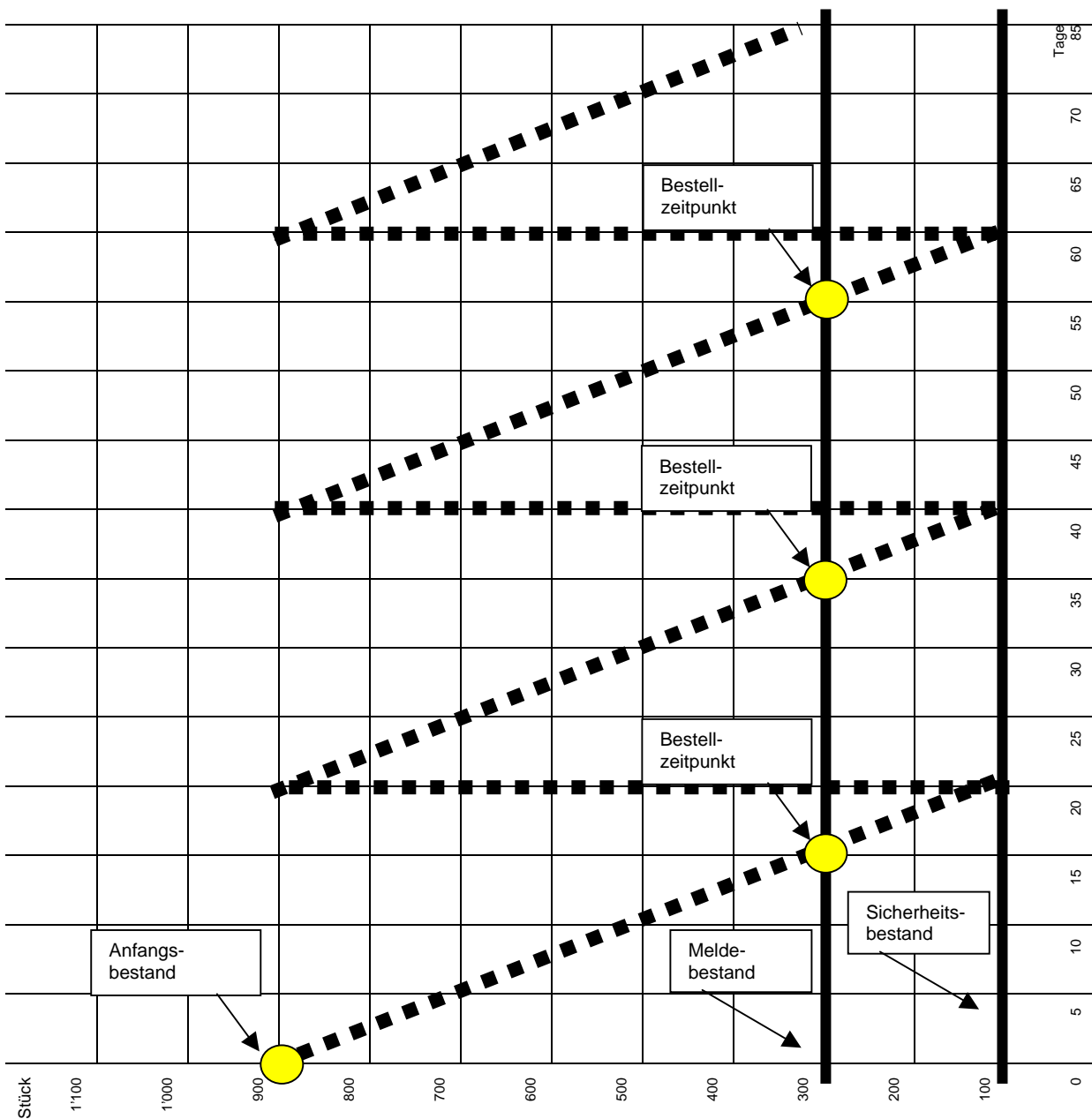
Erreichte  
Punktzahl

b) Um Ihren Chef zu beruhigen, zeigen Sie ihm in einem Diagramm den optimalen Bestellablauf auf. Beachten Sie dabei folgende Vorgaben:

Punkte

Tagesverbrauch: 40 Stk.  
Sicherheitsbestand: 100 Stk.  
Bestellmenge: 800 Stk.  
Lieferdauer: 5 Tage  
Anfangsbestand heute: 900 Stk.

Zeichnen Sie den Verlauf des Lagerbestands, den Anfangsbestand heute, den Sicherheitsbestand sowie den Bestellzeitpunkt ein (2 Punkte)



Erreichte Punktzahl

- c) Berechnen Sie den Meldebestand (mit Herleitung) und tragen Sie diesen ins Diagramm ein (1 Punkt).

Punkte

| Herleitung                             |     | Resultat |
|--|-----|----------|
| Sicherheitsbestand:                    | 100 | 300      |
| + Verbrauch während Lieferfrist (5x40) | 200 |          |

- d) Berechnen Sie, wie hoch der Bestand am Abend des 13 Tages ist (mit Herleitung) (1 Punkt).

| Herleitung            |     | Resultat |
|-----------------------|-----|----------|
| Anfangsbestand        | 900 | 380      |
| ./. Verbrauch (13x40) | 520 |          |

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 16

Punkte

### Leistungsziel-Nr. 1.9.2.1 Funktionen des Handels

5 Punkte

#### Ausgangslage:

Ihr Kollege kommt aus den Ferien in den USA zurück und wettet über die CD- und DVD-Läden in der Schweiz. Er meint, diese seien viel zu teuer und eigentlich überflüssig, weil man ja alles viel billiger per Internet direkt in den USA kaufen könne.

#### Aufgabe:

- a) Nennen Sie vier Funktionen des Handels... (Stichworte angeben, je ¼ Punkt, total 1 Punkt)
- b) ...und erläutern Sie in kurzen Sätzen, warum es für die Kunden von Nutzen ist, dass der Handel diese Funktionen wahrnimmt und sie die Waren in der Schweiz kaufen können (je 1 Punkt, total 4 Punkte).

| Funktion          | Erläuterung   |
|-------------------|---|
| (Mengenausgleich) | (Produzenten stellen ihre Erzeugnisse meist in grossen Mengen her. Der Grossist stimmt dann die in hoher Stückzahl eingekauften Produkte auf die gewünschten Mengeneinheiten für die Detaillisten ab. Und der Detaillist teilt - sofern dies noch nötig ist - Grosspackungen in kleinere Einheiten auf) |
| (Sortiment)       | (Wenn ein Händler sein Sortiment seinen Kunden anpasst, so finden diese Kunden dann auch tatsächlich jene Waren im Geschäft, die sie gerne kaufen möchten.)   |
| (Lagerhaltung)    | (Mit der Lagerung überbrückt der Grossist den Zeitraum zwischen Produktion und Nachfrage und gleicht auch Schwankungen auf der Nachfrage- sowie Angebotsseite aus.)   |
| (Beratung)        | (Die Verkäuferinnen und Verkäufer können aufgrund ihrer Erfahrung die Kundinnen und Kunden entsprechend ihren Wünschen und finanziellen Mitteln bei der Auswahl beraten)  |

#### Korrekturhinweise:

Weitere Funktionen möglich: Information, Kreditfunktion, Transportfunktion, Versorgungsfunktion

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 17

Punkte

### Leistungsziel-Nr. 1.11.1.4 Standortwahl

**4 Punkte**

#### Ausgangslage:

Ihre Lehrfirma hat beschlossen, den Umsatz zu steigern. Zusätzlich zum/ zu den derzeitigen Standort/Standorten möchte sie eine neue Zweigstelle eröffnen.

Bis heute sind in dieser Analyse folgende Einflussfaktoren zum Standort berücksichtigt worden

- Nähe der Kundschaft
- Marktvolumen
- konkurrierende Unternehmen
- Rekrutieren des Personals

#### Aufgabe:

Definieren Sie 4 zusätzliche Einflussfaktoren. Erklären Sie zu jedem Faktor, warum er als Standort-Faktor wichtig ist. Pro Faktor und mit passender Rechtfertigung erhalten Sie 1 Punkt (total 4 Punkte).

| Faktor   | Erklärung/Rechtfertigung  |
|--|---|
| Verkehrsanbindung                                      | Eine günstige Verkehrslage verringert die Transportkosten. Anschluss an Strassen oder Schienennetz ist von Vorteil                    |
| Politische und wirtschaftliche Verhältnisse des Landes | Stabile Währung Teilnahme an Mitgliedschaften oder Beitritt zu Wirtschaftsräumen, politisches System muss wirtschaftsfreundlich sein, |
| Rohstoffe  | Nähe zu den Rohstoffen (Energie und Wasser) , Vorhandene Menge, Verfügbarkeit, Kosten, Versorgungssicherheit                          |
| Gesetzliche Rahmenbedingungen                          | Wie liberal sind die Gesetze zum Beispiel in Bezug auf Forschung, Gentechnik, Kinderarbeit, Ladenöffnungszeiten etc.                  |

#### Korrekturhinweise:

Weitere sinnvolle Faktoren möglich.

- Kaufkraft
- Miete
- Steuerliche Belastung

Erreichte  
Punktzahl

# Lösung 18

Punkte

**Leistungsziel-Nr. 1.7.1.1 Waren / Dienstleistungen**

**5 Punkte**

**Ausgangslage:**

Zur Vorbereitung für die Lehrabschlussprüfung gibt Ihnen der Berufsbilder eine kleine Aufgabe.

**Aufgabe:**

- a) Vervollständigen Sie die fehlenden Tabellentitel. Die fehlenden Titel sind mit einem Fragezeichen gekennzeichnet, Sie erhalten pro fehlenden Titel ½ (total 1 Punkt)
- b) Wählen Sie zwei Produkte und zwei Dienstleistungen aus Ihrem Lehrbetrieb und teilen Sie die gewählten Beispiele in die untenstehende Tabelle ein, wo sie Ihrer Meinung nach hingehörten.

Für jedes richtig gesetzte Produkt erhalten Sie 1 Punkt (total 4 Punkte möglich).

|                          | <b>Wirtschaftliches Gut</b>                           | <b>freies Gut</b>                |
|--------------------------|---|----------------------------------|
| <b>Materielles Gut</b>   | Schoggi, Futter<br>Kleider<br>Schuhe<br>Auto<br>Erdöl | Prospekt<br>Wasser<br>Landschaft |
| <b>Immaterielles Gut</b> | Patent<br>Modell<br>Muster<br>Marke                   | Idee<br>Gedanken<br>Träume       |

**Korrekturhinweise:**

Weitere sinnvolle Faktoren möglich.

Erreichte  
Punktzahl

## Lösung 19

Punkte

### Leistungsziel-Nr. 1.10.3.1 Lagerkennzahlen

8 Punkte

#### Ausgangslage:

Von der Papeterie „Konax“ und der Papeterie „Rund ums Büro“ liegen die untenstehenden Zahlen vor.

|                           | Konax       | rund ums Büro |
|---------------------------|-------------|---------------|
| Umsatz zum Einstandspreis | CHF 840'000 | CHF 600'000   |
| Anfangsbestand (AB)       | CHF 90'000  | CHF 60'000    |
| Endbestand (EB)           | CHF 50'000  | CHF 60'000    |

#### Aufgabe:

1. Berechnen Sie für beide Papeterien die folgenden Kennzahlen:

- den durchschnittlichen Lagerbestand
- den Lagerumschlag
- die durchschnittliche Lagerdauer

Pro richtig ausgerechnete Kennzahl erhalten Sie 1 Punkt (total 6 Punkte)

2. Welche Firma bewirtschaftet ihr Lager besser und warum. Schreiben Sie Ihre Antwort und Erkenntnisse in die folgende Tabelle, nachdem Sie die Kennzahlen berechnet haben.

Für die richtige Antwort, welches Lager besser bewirtschaftet ist mit der entsprechenden Begründung erhalten Sie 2 Punkte.

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Durchschnittlicher Lagerbestand | $\frac{\text{Anfangsbestand} + \text{Endbestand}}{2}$                             |
| Lagerumschlag                   | $\frac{\text{Umsatz zum Einstandspreis}}{\text{Durchschnittlicher Lagerbestand}}$ |
| Durchschnittliche Lagerdauer    | $\frac{360}{\text{Lagerumschlag}}$  |

Erreichte Punktzahl

| Konax   | Rund ums Büro   | Punkte                     |
|---|---|----------------------------|
| <p>a) Lagerbestand</p> $\frac{(50'000 + 90'000)}{2} = 70'000$   | <p>a) Lagerbestand</p> $\frac{(60'000 + 60'000)}{2} = 60'000$           |                            |
| <p>b) Lagerumschlag</p> $\frac{840'000}{70'000} = 12x$  | <p>b) Lagerumschlag</p> $\frac{600'000}{60'000} = 10x$                  |                            |
| <p>c) Durchschnittliche Lagerdauer</p> $\frac{360}{12} = 30\text{Tage}$   | <p>c) Durchschnittliche Lagerdauer</p> $\frac{360}{10} = 36\text{Tage}$ |                            |
| <p>Schlussfolgerung</p> <p>Das Lager der Konax ist zwar grösser als das der Rund ums Büro. Die Ware wird aber häufiger umgeschlagen, d.h. die Ware liegt weniger lang an Lager. Die Konax bewirtschaftet ihr Lager also besser.</p> |   | <p>Erreichte Punktzahl</p> |

## Lösung 20

Punkte

### Leistungsziel Nr. 1.8.1.1 Gründe für den Import

**4 Punkte**

#### Ausgangslage:

Die Schweiz importiert jährlich hunderttausend von Tonnen Rohstoffe und Halbfabrikate aus andern Ländern.

#### Aufgabe:

- a) Geben Sie vier Gründe an, wieso die Schweiz auf die Importe vom Ausland angewiesen ist. Belegen Sie jeden Grund mit jeweils zwei Beispielen, die Sie aus der Praxis kennen.

Sie erhalten für jeden richtigen Grund mit zwei passenden Beispielen je 1 Punkt.

| Grund   | Beispiel 1 und 2              |
|---|-------------------------------|
| Produktionskosten sind zu hoch  | Kleider, Barbies              |
|   | Schuhe                        |
| Waren oder DL in der CH nicht hergestellt werden können oder nicht vorhanden sind | Erdöl, Kaffeebohne, Kautschuk |
|   | Kakaobohne, Stahl             |
| Waren und DL können nur in geringer Menge hergestellt werden.                     | Käse, Holz                    |
|   | Wein, Baumwolle, Getreide     |
| Keine genug grosse Binnennachfrage vorhanden                                      | Autos                         |
|   | Tourismus                     |

#### Korrekturhinweise:

Weitere sinnvolle Faktoren möglich.

Erreichte  
Punktzahl