

Lösung 1

Punkte

Leistungsziel Nr. 1.2.1.2: Kundendatei erklären

5 Punkte

Ausgangslage:

Gegen Ende der Lehrzeit beauftragt der Berufsbildner die Lernenden, sich über den Sinn und den Inhalt der Kundendatei Gedanken zu machen. Es handelt sich um ein Handelsunternehmen im Schuhbereich, welches Detailhändler in der ganzen Schweiz beliefert.

Aufgaben:

a) Geben Sie stichwortartig vier Argumente an, weshalb die Firma eine Kundendatei führen soll (4 x ½ Punkt, total 2 Punkte).

- *Grundlagen über Kunden wie Rechtsform / Geschäftsdomizil / Gesprächspartner / Lieferkonditionen / getätigte Umsätze / Mahnungen von uns / Reklamationen des Kunden / erfolgte Kundenbesuche / abgegebene Unterlagen, usw.*
- *Aufstellung der Kontaktpersonen*
- *Überblick über getätigte Geschäfte*
- *Kürzliche Besuche / Kontakte*
- *Angaben über Konditionen, usw.*
- *Direkter Ansprechpartner bekannt: erleichtert Umgang mit Kunden*
- *Angaben über Kunden-Umsatz*

Korrekturhinweis:

Pro richtige Antwort ½ Punkt

Erreichte
Punktzahl

- b) Ergänzen Sie in der folgenden Tabelle pro Bereich vier Informationen in Stichworten, die sinnvollerweise in einer Kundendatei erfasst werden (1 Punkt pro vollständig ausgefülltem Bereich, total 3 Punkte).

| | |
|---------------------------|--|
| Kundendaten | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Kundennummer</i> • <i>Firma</i> • <i>Domizil</i> • <i>Postadresse /</i> • <i>Telefon / Fax / E-Mail /</i> • <i>usw.</i> |
| Angaben zur Kontaktperson | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Gesprächspartner</i> • <i>direkte Telefonnummer / E-Mail</i> • <i>Stellvertretung</i> • <i>Hobby des Einkäufers</i> • <i>Geburtsdatum</i> • <i>usw.</i> |
| Verkaufsinformationen | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Getätigter Umsatz</i> • <i>Zahlungsmodalitäten</i> • <i>Bonus</i> • <i>zugestellte Werbeunterlagen</i> • <i>besondere Aktionen</i> • <i>Reklamationen</i> • <i>usw.</i> |

Korrekturhinweis:

Pro Stichwort je ¼ Punkt

Lösung 2

Leistungsziel Nr. 1.6.1.4: Betriebliche Vorschläge einbringen

6 Punkte

Ausgangslage:

Eine Ihrer Bekannten arbeitet als Kauffrau im Back-Office einer Dienstleistungsunternehmung des Beratungssektors. Obwohl die Unternehmung in den Leitsätzen ihre Beratungsleistungen als fortschrittlich und dynamisch bezeichnet, ärgert sich Ihre Bekannte oftmals über schwerfällige administrative Abläufe und wenig Reformwille. Es werde zwar in der Gruppe über Probleme diskutiert und zum Teil würden sogar Lösungen vorgebracht. Vielfach enden die Verbesserungsbemühungen allerdings schon an diesem Punkt, ohne dass gute Ideen weiterverfolgt würden. Dieser Umstand trage nicht gerade zur Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei.

Aufgabe:

Wie müsste ein funktionierendes betriebliches Vorschlagswesens gestaltet werden? Listen Sie die Schritte auf und ergänzen Sie das Ablaufschema auf der nachfolgenden Seite in allen offenen Teilschritten.

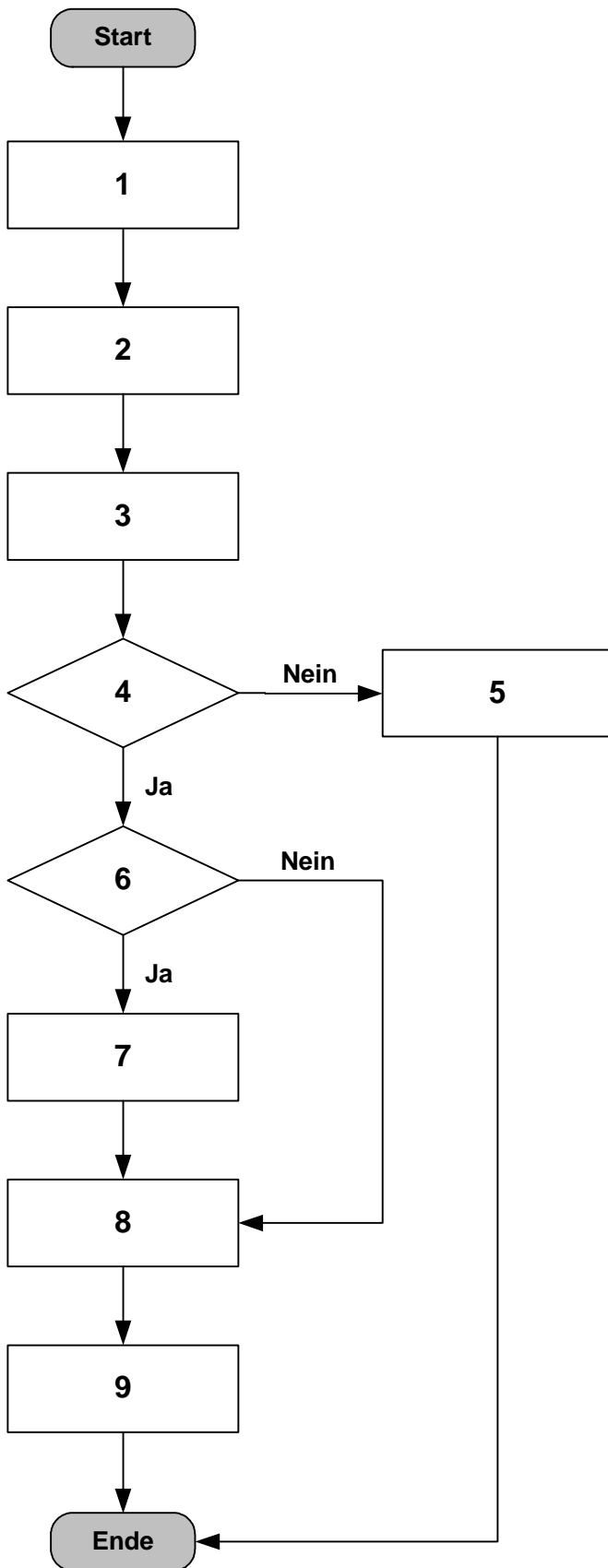
Je sinngemäss korrekte Bestimmung des Teilschrittes 1 Punkt, total 6 Punkte.

1. Idee/Vorschlag wird in der Gruppe geäussert und als gut befunden
2. *Idee/Vorschlag schriftlich festhalten*
3. *Vorgesetzter prüft Vorschlag*
4. *Annahme des Vorschlags?*
5. *Begründung und Dank an Verfasser des Vorschlags*
6. Muss der Vorschlag von Expertengruppe geprüft werden?
7. *Bearbeitung des Vorschlags durch Expertengruppe*
8. *Umsetzung und Realisierung*
9. Information und eventuell Belohnung der Mitarbeitenden

Korrekturhinweise:

Je sinngemäss korrekte Bestimmung der sechs Teilschritte 1 Punkt – Total 6 Punkte.

Abzüge für Schritte, die nicht in der richtigen Reihenfolge sind: ½ Punkt, fehlender Eintrag: minus 1 Punkt



Lösung 3

Leistungsziel Nr. 2.1.2.1: Standard PC-Programme auswählen

2 Punkte

Ausgangslage:

Bei der täglichen Arbeit wenden Sie verschiedene Standard PC-Programme an; es handelt sich hauptsächlich um Programme, die Sie im Lehrbetrieb oder in der Berufsfachschule gelernt haben.

Aufgabe:

In der nachstehenden Tabelle finden Sie die vier üblichen Standard-Programme aufgeführt. Ordnen Sie jedem aufgeführten PC-Programm ein entsprechendes Beispiel der täglichen Anwendung im Betrieb zu. Zeigen Sie weiter auf, weshalb sich diese Standardsoftware für das Anwendungsbeispiel besonders eignet.

Sie erhalten je angegebenes Anwendungsbeispiel **und** plausible Begründung ½ Punkt, total 2 Punkte.

| Bezeichnung des Standardprogramms | Anwendungsbeispiel aus der Praxis | Begründung |
|-----------------------------------|---|--|
| Microsoft Word | <ul style="list-style-type: none"> – <i>Korrespondenz</i> – <i>Interne Mitteilungen</i> – <i>Protokolle</i> – <i>Berichte</i> | <ul style="list-style-type: none"> – <i>Textverarbeitungsprogramm</i> |
| Microsoft Excel | <ul style="list-style-type: none"> – <i>Wöchentlich erstellte Statistik, bspw. für interne Verkäufe an Mitarbeitenden</i> – <i>Zusammenstellung der monatlichen Telefon- oder Reisespesen der Aussendienstmitarbeiter</i> | <ul style="list-style-type: none"> – <i>Tabellen-Kalkulationsprogramm</i> – <i>Verschiedenste Berechnungsarten</i> |
| Microsoft Powerpoint | <ul style="list-style-type: none"> – <i>Präsentation der Unternehmung, der Produkte</i> – <i>Schulung</i> | <ul style="list-style-type: none"> – <i>Ansprechende Präsentation mit verschiedenen Gestaltungsmöglichkeiten</i> – <i>Integration von anderen Dateien (z.B. Excel) möglich</i> |
| Microsoft Outlook | <ul style="list-style-type: none"> – <i>Mails schreiben</i> – <i>Terminkalender führen</i> | <ul style="list-style-type: none"> – <i>E-Mail-Programm</i> – <i>Termine organisieren und verwalten</i> – <i>Ressourcen (Räume, technische Mittel) verwalten</i> |

Lösung 4

Leistungsziel Nr. 2.3.2.1:

Organisatorische Einrichtung des Arbeitsplatzes

3.5 Punkte

Ausgangslage:

Sie sind nach Ihrer Lehrzeit in einem kleinen Handelsunternehmen im Sekretariat tätig. Sie erhalten von der Geschäftsleitung den Auftrag, allgemeine Richtlinien für die Einrichtung des Arbeitsplatzes im Empfangssekretariat zu erstellen.

Aufgaben:

- a) Sie wissen, dass Arbeitsplätze zweckmässig eingerichtet werden sollten. Dabei können durch räumliche, organisatorische und finanzielle Aspekte Einschränkungen entstehen. Geben Sie für die in der nachstehend aufgeführten Tabelle je ein Beispiel solcher Einschränkungen in Stichworten. Pro sinnvolles Beispiel erhalten Sie ½ Punkt, total 1½ Punkte.

| Aspekt | Beispiel für Einschränkungen: |
|--------------------------|---|
| Räumlicher Aspekt | <i>Raumangebot eingeschränkt: Grösse, Fenster, Lärm, usw.</i> |
| Organisatorischer Aspekt | <i>Verschiedene Aufgaben / Tätigkeiten, die nicht erlauben den Arbeitsplatz ergonomisch einzurichten.</i> |
| Finanzieller Aspekt | <i>Vorhandene finanzielle Mittel eingeschränkt, (wünschbare Qualität, Design, Begrünung, usw.)</i> |

- b) Nennen Sie in Stichworten je zwei Anforderungen, welche Sie bei folgenden Wortpaaren berücksichtigen müssen, damit der Arbeitsplatz möglichst optimal (ergonomisch und praktisch) eingerichtet ist.
Für jede sinnvoll angegebene Anforderung erhalten Sie ½ Punkt, total 2 Punkte.

1. Einrichtung Arbeitsplatz / Körperhaltung:

- *Verstellbares Pult*
- *Stühle*
- *alternative Sitzmöglichkeiten*
- *Abstand*
- *Ablageflächen*
- *usw.*

2. Einrichtung Arbeitsplatz / Computer:

- *Lichteinfall*
- *Bildschirmgrösse*
- *Abstrahlung Bildschirm*
- *Tastatur*
- *usw.*

Lösung 5

Leistungsziel Nr. 2.3.2.1:

Organisatorische Einrichtung des Arbeitsplatzes

6.5 Punkte

Ausgangslage:

Sie sind nach Ihrer Lehrzeit in einem kleinen Handelsunternehmen im Sekretariat tätig. Sie erhalten von der Geschäftsleitung den Auftrag, allgemeine Richtlinien für die Einrichtung des Arbeitsplatzes im Empfangssekretariat zu erstellen.

Aufgaben:

- a) Bestimmen Sie je zwei Vor- und Nachteile eines hydraulischen und eines konventionellen Schreibtisches sowie eines Stehpultes.

Für jede zutreffende Antwort erhalten Sie ½ Punkt, total 6 Punkte.

| | Vorteil | Nachteil |
|--|---|---|
| Konventionelle Schreibtische | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Kostengünstig</i> • <i>Verschiedene Modelle / grosse Auswahl</i> | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Evtl. ungesund</i> • <i>Höhere Gesundheitskosten</i> • <i>Tisch kann in der Höhe nicht angepasst werden</i> |
| Hydraulisch verstellbare Schreibtische | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tisch kann der Körpergrösse angepasst werden</i> • <i>Weniger Rückenschmerzen</i> • <i>Besser für die Gesundheit</i> | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Weniger Auswahl an Modellen</i> • <i>Hoher Stückpreis</i> • <i>Reparaturanfälligkeit</i> • <i>Ungleichbehandlung der Mitarbeitenden (Wer bekommt ein solches Pult?)</i> |
| Stehpult | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Gesundheitsfördernd</i> • <i>Kostengünstig</i> • <i>Platz sparend</i> | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Kleinere Arbeitsfläche</i> • <i>Braucht zusätzlich Platz, weil es i. d. R. zwei Pulte braucht</i> |

b) Leider kann nicht für alle Mitarbeiter ein hydraulischer Schreibtisch angeschafft werden. Welches Kriterium sollte bei dieser Zuteilung entscheidend sein?

Kreuzen Sie das zutreffendste Kriterium an (½ Punkt).

- Alter im Betrieb
- Aufgabenzuteilung
- Körpergrösse
- Gesundheit**
- Hierarchiestufe

Lösung 6

Leistungsziel Nr. 3.3.1.2: Kontoauszüge erklären

7 Punkte

Ausgangslage:

Kontoauszüge sind Träger von vielfältigen Informationen. Deshalb ist es wichtig, dass man diese Sprache der Spezialisten versteht.

Aufgabe:

Analysieren Sie den schematischen Kontoauszug auf der nachfolgenden Seite und beantworten Sie stichwortartig die folgenden Fragen.

Sie erhalten je richtige Antwort 1 Punkt, total 7 Punkte.

| | |
|---|--|
| Wer ist kontoführende Stelle? | <i>CHB Schweizer Bank, CHB Limmat, Zürich</i> |
| Was bedeutet der Vermerk IBAN: CH 41 0058 5036 3530? | <i>International Bank Account Numbering Ordnungsnummer für Bank/Kunde im internationalen Zahlungsverkehr</i> |
| Welchen Zeitraum deckt der Kontoauszug ab? | <i>1. - 31. März 2007</i> |
| Was ist der Zweck der Valuta-Spalte? | <i>Von diesem Datum an beginnt die Zinsrechnung.</i> |
| Was bedeutet der Buchstabe "C" in der Saldo-Spalte? | <i>Es handelt sich um ein Guthaben des Kunden.</i> |
| In welcher Währung wird das Konto geführt? | <i>Schweizer Franken</i> |
| Was ist die Funktion der Eidg. Verrechnungssteuer? | <i>Dient der Verhinderung der Steuerhinterziehung.</i> |

TEL. 044 400 40 40 FAX 044 400 45 45

8000 ZÜRICH, 31.3.2007

FÜR SIE ZUSTÄNDIG:

CHB LIMMAT

TEL. 044 400 40 42

CHB

Schweizer Bank

MWST-REGISTER-NR. 223320**KONTOABSCHLUSS** PER 31.3.2007
SEITE 1— **A**^{PP} 8000 ZÜRICH
POSTFACH 4444

10.363530 FIRMENKONTOKORRENT CHF

IMPORT AG
HERR JULIUS PORTER
LIMMATSTRASSE 400
8000 ZÜRICH**IBAN: CH 41 0058 5036 3530**

| DATUM | BUCHUNGSTEXT | | BELASTUNG | GUTSCHRIFT | VALUTA | SALDO |
|---------|--|---------|-----------|------------|---------|-------------|
| 1.3.07 | Saldovortrag | | | | | C 34'501.50 |
| 2.3.07 | Barbezug | | 3'000.00 | | | C 31'501.50 |
| 6.3.07 | Mettler AG, Zufikon | | | 14'000.00 | 5.3.07 | C 45'501.50 |
| 12.3.07 | Schweizer GmbH, Au | | | 32'000.00 | 12.3.07 | C 77'501.50 |
| 20.3.07 | EUROCARD | | 6'255.00 | | 20.3.07 | C 71'246.50 |
| 24.3.07 | Salärzahlungen | | 24'010.00 | | 24.3.07 | C 47'236.50 |
| 26.3.07 | P. & S. Christen, Solothurn | | | 17'500.00 | 25.3.07 | C 64'736.50 |
| 31.3.07 | SALDO VOR ABSCHLUSS | | | | | C 64'736.50 |
| 31.3.07 | ZINSGUTSCHRIFT 0.250 % | | | 13.55 | | |
| 31.3.07 | EIDG. VERRECHNUNGSSTEUER 35 % AUF CHF 13.55 | | 4.75 | | | |
| 31.3.07 | SPESEN UND PORTI | - 24.80 | | | | |
| | TOTAL BANKGEBÜHREN | | 24.80 | | | |
| 31.3.07 | POSTEINZAHLUNGSGEBÜHREN | - 8.30 | | | | |
| | TOTAL FREMDE GEBÜHREN | | 8.30 | | | |
| 31.3.07 | TOTAL UMSATZ | | 33'302.85 | 63'513.55 | | C |
| 31.3.07 | SALDO NACH ABSCHLUSS | | | | 31.3.07 | C 64'712.20 |

C = KREDITORENKONTOKORRENT
D = DEBITORENKONTOKORRENT

Lösung 7

Leistungsziel Nr. 3.3.7.1:

Erwartungen gegenüber dem Lehrbetrieb erkennen

4 Punkte

Ausgangslage:

Sie arbeiten bei einem Papeterie-Grossisten, welcher Büromaterial von Markenherstellern kauft und diese an die Papeterien weiterverkauft. In der Pause bekommen Sie mit, wie sich der Lernende der Einkaufsabteilung mit dem Lernenden der Verkaufsabteilung rege unterhalten. **Es geht um die Einkaufs- und Verkaufspreise.** Da Sie die Erwartungen der Anspruchsgruppen Lieferanten und Kunden kennen, helfen Sie, die Diskussion zu Ende zu bringen.

Aufgaben:

- a) Erklären Sie in 1-2 Sätzen zwei Erwartungen, welche Lieferanten ans Unternehmen haben. Pro richtige Erwartung erhalten Sie 1 Punkt, total 2 Punkte.

Die Lieferanten wünschen eine pünktliche Zahlung, frühzeitige Bestellungen und grosse Bestellmengen.

- b) Erklären Sie in 1-2 Sätzen zwei Erwartungen, welche Kunden ans Unternehmen haben. Pro richtige Erwartung erhalten Sie 1 Punkt, total 2 Punkte.

Die Kunden wünschen kurze Lieferfristen, günstige Preise und gute Qualität.

Lösung 8

Leistungsziel Nr. 2.1.2.2: Dokumente überprüfen

3 Punkte

Ausgangslage:

Sie arbeiten im Sekretariat einer Versandhandelsfirma, die auf nationaler Ebene in der Schweiz tätig ist. Die Korrespondenz wird in den drei offiziellen Landessprachen erstellt.

Seit kurzem verzeichnen Sie einen Rückgang der Bestellungen in den Fremdsprachen. Im Rahmen einer Untersuchung wurde festgestellt, dass dieser Rückgang auf die mangelnde Qualität der fremdsprachigen Korrespondenz sowie auf Fehler in der Rechnungsstellung zurückzuführen ist.

Festgestellt wurden folgende Fehler:

- a) Fehler in der Adresse der Kundschaft
- b) Falscher Rechnungsbetrag
- c) Texte teilweise unverständlich infolge ungenügender oder schlechter Übersetzungen

Aufgabe:

Nennen Sie in Stichworten in der Tabelle auf der folgenden Seite für jede Fehlerart zwei mögliche Massnahmen (oder Kontrollinstrumente), um die Fehler zu reduzieren.

Jede Massnahme / jedes Kontrollinstrument darf nur einmal genannt werden.

Für jede sinnvolle Angabe erhalten Sie ½ Punkt, total: 3 Punkte.

| Fehlerart | Massnahme oder Kontrollinstrument |
|-----------------------|--|
| Adresse | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Häufigkeit der Adresskontrolle und -änderung steigern.</i> • <i>Vollständige Adresskontrolle mit Directories ausführen.</i> • <i>Unbenutzte Adressen beseitigen.</i> • <i>Kunden anfragen, um Adresse zu überprüfen und allfällige Änderungen zu melden</i> |
| Rechnungsbetrag | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Vor Rechnungsversand den Betrag mit der Auftragsbestätigung vergleichen.</i> • <i>Kontroll-Vergleich der verrechneten Preise mit der Offerte.</i> • <i>Kontrolle ob Sonderregelungen eingehalten worden sind. (Rabatte).</i> |
| Unverständliche Texte | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sprache auswählen.</i> • <i>Automatische Rechtschreibungskontrolle ausführen.</i> • <i>Standardkorrespondenz erstellen.</i> • <i>Deutsch- oder Französischsprechende Mitarbeiterin einstellen, um die Korrespondenz zu erledigen.</i> • <i>Fremdsprachige Dokumente durch einen Übersetzungsdienst übersetzen lassen.</i> |

Korrekturhinweis:

Weitere sinnvolle Lösungen sind möglich.

Aufgabe 9

Leistungsziel Nr. 2.1.3.1: Informationen beschaffen

3 Punkte

Ausgangslage:

Während Ihrer Ausbildung haben Sie gelernt, Informationen auf verschiedenen Wegen zu beschaffen.

Aufgabe:

Sie erhalten die Aufgabe, über ein anderes Unternehmen Ihrer Branche grundlegende Informationen auf legale Art und Weise zu beschaffen.

- a) Nennen Sie drei Informationen, die für Ihren Lehrbetrieb interessant sein könnten.
- b) Geben Sie stichwortartig an, auf welchen Wegen Sie diese Informationen beschaffen.

Pro Information und pro sinnvollen Weg der Beschaffung erhalten Sie jeweils 1 Punkt, total 3 Punkte.

| a) Art der Information | b) Wege der Beschaffung |
|------------------------|--|
| <i>Produktepalette</i> | <i>Prospekt anfordern (oder Internet oder Katalog)</i> |
| <i>Umsatz</i> | <i>Geschäftsbericht</i> |
| <i>Absatz</i> | <i>Kennzahlen aus dem Verband/Branche</i> |
| <i>Kundensegment</i> | <i>Referenzlisten (oder Werbung)</i> |
| <i>Preise</i> | <i>Katalog / Prospekt / Internet</i> |

Korrekturhinweise:

Der Kandidat erhält pro Information und pro sinnvollen Weg der Beschaffung jeweils 1 Punkt.

Wenn pro Zeile entweder nur die Art der Information oder der Weg der Beschaffung aufgelistet sind, dann erhält der Kandidat ½ Punkt.

Es sind auch andere sinnvolle Antworten möglich.

Lösung 10

Leistungsziel-Nr. 1.11.1.5 Marketing-Mix

4 Punkte

Ausgangslage:

In Ihrem Lehrbetrieb wird neu eine Arbeitsgruppe Marketing2008 gebildet.

Auch Sie arbeiten in dieser Gruppe mit. In einigen Tagen ist eine erste Gruppensitzung mit dem Motto: Ideen gesucht! Für alle Teilnehmenden der Sitzung gilt folgende Vorbereitungsaufgabe.

| Marketing-Mix | | | | |
|--|--|--|--|---|
| für folgendes Produkt: <i>z.B. Shampoo</i> | | | | |
| Bitte ankreuzen: <input type="checkbox"/> das Produkt besteht bereits oder <input type="checkbox"/> es ist ein neues Produkt | | | | |
| Bereiche des Marketing-Mix: | <i>Product</i> | <i>Price</i> | <i>Place (Distribution)</i> | <i>Promotion</i> |
| Instrumente | <u><i>Instrumente:</i></u> <i>Sortiment, Qualität, Eigenschaften, Styling, Verpackung</i> | <u><i>Instrumente:</i></u> <i>Preise /Konditionen Rabatte / Boni Preisnachlässe Kreditbedingungen</i> | <u><i>Instrumente:</i></u> <i>Absatzwege Lagerbestände Absatzmethoden Absatzkennzahlen</i> | <u><i>Instrumente:</i></u> <i>Werbung Verkaufsförderung Sponsoring Öffentlichkeitsarbeit</i> |
| | <u><i>Beispiel zu Qualität:</i></u> <i>Shampoo in neuartiger Zusammensetzung, auf rein pflanzlicher Basis</i> | <u><i>Beispiel zu Preis:</i></u> <i>Oberes Preissegment, zur Verstärkung des Exklusiv-Charakters</i> | <u><i>Beispiel zu Absatzweg:</i></u> <i>Direkter Absatz in eigenen Filialen sowie indirekter Absatz in exklusiven Warenhäusern und DutyFree-Läden</i> | <u><i>Beispiel zu Werbung:</i></u> <i>Filmspot im Fernsehen sowie Werbeplakate in den Grossstädten</i> |
| | | | | |

Punkte Total
Aufgabe 08

Lösung 11

Leistungsziel-Nr. 1.8.1.3 Tarifäre und nicht-tarifäre Handelshemmnisse 4 Punkte

Ausgangslage:

Handelshemmnisse behindern den Handel. Es gibt verschiedene Arten von Handelshemmnissen.

Aufgabe:

- a) Erklären Sie die Begriffe tarifäres Handelshemmnis und nicht-tarifäres Handelshemmnis jeweils mit Hilfe eines selber gewählten Beispiels.

Sie erhalten für jede richtige Erklärung 1 Punkt (total 2 Punkte möglich).

Tarifäres Handelshemmnis:

Zölle und Steuern auf Importe. Die betroffenen Waren werden dadurch teurer und gegenüber den einheimischen Produkten, die nicht mit diesen Abgaben belastet werden, weniger konkurrenzfähig.

Nicht-tarifäres Handelshemmnis:

Nationale Normen und Regelungen z.B. bezüglich Sicherheit, Technik, Umweltschutz, Grenzformalitäten etc.: Auch solche Massnahmen verteuern die ausländischen Waren, weil diese an der Schweizer Grenze noch extra geprüft, gemessen und freigegeben werden müssen. Oft ist das aber völlig unnötig, weil die Waren bereits im Herkunftsland von den Behörden ausführlich untersucht worden sind.

Punkte

Punkte

- b) Erklären Sie den Unterschied zwischen den tarifären und den nicht-tarifären Handelshemmnissen. Erklären Sie zusätzlich zwei Gemeinsamkeiten, die diese verschiedenen Arten der Handelshemmnisse haben.

Sie erhalten für den richtig erklärten Unterschied 1 Punkt. Sie erhalten für jede richtig erklärte Gemeinsamkeit $\frac{1}{2}$ Punkt (total 2 Punkte möglich).

Unterschied:

Bei tarifären Handelshemmnissen werden die Güter durch Zölle und Steuern verteuert (finanzieller Aufwand), bei nichttarifären Handelshemmnissen hingegen geht's eher um einen „manuellen“ Aufwand (Ware umetikettieren, durch Schweizer Kontrollstelle nochmals prüfen lassen etc.)

Gemeinsamkeiten:

- 1.) *machen Importe unattraktiv*

- 2.) *erschweren den freien Handel*

Punkte Total
Aufgabe 09

Lösung 12

Leistungsziel-Nr. 1.12.1.1 Risiko beurteilen

5 Punkte

Ausgangslage:

Sie prüfen die Voraussetzungen für ein neues Handelsunternehmen in der Schweiz. Der Betrieb hat auch vor, Produkte aus Afrika und Asien zu importieren. Deshalb beschäftigen Sie sich mit den Risiken, die der Handel mit diesen Gebieten mit sich bringt.

Aufgabe:

Nennen Sie zwei Risiken des internationalen Handels und ergänzen Sie die dazu geforderten Informationen.

Sie erhalten für das Nennen eines richtigen Risikos $\frac{1}{2}$ Punkt; für die richtige Beschreibung der Gefahr für den Handel durch dieses Risiko 1 Punkt und für die Beschreibung der richtigen Massnahme gegen das Risiko 1 Punkt (Maximal $2 \frac{1}{2}$ Punkte pro Risiko).

Risiko 1

Nennen Sie ein Risiko für den Handel:

Krieg / Diebstahl / Streik / Unfall / Unwetter / Betrug

Beschreiben Sie in wenigen Sätzen, welche Gefahr dieses Risiko für den Handel darstellt:

Beispiel für Krieg:

Wenn beispielsweise in Afrika Krieg ausbricht, besteht die Gefahr, dass meine Ware beschlagnahmt wird.

Punkte

Beschreiben Sie in wenigen Sätzen nachvollziehbar, mit welchen Mitteln sich der Handel gegen dieses Risiko absichert:

Beispiel für Krieg:

Bei Vertragsabschluss jenen Incoterm wählen, der den grösstmöglichen Schutz bietet. Allenfalls selber Transport organisieren und eine entsprechende Versicherung abschliessen.

Risiko 2

Nennen Sie ein Risiko für den Handel:

Dito Risiko 1

Beschreiben Sie in wenigen Sätzen, welche Gefahr dieses Risiko für den Handel darstellt:

Dito Risiko 1

Beschreiben Sie in wenigen Sätzen nachvollziehbar, mit welchen Mitteln sich der Handel gegen dieses Risiko absichert:

Dito Risiko 1

Punkte

Punkte Total
Aufgabe 10

Lösung 13

Leistungsziel Nr. 1.9.1.1 Die Handelskette

5 Punkte**Ausgangslage:**

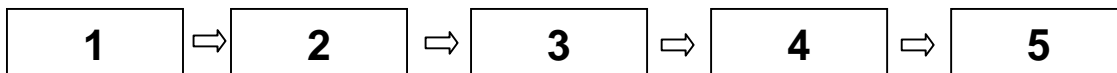
Der Weg einer Ware von der Rohstoffgewinnung bis zum Konsumenten bezeichnet man als Handelskette. Handelsbetriebe erfüllen innerhalb einer Handelskette wichtige Funktionen. Je nach dem wo in einer Handelskette ein Betrieb platziert ist erfüllt er verschiedene Funktionen respektiv führt verschiedene Tätigkeiten aus.

Aufgabe:

a) Zählen Sie die Glieder einer Handelskette mit den richtigen Fachwörtern auf.

Punkte

Für die komplett richtig bezeichnete Handelskette erhalten Sie 1 Punkt.

HandelsketteGliedBezeichnung:

- | | |
|---|--------------------------|
| 1 | <i>Rohstofflieferant</i> |
| 2 | <i>Produzent</i> |
| 3 | <i>Grossist</i> |
| 4 | <i>Detaillist</i> |
| 5 | <i>Konsument</i> |

| | | Punkte |
|-----------------------------|---|----------------------------|
| Gewähltes Produkt: | <i>Personenwagen</i> | |
| | Wer macht was wo? | |
| Glied 1: | <i>Gewinnung von Eisenerz bzw. Herstellung von Roheisen</i> | |
| <i>Rohstofflieferant</i> | <i>China / Russland / Japan</i> | |
| Glied 2: | <i>Stellt aus Eisenerz Metallteile für Fahrzeuge her und baut diese zu Personenwagen zusammen</i> | |
| <i>Produzent</i> | <i>Deutschland / Frankreich / Japan etc.</i> | |
| Glied 3: | <i>Importiert die Fahrzeuge</i> | |
| <i>Grossist / Importeur</i> | <i>Schweiz</i> | |
| Glied 4: | <i>Bestellt beim Importeur Fahrzeuge für seine Kunden</i> | |
| <i>Detallist / Garagist</i> | <i>Regional (Bern, Basel, Zürich, ...)</i> | |
| Glied 5: | <i>Kauft beim Garagisten sein Fahrzeug</i> | |
| <i>Konsument</i> | <i>Regional (in der Nähe sein Wohn- oder Arbeitsortes)</i> | |
| | | Punkte Total Aufgabe 11 |

Lösung 14

Leistungsziel Nr. 1.11.1.2 Bedeutung der Verkaufsförderungsmassnahmen 10 Punkte

Ausgangslage:

Verkaufsförderungsmassnahmen in einem Ladengeschäft sind wichtig für den Erfolg bei den Kunden. Kurzbeschreibungen (s. unten) von zwei Supermärkten geben Ihnen einen Eindruck, wie solche Massnahmen umgesetzt werden können.

Aufgabe:

Beurteilen Sie, welcher der beiden Supermarkt die Verkaufsförderungsmassnahmen besser umsetzt (Tipp: Lesen Sie zuerst die Vorgehenshinweise auf der nächsten Seite).

Supermarkt A

Hat keine Klimaanlage; Alle Schaufensterscheiben und der Laden werden wöchentlich gereinigt; der Informationsschalter ist gleichzeitig die Ladenkassen 1 (immer besetzt); Viele Waren werden auf Paletten verkauft; Neonlicht sorgt für eine grelle Helligkeit; die Verkaufsfläche beträgt 2'500 m²; die Gänge sind sehr breit (vier Einkaufswagen haben nebeneinander Platz); als Hintergrundmusik läuft DRS 3; die verschiedenen Abteilungen unterscheiden sich durch verschiedenfarbige Bodenbeläge; von einem zentralen Platz aus gehen Gänge in die verschiedenen Abteilungen; Die Schaufenster werden zu Ostern, im Sommer, im Herbst, an St. Nikolaus und zu Weihnachten neu dekoriert

Supermarkt B

Die Geschäftsführerin sorgt jeden Tag für neue Hintergrundmusik und fragt die Kunden, ob sie ihnen gefällt; voll klimatisiert; die Beleuchtung ist auf die Farbe der Warenauslage abgestimmt; ein Dekorateur und die Lernenden gestalten die Schaufenster alle zwei Wochen um; in einer Ecke steht der Kunden-Schalter (nicht ständig besetzt); die Verkaufsfläche beträgt 1'500 m²; Die Kundschaft wird durch Beschriftungen am Boden und an den Regalen durch den Laden geführt; zwei Einkaufswagen können in den Gängen knapp kreuzen; alle Waren werden in den Gestellen präsentiert; der Laden und die Schaufenster werden täglich gereinigt

Vorgehen:

1. Geben Sie den in der Tabelle (siehe nächste Seite) aufgelisteten acht Beurteilungskriterien eine Gewichtung. 3 steht für sehr wichtig, 2 für wichtig und 1 für unwichtig.
2. Verteilen Sie – gestützt auf die obigen Beschreibungen – Punkte an die Supermärkte. 3 Punkte geben Sie, wenn Sie das Kriterium sehr gut erfüllt finden. 2 Punkte, wenn es gut erfüllt ist und 1 Punkt, wenn es Ihrer Meinung nach nicht gut erfüllt wird.
3. Rechnen Sie die Total-Punktzahl für jedes Kriterium und jeden Supermarkt zusammen (Gewichtung mal gegebene Punkte).
4. Zählen Sie die Kolonnen Total A und B zum Endergebnis zusammen.
5. Kreuzen Sie an, welcher Supermarkt die Verkaufsförderungsmaßnahmen besser umsetzt.
6. Begründen Sie das Ergebnis in einem kurzen Text. Geben Sie dabei Antworten auf folgende Fragen:
 - a) Welche Kriterien haben Sie am stärksten gewichtet? Aus welchen Gründen?
 - b) Welches sind die grossen Stärken des von Ihnen ermittelte „Sieger“-Supermarkts?
 - c) Wo sind die Schwächen des Verlierers?

Für die richtig ausgefüllte Tabelle (Rechnungen stimmen) erhalten Sie 4 Punkte. Für jeden Rechenfehler wird $\frac{1}{2}$ Punkt abgezogen.

Für den richtig ermittelten und angekreuzten „Sieger“ erhalten Sie 1 Punkt.

Für die nachvollziehbare Beantwortung der Fragen a) erhalten Sie 3 Punkte. Für die nachvollziehbare Beantwortung der Frage b) erhalten Sie 1 Punkt. Für die nachvollziehbare Beantwortung der Frage c) erhalten Sie 1 Punkt (Maximal 5 Punkte). Für jeden Schreibfehler in Ihren Antworten wird $\frac{1}{4}$ Punkt abgezogen.

Punkte

| | Gewichtung | Supermarkt A Punkte | Supermarkt A Total | Supermarkt B Punkte | Supermarkt B Total |
|------------------------|---------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| | (1, 2 oder 3) | (1, 2 oder 3) | (Gewichtung x Punkte) | (1, 2 oder 3) | (Gewichtung x Punkte) |
| Schaufenster | <i>1</i> | <i>1</i> | <i>1</i> | <i>2</i> | <i>2</i> |
| Verkaufsraum | <i>3</i> | <i>3</i> | <i>9</i> | <i>1</i> | <i>3</i> |
| Kunden- führung | <i>2</i> | <i>2</i> | <i>4</i> | <i>3</i> | <i>6</i> |
| Waren- präsentation | <i>3</i> | <i>2</i> | <i>6</i> | <i>3</i> | <i>9</i> |
| Beleuchtung | <i>2</i> | <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>6</i> |
| Hintergrund- musik | <i>2</i> | <i>2</i> | <i>4</i> | <i>3</i> | <i>6</i> |
| Raumklima | <i>1</i> | <i>1</i> | <i>1</i> | <i>3</i> | <i>3</i> |
| Information | <i>1</i> | <i>1</i> | <i>1</i> | <i>3</i> | <i>3</i> |
| Endergebnis | | | <i>28</i> | | <i>38</i> |

Setzt die Verkaufsförderungsmassnahmen besser um:

Supermarkt A Supermarkt B

(bitte ankreuzen)

Punkte

Begründung:

a) Welche Kriterien haben Sie am stärksten gewichtet? Aus welchen Gründen?

Beispiel:

- **Verkaufsraum**
Es ist viel angenehmer, wenn die Kunden genügend Platz haben. Andernfalls werden sie nur nervös und gereizt, vor allem, wenn viel los ist.
- **Warenpräsentation**
Schön präsentierte Ware wirkt verlockend, wertvoll, begehrenswert. Die Präsentation auf Paletten macht nur dann Sinn, wenn die Ware „billig“ wirken soll.

b) Welches sind die grossen Stärken des von Ihnen ermittelte „Sieger“-Supermarkts?

Beispiel:

- **Warenpräsentation**
Die Ware wird in Gestellen präsentiert. Selbst die Farbe der Warenauslage wird durch eine abgestimmte Beleuchtung berücksichtigt. Alles in allem wirkt die Warenpräsentation schön und aufgeräumt.
- **Kundenführung**
Der Kunde wird klar durch den Verkaufsraum geführt. Dadurch findet der Kunde rasch seine Ware und vergeudet keine Zeit mit Suchen. Statt dessen kann er in aller Ruhe die anderen Waren anschauen.

c) Wo sind die Schwächen des Verlierers?

Beispiel:

- **Information**
Kunden suchen meistens den Informationsschalter auf, wenn Sie eine Reklamation oder eine Frage haben. In beiden Fällen möchten Sie rasch bedient werden. Lange Wartezeiten verärgern die Kunden.
- **Raumklima**
Je angenehmer das Raumklima, desto länger der Aufenthalt, was sich wiederum positiv auf den Umsatz auswirkt.

Punkte
Total
Aufgabe 12

Lösung 15

Leistungsziel-Nr. 1.10.1.2 Sortimente vergleichen

6 Punkte

Ausgangslage:

Sie vergleichen die Sortimentsgestaltung (= Sortimentspolitik) Ihres Lehrbetriebs mit dem Sortiment eines Konkurrenzunternehmens. Entscheidend ist Ihre Auswahl der Vergleichskriterien; also der Punkte, mit deren Hilfe Sie die beiden Sortimente vergleichen wollen.

Aufgabe:

- a.) Nennen Sie Ihren Lehrbetrieb und eine Konkurrenzunternehmung Ihres Lehrbetriebs. Das Vergleichskriterium „Kunden“ ist bereits gegeben, nennen Sie drei weitere Kriterien, anhand denen Sie die Sortimentsgestaltung (=Sortimentspolitik) vergleichen wollen.

Für jedes sinnvoll gewählte Kriterium erhalten Sie ½ Punkt (maximal 1 ½ Punkte).

Punkte

| Ihr Lehrbetrieb: | Kriterien zum Vergleich der Sortimentsgestaltung | Ein Konkurrenzunternehmen: |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • <i>Hans Müller AG</i> | <p>Kriterium 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunden <p>(Kaufkraft, Alter, Geschlecht, Modetrends, Bedürfnisse)</p> <hr/> <p>Kriterium 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Preisniveau</i> <hr/> <p>Kriterium 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Standort</i> <hr/> <p>Kriterium 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sortimentsaufbau</i> | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Heiri Meier AG</i> |

- b.) Für jedes gewählte Kriterium formulieren Sie eine offene Fragen, die Sie dem Konkurrenzunternehmen stellen würden, um Informationen über diesen Punkt zu erhalten.

Punkte

Für jede sinnvolle Frage erhalten Sie 1 ½ Punkt (maximal 4 ½ Punkte).

| | |
|--------------|---|
| Kriterium 2: | Frage an Konkurrenzunternehmung: <i>Welchem Preissegment muss man Ihre Produkte zuordnen: dem oberen, mittleren oder dem unteren? Bestehen zwischen den Produkten der verschiedenen Preissegmenten auch Qualitäts- und Funktionsunterschiede oder geht es lediglich um Marken verschiedener Preissegmente?</i> |
| Kriterium 3: | Frage an Konkurrenzunternehmung: <i>Welche Faktoren sind für Ihren Standort entscheidend? Brauchen Sie Laufkundschaft oder ist die Nähe zum Autobahnanschluss von Bedeutung? Oder benötigen Sie gar einen Gleisanschluss</i> |
| Kriterium 4: | Frage an Konkurrenzunternehmung: <i>Wie ist Ihr Sortiment aufgebaut? Haben Sie viele verschiedene Artikel (also ein breites Sortiment) und / oder haben Sie von den einzelnen Artikeln viele verschiedene Varianten (ein tiefes Sortiment)</i> |

Punkte Total
Aufgabe 13

Lösung 16

Leistungsziel-Nr. 1.10.2.2 Bestellzeitpunkt

4 Punkte

Ausgangslage:

Die Firma Roller AG produziert Roller von hoher Qualität. Sie bestellt die Räder für die Roller in 4er-Sets bei den Lieferanten. Damit die Produktion nie unterbrochen werden muss, ist eine professionelle Warenbewirtschaftung notwendig.

Aufgaben:

- a) In der Lagerhaltung arbeitet die Firma mit verschiedenen Beständen, bei deren Erreichen automatisch Aktionen ausgelöst werden. Geben Sie für die beiden unten stehenden Definitionen solcher Lagerbestände die richtigen Fachbegriffe an.

Für jeden richtigen Fachbegriff erhalten Sie ½ Punkt (Maximal 1 Punkt).

Punkte

| Definition | Fachbegriff |
|---|---------------------------|
| Menge, die stets mindestens an Lager sein muss | <i>Sicherheitsbestand</i> |
| Lagermenge, bei deren Erreichen die nächste Bestellung ausgelöst wird | <i>Meldebestand</i> |

- b) Rechnen Sie aus, bei welchem Lagerbestand die nächste Bestellung ausgelöst werden muss. Verwenden Sie dazu die unten stehenden Zahlenvorgaben. Die Firma hat natürlich das Ziel, dass sie nie mehr Räder-Sets an Lager hat als notwendig.

Sie erhalten 1 Punkt für das richtige Ergebnis.

Tagesverbrauch: 10 Räder-Sets

Bestellmenge: 230 Räder-Sets

Lieferfrist ab Bestellzeitpunkt: 3 Tage

Anfangsbestand: 250 Räder-Sets

Sicherheitsbestand: 20 Räder-Sets

Die Firma muss eine Bestellung von 230 Räder-Sets auslösen, sobald der Lagerbestand

noch 50 Räder-Sets beträgt

Punkte

- c) Zeichnen Sie auf der unten stehenden Grafik die nächsten zwei Bestellzeitpunkte ein und bestimmen Sie, in wievielen Tagen die zweite Bestellung ausgelöst werden muss (von heute an gerechnet; heute ist Tag 0). Verwenden Sie dazu die Zahlenvorgaben von Aufgabe b).

Sie erhalten $\frac{1}{2}$ Punkt für jeden auf der Grafik richtig eingezeichneten Bestellzeitpunkt. Sie erhalten für den richtig bestimmten 2. Bestelltag 1 Punkt (Maximal 2 Punkte)

Die zweite Bestellung muss am 43. (oder 23. Tage nach erster Bestellung) Tag ausgelöst werden.

Punkte Total
Lösung 14

Lösung 17

Leistungsziel-Nr. 1.9.2.1 Funktionen des Handels

5 Punkte

Ausgangslage:

Jeder Handelsbetrieb erfüllt verschiedene Funktionen für seine Kundschaft. Durch den ständigen Wandel der Wirtschaft (Technologie, Vorschriften usw.) werden einige dieser Funktionen auch in Zukunft von grosser Bedeutung sein, während dem andere nicht mehr so wichtig sein werden.

Aufgabe:

Zählen Sie die Ihrer Meinung nach fünf Funktionen auf, die ein Handelsbetrieb auch in der Zukunft für die Kundschaft erfüllt muss. Begründen Sie für jede Funktion in Stichworten, warum sie wichtig bleibt oder sogar gegenüber heute noch an Bedeutung gewinnen wird.

Für jede richtig und nachvollziehbar begründete Funktion erhalten Sie einen Punkt.

Punkte

| <u>Funktion</u> | <u>Begründung</u> |
|--|---|
| <i>Quantitätsausgleich (Mengenausgleich)</i> | <i>Der Produzent stellt in der Regel grosse Mengen her und will diese en bloc verkaufen, der Endkonsument hingegen braucht in der Regel nur eine geringe Stückzahl. Da auch in Zukunft die Produzenten ihre Kosten pro Einheiten durch eine möglichst grosse Produktionsmenge minimieren möchten, werden auch in Zukunft die einzelnen Stufen (Grossist, Detailhändler) nötig sein, welche die grossen Mengen aufteilen.</i> |
| <i>Qualitäts- und Sortimentsfunktion (Güteausgleich)</i> | <i>Je nach Zielgruppe und Region sind die Bedürfnisse verschieden. So kauft der einfache Arbeiter in Burundi ein anderes Fahrzeug als der CEO einer Grossfirma in den USA. Es ist Aufgabe des Handels, die Bedürfnisse zu erkennen und das Warenangebot (Sortiment) entsprechend anzupassen. Zudem muss der Händler die Ware zu einem Preis anbieten, der der Kaufkraft des Kunden entspricht (Esswaren müssen in China günstiger sein als in der Schweiz). Weiter kann es sein, dass der Händler seine Ware noch manipulieren, d.h. reinigen, mischen, sortieren etc. muss (der Käsehändler mischt die Käsesorten fürs Fondue selber und verkauft die fertige Fonduemischung. Zuletzt bietet der Händler diverse Dienstleistungen an, wodurch die Ware einen höheren Wert erhält oder begehrenswerter wird (Kundendienst).</i> |

| <u>Funktion</u> | <u>Begründung</u> |
|---|---|
| <p><i>Transportfunktion (Raumüberbrückung)</i></p> | <p><i>Selten werden die Produkte dort hergestellt, wo sie auch konsumiert werden. So wird ein Grossteil der Kleider in Fernost hergestellt. Es ist Aufgabe des Handels, den Transport zu organisieren und möglichst nahe an den Konsumenten zu bringen.</i></p> |
| <p><i>Lagerhaltungsfunkt. (Zeitüberbrückung)</i></p> | <p><i>Viele Konsumenten / Käufer wollen ihre Ware so rasch wie möglich erhalten, d.h. sie kaufen bei jenem Anbieter, der am schnellsten liefern kann. Daher muss der Händler die Lieferfristen überbrücken, indem er Waren lagert.</i></p> |
| <p><i>Versorgungsfunktion Oder Kredit- und Finanzierungsfunktion Oder Informations- und Beratungsfunktion</i></p> | <p><i>Zur Sicherstellung der Versorgung mit lebensnotwendigen Gütern haben v.a. Grossisten umfangreiche freie Vorräte oder führen vom Bund kontrollierte Pflichtlager ***** Der Handler muss die Ware vorfinanzieren. Oftmals gewährt er dem Konsumente bei Abnahme der Ware einen Kredit. ***** Vor allem wenn die Produkte sich immer weniger voneinander unterscheiden, wird es für den Konsumenten wichtiger, dass er gut beraten wird. Diese Funktion übernimmt der Handel, denn er orientiert sich laufend über Veränderungen im Markt.</i></p> |

Punkte

Punkte Total
Aufgabe 15

Lösung 18

Leistungsziel Nr. 1.8.1.1 Gründe für den Import

6 Punkte

Ausgangslage:

Ohne Importe kann die schweizerische Wirtschaft nicht funktionieren. Es gibt verschiedene Gründe, warum Waren und Dienstleistungen im Ausland beschafft werden müssen.

Aufgabe:

- a) Zählen Sie in Stichworten die vier Gründe auf, warum ein Land Waren und Dienstleistungen importieren muss.

Sie erhalten für jeden korrekten Grund ½ Punkt (Maximal 2 Punkte).

Grund 1, warum die Schweiz Güter importieren muss:

Weil die Waren und/oder Dienstleistungen in der Schweiz nicht hergestellt werden können oder nicht vorhanden sind.

Grund 2, warum die Schweiz Güter importieren muss:

Weil die Waren und/oder Dienstleistungen in der Schweiz zwar hergestellt werden können, jedoch in zu geringer Menge oder Qualität.

Grund 3, warum die Schweiz Güter importieren muss:

Weil die Waren und/oder Dienstleistungen in einem Land nur zu hohen Kosten hergestellt werden.

Grund 4, warum die Schweiz Güter importieren muss:

Weil für gewisse Güter in einem Land keine genug grosse Binnennachfrage vorhanden ist, auf die gewisse Kosten (z.B. für Forschung & Entwicklung) überwältzt werden können.

- b) Geben Sie für jedes der angegebenen Güter an, von wo (Land, Region) Sie das Gut importieren würden und welcher der vier oben genannten Gründe dafür verantwortlich ist, dass dieses Gut von der Schweiz importiert werden muss.

Für jeden nachvollziehbaren Beschaffungsmarkt und den richtigen Grund für den Import erhalten Sie ½ Punkt (Maximal 4 Punkte).

| Gut | Import von wo? | Grund für den Import (1, 2, 3 oder 4) |
|-------------------|--|--|
| Automobile | <i>z.B. Deutschland, Frankreich, Italien, Japan, USA</i> | <i>3, 4</i> |
| Olivenöl | <i>z.B. Italien, Türkei, Tunesien, Spanien</i> | <i>1, 2</i> |
| Personal-Computer | <i>z.B. China, Hongkong, Taiwan, Vietnam, Indien, USA, Osteuropa</i> | <i>2, 3</i> |
| Gold | <i>z.B. Australien, Südafrika, Russland, Brasilien</i> | <i>1</i> |
| Motorenöl | <i>z.B. Lybien, Nigeria, Saudiarabien, Iran, Venezuela (Rohstoff) oder Frankreich, Deutschland, Italien, Grossbritannien (verarbeitet)</i> | <i>1</i> |
| Sportsocken | <i>z.B. China, Indien, Taiwan, Vietnam, Honduras, Mexico</i> | <i>3</i> |
| Spargeln | <i>z.B. Frankreich, Spanien, Chile, Südafrika, Marokko</i> | <i>2</i> |
| Fahrräder | <i>z.B. Deutschland, Frankreich, Italien, China, USA</i> | <i>3, 4</i> |

Punkte Total
Aufgabe 18

Lösung 19

Leistungsziel-Nr. 1.7.1.1 Waren / Dienstleistungen

5 Punkte

Ausgangslage:

Man kann Güter (Waren und Dienstleistungen) nach verschiedenen Gesichtspunkten einteilen. Unter anderem kann ein Gut frei, wirtschaftlich, materiell und/oder immateriell sein.

Aufgabe:

Kreuzen Sie für die Beispiele in der folgenden Tabelle an, ob es sich dabei um „freie“, „wirtschaftliche“, „materielle“ und/oder „immaterielle“ Güter handelt. Beachten Sie, dass ein Gut gleichzeitig mehrere Gesichtspunkte erfüllen kann.

Sie erhalten für vier korrekt ausgefüllte Zeilen in der Tabelle jeweils 1 Punkt (total 5 Punkte).

| | Frei | Wirtschaftlich | Materiell | immateriell | Punkte |
|---------------------------|------|----------------|-----------|-------------|----------------------------|
| Lotto spielen | | x | | x | |
| Ein Holztisch | | x | x | | |
| 20-Minuten (Zeitung) | | x | x | | |
| Eine Beratung im Kaufhaus | | x | | x | |
| Ein roter VW-Golf | | x | x | | |
| Ein Milchkaffe mit Zucker | | x | x | | |
| Die Landeswährung | | x | | x | |
| Zwei Ohrenringe | | x | x | | |
| Eine medizinische Massage | | x | | x | |
| Ein Theaterstück | | x | | x | |
| Ein Blumenstrauss | | x | x | | |
| Der Wind | x | | x | | |
| Ein Link auf der Website | | x | | x | |
| Das Matterhorn | x | | x | | |
| Eine Tasse | | x | x | | |
| Eine Schriftart | | x | | x | |
| Eine Taschenlampe | | x | x | | |
| Ein Menu | | x | x | | |
| Ein Patent | | x | | x | |
| Eine Zahnbürste | | x | x | | |
| | | | | | Punkte Total Aufgabe 17 |

Lösung 20

Leistungsziel-Nr. 1.13.2.2 Unterschiede Vorschriften/Normen

5 Punkte

Ausgangslage:

Machen Sie sich Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Vorschriften und Normen bewusst. Denken Sie an Ihren Lehrbetrieb und überlegen Sie sich, wo Vorschriften und Normen eingehalten werden.

Aufgabe:

- a) Nennen Sie einen Unterschied und eine Gemeinsamkeit zwischen Vorschriften und Normen:

Für einen korrekten Unterschied und eine korrekte Gemeinsamkeit erhalten Sie je 1 Punkt (maximal 2 Punkte).

Punkte

Unterschied: *Vorschriften sind verbindlich, vom Gesetzgeber oder von einer Behörde erlassen. Wenn man sich nicht an sie hält, droht eine Strafe. Normen hingegen sind freiwillig, von Interessengruppen erlassene Empfehlungen. Man muss sich nicht zwingend an sie halten, allerdings kann es sein, dass man dann nicht mehr berücksichtigt wird (Produzenten wollen genormte Teile und kaufen daher nur bei jenem Lieferanten, der diese auch liefern kann)*

Gemeinsamkeit: *Normen und Vorschriften geben vor, wie etwas sein bzw. wie man sich verhalten soll. Somit kommt es zu einer Vereinheitlichung und Vergleichbarkeit.*

- b) Nennen Sie eine Vorschrift und eine Norm, die von Ihrem Lehrbetrieb eingehalten werden und erklären Sie jeweils die Konsequenz bei Nichteinhaltung.

Für jede korrekt ausgefüllte Zeile (Norm/Vorschrift und die nachvollziehbar beschriebene Konsequenz bei Nichteinhaltung) erhalten Sie 1 ½ Punkte (maximal 3 Punkte).

| | |
|---|---|
| <p>Norm:</p> <p><i>ISO 9001 (Qualitäts-Management-Norm)</i></p> | <p>Konsequenz bei Nichteinhaltung:</p> <p><i>Wird beim Audit festgestellt, dass die Vorgaben gemäss ISO nicht eingehalten werden (bspw. die Mitarbeiter halten sich nicht an die Prozessbeschreibungen gem. Qualitätshandbuch), erhält der Betrieb das Zertifikat nicht. Dies wiederum einen Imageverlust zur Folge. Zudem gibt's Kunden, die nur ISO-zertifizierte Lieferanten berücksichtigen.</i></p> |
| <p>Vorschrift:</p> <p><i>Berufsbildner muss den obligatorischen Berufsbildnerkurs besuchen</i></p> | <p>Konsequenz bei Nichteinhaltung:</p> <p><i>Um Lernende ausbilden zu können, muss eine Person im Lehrbetrieb den Berufsbildnerkurs besuchen. Falls dies nicht der Fall ist, gibt das Berufsbildungsamt keine Bewilligung zur Lernendenausbildung.</i></p> |

Punkte

Punkte Total
Aufgabe 18