

Frage 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.

	Gespräch nachbereiten
	Gespräch eröffnen
	Kunde verabschieden
	Bedarf / Bedürfnis ermitteln
	Definitives Angebot unterbreiten
	Gespräch vorbereiten
	Angebote unterbreiten und erklären
	Kaufvertrag abschliessen

- 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 $\frac{1}{2}$ Punkt, total 2 Punkte.

Erreichte
Punktzahl

Punkte

- 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 $\frac{1}{2}$ Punkt, total 2 Punkte.

Erreichte
Punktzahl

Frage 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.

**Erreichte
Punktzahl**

Punkte

- 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

1) _____

2) _____

3) _____

4) _____

Verabschiedung

Erreichte
Punktzahl

Frage 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)

Erreichte
Punktzahl

- 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.

Punkte

Hinweise (4 x ½ Punkt)	Begründung / Erklärung (4 x ½ Punkt)

Erreichte
Punktzahl

Frage 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.

Erreichte
Punktzahl

Ziele	Vorschlag zur Umsetzung Je 1 Punkt	Kontrollmittel Je ½ Punkt	Punkte
100% der Mitarbeitenden sind über den in zwei Monaten stattfindenden Wechsel der Öffnungszeiten unseres Personalrestaurants orientiert.			
Beim Büromaterial wollen wir 10% der jährlichen Kosten einsparen.			
Bis zum Jahresende kennen 80% unserer derzeitigen Kunden unser neues Produkt.			
Nicht mehr als 5% des Personals verlässt unsere Firma auf eigenen Willen/Wunsch (heute 10%).			
			Erreichte Punktzahl

Frage 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
	Vorteil	
	Nachteil	
	Vorteil	
	Nachteil	
	Vorteil	
	Nachteil	

Erreichte
Punktzahl

Punkte

Frage 6

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?

- b) Herr Ipsale möchte von seinen Lieferanten pünktlich und mit qualitativ einwandfreien Lebensmitteln beliefert werden. Welche Erwartung haben die Lieferanten an Herrn Ipsale?

Erreichte
Punktzahl

Punkte

- c) Die Gäste des Campingplatzes wünschen sich eine moderne und saubere Infrastruktur zu möglichst günstigen Bedingungen. Was erwartet Herr Ipsale von seinen Gästen?

- 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?

Erreichte
Punktzahl

Frage 7

Punkte

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

Erreichte
Punktzahl

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

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

Punkte

Erreichte
Punktzahl

Punkte

Frage 8

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 Mandarinengeschmack“ 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	➤ _____	➤ _____	➤ _____	➤ _____
	➤ _____	➤ _____	➤ _____	➤ _____
	➤ _____	➤ _____	➤ _____	➤ _____
Geeignet für das Produkt?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein

Erreichte Punktzahl

Absatzform	Produkt	Distribution (Place)	Promotion	Preis	Punkte
Begründung					
					Erreichte Punktzahl

Frage 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: _____

Sortimentsänderungen: ▶ _____

Beispiel: _____

▶ _____

Beispiel: _____

Erreichte
Punktzahl

Punkte

Frage 10

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:

Nachteil des Dokumentar-Inkassos für den Verkäufer:

Erreichte
Punktzahl

Punkte

Nachteil des Akkreditivs für den Verkäufer:

Erreichte
Punktzahl

Frage 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: Kupplung	Stahl Kabel	Montage Funktionsprüfung

Erreichte
Punktzahl

Bestandteil	Was muss importiert werden?	Was wird damit gemacht?	Punkte
			Erreichte Punktzahl

Frage 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 schreiben 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?
Migros	
Ferrero	
Konsumenten	

Erreichte
Punktzahl

Frage 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

1) _____

2) _____

3) _____

Chancen für die Schweiz

1) _____

**Erreichte
Punktzahl**

Punkte

2) _____

3) _____

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 ½ Punkt.

1) _____

2) _____

Erreichte
Punktzahl

Punkte

Frage 14

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) _____

2) _____

3) _____

4) _____

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)

Erreichte
Punktzahl

Fachgrosshändler „Sportwelt“ in Egerkingen (20 Mitarbeiter, Umsatz 20 Mio.)	
1. Eigenschaft (½ Punkt)	2. Eigenschaft (½ Punkt)

Punkte

Erreichte
Punktzahl

Frage 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)

Bestellzeitpunkt	
Sicherheitsbestand	
Beschaffungszeit	
Durchschnittlicher Verbrauch	

Erreichte
Punktzahl

Punkte

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

Herleitung	Resultat

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

Herleitung	Resultat

Erreichte
Punktzahl

Punkte

Frage 16

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 $\frac{1}{4}$ 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

Erreichte
Punktzahl

Funktion	Erläuterung

Punkte

Erreichte
Punktzahl

Frage 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

Erreichte
Punktzahl

Faktor	Erklärung/Rechtfertigung

Punkte

Erreichte
Punktzahl

Frage 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 $\frac{1}{2}$ (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).

	Wirtschaftliches Gut	? Gut
Materielles Gut		
? Gut		

Erreichte
Punktzahl

Frage 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
a) durchschnittlicher Lagerbestand	a) durchschnittlicher Lagerbestand	
b) Lagerumschlag	b) Lagerumschlag	
c) Durchschnittliche Lagerdauer	c) Durchschnittliche Lagerdauer	
Schlussfolgerung		Erreichte Punktzahl

Frage 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

Erreichte
Punktzahl