**Unternehmensziele**

**Aufgabe1**

Die Flaschenfabrik AG erhält von einer Maschinenfabrik ein Angebot über den Bau einer neuen, leistungsfähigen Produktionsanlage für Flaschen von verschiedener Form und Grösse. Durch diese Investition könnte sie ihre bisherige Kapazität (Betriebsleistung) um 20% ausweiten. Allerdings zeichnen sich auf dem Markt gewisse Sättigungstendenzen ab. Mit diesen neuen Anlagen wäre den Beschwerden der Belegschaft über schlechte Arbeitsbedingungen bei der Produktion wenigstens teilweise Rechnung getragen, weil die Lärm- und Schmutzbelästigung durch die neue Anlage wesentlich geringer ist. Ausserdem wären nur 70 statt 120 Arbeitskräfte einzusetzen. Allerdings könnten die freigesetzten Mitarbeiter im Betrieb nicht beschäftigt werden.

Die Rentabilität[[1]](#footnote-1) der Unternehmung könnte mit dieser Anlage um wenigstens 10% gesteigert werden. Das zusätzliche benötigte Kapital könnte durch Bankkredit aufgebracht werden.

1. Wie nehmen die Eigentümer und die Arbeitnehmer der Unternehmung, die Bank und die Öffentlichkeit zu diesem Investitionsvorhaben wahrscheinlich Stellung?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Pro | Contra |
| Eigentümer | -Output steigern  -Mitarbeiterkosten sinken | -Kredit/ Zinszahlung  -Gefahr aufgrund der Marksättigungstendenz, das zu viel produziert wird |
| Arbeitnehmer | -Besser Bedingung (Lärm und Schmutz) | Entlassungen (42%) |
| Bank | -Neuer Kunde (Zinszahlung) | -Gefahr dass der Businessplan (die geplanten Umsätze, Gewinne, Absatzzahlen etc.) nicht erreicht werden. Kreditrückzahlung bzw. Zinszahlungen nicht erfolgt. |
| Öffentlichkeit | Ev. Besserer Steuerzahler  -Lärm- und Schmutzbelästigungen sinken | -Stellenabbau |

1. Nehmen wir an, Sie seien Eigentümer dieser Unternehmung. Wie würden Sie entscheiden? Geben Sie Ihre Begründung an.

Angebot annehmen da man bessere Arbeitsbedingungen hat, mehr Gewinn

**Aufgabe 2**

Alle Werte (Zahlen), die zur Beurteilung wirtschaftlicher Vorgänge in Unternehmungen benötigt werden, bezeichnet man als Kennzahlen oder Kennziffer.

Recherchieren Sie die Bedeutung folgender Verhältniszahlen:

Aufwand = Für Produktion von Gütern und Dienstleistungen verwendetet Arbeitskräfte und Vermögenswert

Ertrag = finanzieller Gewinn

Erfolg = Differenz zwischen Aufwand und Ertag

Gewinn = Wenn der Ertrag grösser ist als der Aufwand (positiver Erfolg)

Verlust = Wenn der Aufwand grösser ist als der Ertrag (negativer Erfolg)

Arbeitsproduktivität= Verhältnis aus der mengenmäßigen Arbeitsleistung (Arbeitsvolumen) und dem mengenmäßigen Arbeitseinsatz wiedergibt. Ertrag/ Aufwand

Wirtschaftlichkeit= der sinnvolle und sparsame Einsatz vorhandener Mittel.

Eigenkapitalrentabilität = Sie ergibt sich aus dem Verhältnis von Gewinn (Jahresüberschuss) zum Eigenkapital

**Aufgabe 3/Anwendung von Kennzahlen bei den Erfolgszielen**

1. Wie hoch ist die Arbeitsproduktivität eines Uhrengeschäfts, wenn 300 Uhren an 30 Arbeitstage zu je 8 Stunden von 12 Mitarbeitern montiert werden?

2. Folgende Zahlen sind gegeben:

Mitarbeiterzahl: 20 Beschäftigte  
Aufwand: CHF 100 000.-  
Eigenkapital: CHF 500 000.-  
Eigenkapitalrentabilität: 15%

Berechnen Sie

* 1. den Gewinn
  2. den Ertrag

2.3 die Wirtschaftlichkeitskennzahl

**Marktziele**

1. Art der Bedürfnisse, die befriedigt werden  
2. Abgrenzung des Marktes/Zielgruppe definieren  
3.Marktanteil

Der **Marktanteil** ist die von einer Unternehmung abgesetzte Menge in % des Marktvolumens.

Das **Marktvolumen** ist die tatsächlich abgesetzte Menge des Produkts.

Das **Marktpotenzial** ist die maximale Aufnahmefähigkeit des Marktes für ein bestimmtes Produkt

**Produktziele**

1. Art und Qualität der Produkte

2. Breite und Tiefe des Sortiments  
**Breit** ist ein Absatzprogramm, wenn viele verschiedene Produktgruppen angeboten werden. Sind dagegen nur wenige Produktgruppen im Angebot, so bezeichnet man das Sortiment als **schma**l.  
Ein Sortiment ist **tief**, wenn innerhalb der offerierten Produktgruppen eine grosse Auswahl gibt. Anderenfalls nennt man es **flach**.  
Warenhäuser haben ein breites Sortiment. Fachgeschäfte zeichnen sich durch ihre Sortimentstiefe aus.

3. Produktionsmenge

**Aufgabe 4/Marktanteil**

Eine Region umfasst 200 000 Haushalte. Man schätzt, dass sich die Hälfte davon eine neu auf dem Markt erschienene Haushaltsmaschine leisten könnte, aber nur 50% dieser kaufkräftigeren Schicht sich tatsächlich eine leisten wird und dass unsere Unternehmung 15 000 Stück absetzten wird. Wie gross sind Marktanteil, Marktvolumen und Marktpotential?

Marktpotenzial = 200 000/2=100 000

Marktvolumen = 50 000

Marktvolumen = (15 000/50 000)\*100 = 30%

**Aufgabe 5/Produktziele – Art und Qualität des Produktes**

**Fragen zum Film: Novartis und Roche: Pharma-Giganten am Scheideweg**

<http://www.videoportal.sf.tv/video?id=1b6b7485-6541-4c40-bf7b-08fe62038a5f>

1. Um welche Art von Unternehmensziele geht es in dem Film?  
   ein schmales aber tiefes Sortiment
2. Was bedeutet Fokussierung?
3. Welche Vorteile/Nachteile verspricht die Fokussierungsstrategie von Roche?  
   Das Unternehmen spezialisiert sich auf eine Produktart. Falls das Unternehmen den guten Reicher gehabt aht und die Peodukte sich gut verkaufen lassen, sind die Gewinnchancen hoch. Falls dies aber nicht der Fall sit, kann sich das Unternehmen nicht quer finanzieren it dem verkuaf von anderen Produkten, die gut laufen
4. Was bedeutet Diversifikation?  
   ein breites aber flaches Sortiment
5. Welche Vorteile/Nachteile verspricht die Diversifikationsstrategie von Novartis?

Das Risiko ist breiter gestreug

1. Bei der Kapitalanlage spricht man auch von Diversifikation? Was könnte damit gemeint sein?

**Aufgabe 6/ Breite und Tiefe des Sortiments**  
  
Beschreiben Sie Tiefe und Breite des Sortiments für die folgenden Geschäfte!

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Breiter | Schmaler | Tiefer | flacher |
| Ein Handelsgeschäft für italienische Weine |  | x | x |  |
| Weinangebot in einem Bahnhof-Kiosk |  | x |  | x |
| Weinabteilung eines Discounters | x |  |  | x |

**Aufgabe 7/Produktionsmenge**Der 25-jährige Jonathan hat seine letzten Sommerferien in Schweden verbracht. Dort beobachtete er, dass viele junge Leute „Nordic Walking“ machen. „In der Schweiz sind es eher Leute ab einem gewissen Alter, die mit Stöcken schnell laufen“ dachte sich Jonathan. Jonathan versucht selbst Nordic Walking und ist von der Sportart begeistert. Er hofft, dass der Trend auch bald die jüngeren Schweizer erreichen wird und er sein neues Hobby zum Beruf machen könnte.   
  
Sie machen sich mit Jonathan Gedanken, ob seine Geschäftsidee in Baden erfolgreich sein könnte. Sie beantworten in 3 er-Gruppen folgende Fragen:

1. An wen und wo soll verkauft werden?
2. Was soll verkauft werden?
3. Welches Marktsegment?
4. Welcher Marktanteil?
5. Welches Sortiment in welcher Qualität?

Um die konkreten Bestellmengen zu ermitteln, sind einige Überlegungen aus dem Rechnungswesen erforderlich. Der Einfachheitshalber beziehen wir unsere Überlegungen nur für die Bestellung von Stöcken. Selbstverständlich müsste Jonathan weitere Waren wie Bekleidung und Schuhe anbieten und eventuell sogar Kurse, um die richtige Gangart zu erlernen.

1. Welche Verkaufsmenge müsste Jonathan in den ersten sechs Monaten mindestens absetzten, so dass seine Einnahmen gerade die Kosten decken würden (Break-even-point)? Der Einkaufspreis von zwei Stöcken kostet 20 CHF. Jonathan möchte die Stöcke für 40 CHF verkaufen.

* Das Geschäftslokal kostet pro Monat 2 500 CHF
* Jonathan rechnet sich einen bescheidenen Lohn von 3 000 CHF/Monat in der Anfangsphase aus.
* Der Bankkredit von 25 000 CHF wird zu 8% im Jahr verzinst.
* Die Kosten für die Werbeaktion zum Start könnten bis 5 000 CHF kosten
* Das Mobiliar soll in 4 Jahren ganz abgeschrieben sein.
* Für diverse Ausgaben (Telefon, Licht, Strom usw.) rechnet er mit 1000 CHF monatlich.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Eröffnungsbilanz** | | | |
| Aktiven | | Passiven | |
| Flüssige Mittel | 11000 | Bankkredit | 25000 |
| Mobiliar | 24000 | Eigenkapital | 10000 |
|  |  |  |  |
| Total: | 35000 | Total: | 35000 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **Plan-Erfolgsrechnung (6 Monate)** | | | |
| Aufwand | | Ertrag | |
| Warenaufwand |  | Warenertrag |  |
| Lohnaufwand |  |  |  |
| Mietaufwand  Zinsen  Abschreibungen |  |  |  |
| Werbeaufwand |  |  |  |
| Div. Aufwand |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Total: |  | Total: |  |
|  |  |  |  |

1. Was raten Sie Jonathan?

1. Rentabilität: Wie gut Lohnt es sich [↑](#footnote-ref-1)