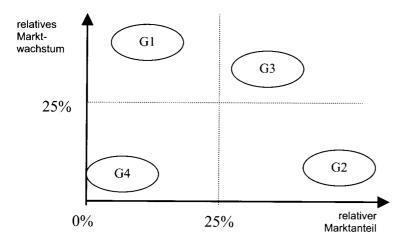
Die Handlungsschritte 1 bis 6 beziehen sich auf die folgende Ausgangssituation:

Sie sind Mitarbeiter / -in der IT-Concept GmbH, einem Systemhaus, das folgende vier Geschäftsbereiche (G) hat:

- G 1: Beratung
- G 2: Verkauf von Hard- und Software
- G 3: Provider für Mobilfunk-Gesellschaften
- G 4: Vertrieb von TK-Anlagen und TK-Endgeräten

1. Handlungsschritt (20 Punkte)

a) Für die vier Geschäftsbereiche wurde folgende Portfolio-Matrix ermittelt:



der Preispolitik.	(10 Punkte)

b)	Die IT-Concept GmbH plant, in den zukunftsträchtigen Markt für professionelle digitale Kamera-Systeme einzus Vor der Entscheidung sollen mit Hilfe einer Marktanalyse eine Reihe von Fragen beantwortet werden. Eine dies lautet: "Über welche Vertriebswege kann verkauft werden?"								
	Formulieren Sie drei weitere Fragen, die vor Aufnahme des neuen Produkts beantwortet werden müssen.	(6 Punkte)							
	•								
_									
_									
-									
_									
_									
c)	<u>Professionelle</u> digitale Kameras befinden sich noch in der Einführungsphase (Phase 1 des Lebenszyklus). Erläutern Sie, welches Marketinginstrument in dieser Phase vorrangig eingesetzt werden sollte.	(4 Punkte)							
_									
_									
_									
_									

	e Geschäftsleitung der IT-Concept GmbH hat entschieden, professionelle digitale Kamerasysteme in das Sortiment aufzuneh	hmen
a)	Zur Förderung des Kameraverkaufs wird eine Differenzierung der Preise erwogen. Erläutern Sie für dieses Produkt drei Möglichkeiten der Preisdifferenzierung. (6 Pu	unkte)
		·
b)	Der Hersteller der digitalen Kamera "Profi 6.0" wirbt mit einem neu entwickelten Grafikchipsatz, der eine Auflösung von 6 Mio. Pixel ermöglicht. Auf Grund von Produktionsschwierigkeiten liefert der Hersteller jedoch eine Serie der "Profi 6.0" mit einer Auflösung von nur 5,5 Mio Pixel aus. Darauf wird in den den Kameras beigefügten Gebrauchsanleitungen sachgerecht hingewiesen. Sie haben eine Kamera aus dieser Serie verkauft. Die technischen Änderungen waren Ihnen unbekannt, und der Kunde	
	bemerkte diese erst beim Lesen der Gebrauchsanweisung.	
	Der Kunde möchte nun sofort vom Kaufvertrag zurücktreten. Erläutern Sie, ob Sie dieser Forderung des Kunden	
	entsprechen müssen. (6 Pu	ınkte)
		•••

:)	Sp	eiclen t 6 6 h	herl ech 4 N öch arbt	kart niso IB S	e g hei pei ögl	esp n S che ich 4 B	peic pez erka e A	heri ifika irte uflö	t we atior (64	erde nen * 1	n kö ent .02	inne nehr 4 * <i>'</i>	n. nen 1.02	Sie f	folge					r ho	chstm	iogl	lichi	en A	(uff	osur	ng a	ит а	er n	ntge	ellet	erter		
		mit	teln	Sie	die	e A	nza	hl c	ler E	Bilde	er ui	nd g	ebei	n Sie	den	Rec	her	weg	g an.													(4 Pi	ınkte)
																			:							-								
																											•			٠		*		
			٠					-								*										•			•			٠		
																:		•		•				:										
		•																																
		-																																
																																-		
														<u> </u>																				
			-																	÷	- :								-			-		:
																															1		-	
														-											-									
	÷																									•						i		
															•			•	•														-	
									i			•		٠											_									
																				: .														
																										-								
													-																					
	aı	ısq	esta	itte	w	erd	en.														USB- oder o											(4 P	unkte	<u>-</u>
		_																																
								-																										
																	·····																	
														_							-													_
_																						-												
		_																																
	_																							-										_
																								_										_

Korrekturrand

Das Geschäftsjahr der IT-Concept GmbH endet zum 30.06. Sie arbeiten am Jahresabschlus

a)	Die verschiedenen Vermögens- und Schuldenpositionen der IT-Concept GmbH werden durch körperliche Inventur beziehungsweise durch eine Buchinventur erfasst. Erläutern Sie diese beiden Verfahren und nennen Sie jeweils zwei Beispiele.	(6 Punkte)
	Eliaciem die diese selden veralmen did nemen die jeweis zwei beispiele.	(0 / 0)
_		
۳/ الم	Aus verschiedenen Gründen soll keine Stichtagsinventur durchgeführt werden.	
υj	Nennen Sie zwei andere Inventurarten und erläutern Sie insgesamt zwei Vorteile dieser Verfahren gegenüber der	
	Stichtagsinventur.	(4 Punkte)
	<u> </u>	
c)	Die IT-Concept GmbH unterhält ein Hardwarelager. Der PS/2-RAM wird nur noch selten nachgefragt und kann nur dem Einstandspreis verkauft werden. Dagegen ist die Nachfrage nach DDR-RAM stark gestiegen, so dass dieser mi Handelsspanne von 50% verkauft werden kann.	
	Begründen Sie, mit welchem Wertansatz die beiden RAM-Speicher jeweils zu bilanzieren sind.	(4 Punkte)
_		

begründen Sie jeweils Ihre Wahl.

(8 Punkte)

Au	f der "Consultants", einer Messe in Leipzig, will die IT-Concept GmbH einen Stand betreiben.	
a)	Erläutern Sie – neben Überlegungen zur IT-Ausstattung des Messestandes – drei weitere Gesichtspunkte zur Vorbereitung des Messeauftritts und zur Gestaltung des Messestandes.	(6 Punkte)
_		
b)	Der Messestand soll mit zwei festen Beratungsplätzen und einer Videopräsentation ausgestattet werden. An den plätzen sollen schriftliche Angebote und Verträge erstellt werden. Zwei Einzel-PCs und ein Notebook für den mot Einsatz in der gesamten Messehalle sind bereits vorhanden. Die Computer sollen miteinander kabellos vernetzt wund über ISDN eine Verbindung zum Firmennetz erhalten. Alle Geräte sind mit einem netzwerkfähigen Betriebssy und der benötigten Office-, Präsentations- und Auftragsbearbeitungssoftware ausgestattet.	ilen verden

Vervollständigen Sie mit dieser Zielsetzung die folgende Geräteliste um vier weitere wichtige Komponenten, und

Anzahl	Bezeichnung	Begründung
2	Stand alone PC	Beratungsplätze
1	Notebook	dient der Mobilität

	icherneit gewährleisten. Frivate Network). en genannten Anforderungen geeignet ist. (3 Pun
·	
Reschraiban Cia aina austra dati la da	
Beschreiben Sie eine weitere Möglichkeit zur Anbindung an das Firmennetz der oben genannten Anforderungen.	und erläutern Sie deren Eignung hinsichtlich (3 Punkt

7DA C 1/ C . .

	a) Die IT-Concept GmbH bietet in ihrem Internetkatalog einen Drucker vom Typ "HQL 555" statt bisher für 1.27 in einer Sonderaktion für 998,00 EUR an. Auf Grund einer Anfrage unterbreiten Sie dem langjährigen Kunder ein verbindliches schriftliches Angebot über den Drucker "HQL 555" zum Sonderpreis von 998,00 EUR. 14 Ta besucht Sie Herr Klein im Ladengeschäft und lässt sich den Drucker vorführen. Im Gespräch bestätigen Sie err Sonderpreis. Am nächsten Tag bestellt Herr Klein per Fax einen Drucker. Sie stellen fest, dass der letzte Drucke Sonderkontingent zwischenzeitlich verkauft wurde und nur noch Drucker zum Preis von 1.275,00 EUR vorrätigen Sie Herrn Klein telefonisch mit. Herr Klein besteht jedoch auf Kauf zum Sonderpreis.	i Ulrich Klein ge später ieut den
	Erläutern Sie, ob Sie Herrn Klein den Drucker zum Preis von 998,00 EUR verkaufen müssen.	(6 Punkte)
-		
_		
-		
_		
_		
_		
_		
b)	Ein neuer Kunde, die ChemieBau AG, fragt an, ob die IT-Concept GmbH AG 200 Drucker des Typs "HCL 666" zun 1.358,00 EUR liefert; sie besteht dabei auf einem Mengenrabatt von 15 %. Für den Fall der sofortigen Zahlu Errechnen Sie den Erfolg (Gewinn oder Vorlust) in EUR	n Einzelpreis ng erwartet
	Errechnen Sie den Erfolg (Gewinn oder Verlust) in EUR und in Prozent mit Hilfe des nebenstehenden Kalkulationsschemas.	
		(8 Punkte)
)	Da die ChemieBau AG ein neuer Kunde ist, überlegt die IT-Concept GmbH, wie sie ihre Forderung gegenüber der ChemieBau AG absichern kann.	
	Erläutern Sie zwei Möglichkeiten.	
		(6 Punkte)
_		
_		
-		

	Prozente	EUR-Werte
Listeneinkaufspreis		1.000,00
Liefererrabatt	20,00	
= Zieleinkaufspreis		
Liefererskonto	3,00	
= Bareinkaufspreis		
Bezugskosten		38,80
= Einstandspreis		
Handelsw.Gemeinkostenzuschlag	25,00	
= Selbstkosten		
Gewinnzuschlag/Verlustabschlag	%	
= Barverkaufspreis		
Skonto		
= Zielverkaufspreis		
Mengenrabatt		
= Listenverkaufspreis		1.358,00

and the second of the second o

terror en en la filia de la filia de la marca de marca de la composição de la capacida de la capacida de la ca

- a) Ihrem Kunden, der ChemieBau AG, liegt zur Finanzierung des Druckerkaufs in Höhe von 271.600,00 EUR (netto) ein Leasing-Angebot Ihres Kooperationspartners, der FinanzLease-Bank AG zu folgenden Konditionen vor:
 - Monatliche Leasingraten in Höhe von 3 % des Kaufpreises (netto)
 - Laufzeit 3 Jahre

_	Restzahlung	40.000,0	00 EUR	bei	anschließendem	Kauf.
---	-------------	----------	--------	-----	----------------	-------

aa)	Вє	erect	nnen	Sie	die	• Ме	ehrai	ısga	ben	der	Che	emie	Bau	AG	für	das	Lea	sing	geg	enü	iber	den	n Ka	auf	pre	is.						(6 I	unk	te)
					• •												-								-									
										,								٠				. 1-						-						
	•										•									-		•												
		-																																
																		:											:					
																													•					
						٠														-	-													
												i																						
															•												-							
										-				-	-	٠	٠																	
															-					-	i													
										,																								
																																:		
				-							:					:							-			-								
		:																		1			-			-								
					-																													
			-			:	-		٠							i			*															
															**				-				1						:				-	٠
		-			1																													
		٠		•											•				:															
			-																		٠													
				:										:																				
																	٠												_		_			
ab)	Erl	läute roch	ern S en k	ie d önn	lrei.	Arg	ume	nte,	die	una	ohā	ngig	von	i de	n Ko	ster	ı tür	das	Lea	sıng	g-Ar	ngeb	ot	der	· HI	nan.	zLea	ase-	Ban	k A(J	(6 F	unk	رم.
	эþ	recii	CIIK	OHH	icii.																											(0 1	ulik	
																											· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·							
																																**	****	
						-																												
																																	•••	
		-																																

Erklären Sie Factoring und erläutern Sie einen Vorteil und einen Nachteil für die IT-Concept GmbH.	(6 Punkt
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmł	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gmb	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gml	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gml	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gml	oH. (2 Punk
Nennen Sie zwei weitere Möglichkeiten der Finanzierung des Kundenauftrags für die IT-Concept Gml	oH. (2 Punk

Korrekturrand

Das Geschäftsjahr der IT-Concept	GmhH andat zum	30 06 Sia arhaitan :	am Jahresahschluss mit
Das descriaitsjant dei 11-Concept	dilibit endet zum .	50.06. Sie arbeiteri d	ani Janiesabschiuss mit.

a)	Die verschiedenen Vermögens- und Schuldenpositionen der IT-Concept GmbH werden durch körperliche Inventur beziehungsweise durch eine Buchinventur erfasst. Erläutern Sie diese beiden Verfahren und nennen Sie jeweils zwei Beispiele.	(6 Punkte)
	,	
_		
		_
_		
_		
b)	Aus verschiedenen Gründen soll keine Stichtagsinventur durchgeführt werden. Nennen Sie zwei andere Inventurarten und erläutern Sie insgesamt zwei Vorteile dieser Verfahren gegenüber der Stichtagsinventur.	(4 Punkte)
_		
c)	Die IT-Concept GmbH unterhält ein Hardwarelager. Der PS/2-RAM wird nur noch selten nachgefragt und kann nur dem Einstandspreis verkauft werden. Dagegen ist die Nachfrage nach DDR-RAM stark gestiegen, so dass dieser m Handelsspanne von 50% verkauft werden kann.	
	Begründen Sie, mit welchem Wertansatz die beiden RAM-Speicher jeweils zu bilanzieren sind.	(4 Punkte)

•		
	Umsatzsteuer (16 %) weisen zum Monatsende folgende Salden auf:	
Konto Vorsteuer		
Soll	Haben	
4.297,93 EUR		
Konto Umsatzsteuer		
Soll	Haben	
11.310,34 EUR	Habell	
11.310,34 LON		
Bilden Sie die Buchungssätze		
da) zur Ermittlung der Umsatz	ctouorzahllact	(2 D
aa) zur Emilitiung der Omsatz	steuerzannast.	(3 Punkte)
-		
lb) zur Banküberweisung dies	er Zahllast.	(3 Punkte)

a) Geschäftsbereich 2:

Dieser Geschäftsbereich wächst kaum. Da er einen großen Marktanteil hat, können Kostenvorteile genutzt werden, z. B. Mengenrabatt, hohe Auslastungsgrade.

- Produktpolitik:

Der Marktanteil soll gehalten und möglichst vergrößert werden. Die meisten Produkte befindend sich in der Reifephase. Damit die Produktpalette attraktiv bleibt, müssen neue Produkte aufgenommen werden. Technisch veraltete und wenig nachgefragte Produkte müssen aus dem Sortiment genommen werden. Eine Möglichkeit zur Vergrößerung des Marktanteils ist die Produktdifferenzierung, z. B. Komplett-PCs für verschiedene Zielgruppen.

– Preispolitik:

Mit differenzierten Preisen können verschiedene Käufergruppen angesprochen, neue Kunden gewonnen und längerfristige Kundenbeziehungen aufgebaut werden; z. B. durch Kundenkarten, Rabatt- oder Bonussysteme.

Geschäftsbereich 4:

Dieser Geschäftsbereich besitzt weder einen hohen Marktanteil noch befindet er sich in einem Wachstumsmarkt. Er befindet sich in der Sättigungs- oder Degenerationsphase.

- Produktpolitik:

Es sollte eine Konzentration auf ausgewählte Telekommunikationsgeräte stattfinden, bzw. der Geschäftsbereich sollte allmählich abgebaut werden, da hier – zusätzlich zu einer starken Konkurrenz – kein Marktwachstum zu erwarten ist und der eigene Marktanteil zu klein ist, um Marketing-Instrumente Gewinn bringend einzusetzen.

– Preispolitik:

– u. a.

Da kein Marktwachstum mehr zu erwarten ist, muss der Verkauf der Telekommunikationsgeräte verstärkt über Sonderaktionen zu reduzierten Preisen erfolgen. Im Zusammenhang mit der Produktpolitik wäre auch ein Bundling von Endgeräten, (10 P.)Anlage und Providervertrag möglich. Insgesamt ist ein verstärkter Preisdruck am Absatzmarkt zu erwarten.

- b) An wen kann verkauft werden (Zielgruppe)?
 - Welche Kameras werden verlangt (Produktart)?
 - Wie viel kann verkauft werden?
 - Wer sind die Mitbewerber?
 - Mit welchen Marketingmaßnahmen kann der Verkauf gefördert werden?

(6 P.)

c) Das Produkt ist neu und muss dem Kunden bekannt gemacht werden. Daher werden bei der Einführung des Produkts Maßnahmen der Kommunikationspolitik (Werbung u. a.) durchgeführt. (4 P.)

überträgt bis 400Mbit/secist erst im Kommen

Für wenige und kleine Bilder reicht eine Übertragungsgeschwindigkeit von 12 Mbit/sec aus.

a) Möglichkeiten der Preisdifferenzierung: - Mengenrabatte Rabatte bei Kopplung mit Wartungsverträgen - Unterschiedliche Preise für verschiedene Abnehmergruppen (Studios, Einzelhandel, Hochschulen, Behörden, Privathaushalte usw.) - Niedrigere Preise bei Bestellungen über das Internet - Messepreise (6 P.) – u. a. b) Der Hersteller hat für einen 6 Mio.-Pixel-Chip geworben. Eine offensichtliche Werbeübertreibung liegt nicht vor. Daher konnte sich der Käufer auf die Angaben in der Werbung verlassen. Entspricht die Kamera nicht diesen Angaben, liegt ein Sachmangel vor. (2 P.)Vorrangig besteht der Anspruch auf Nacherfüllung, d. h. Nachbesserung (Nachrüsten des 6 Mio.-Pixel-Chips durch den Hersteller) oder (2 P.)Neulieferung der Kamera mit 6 Mio.-Pixel-Chip. Das nachrangige Recht auf Rücktritt hat der Kunde erst bei erfolglosem Ablauf einer angemessenen Nachfrist bzw. bei zweimaliger (2 P.)fehlgeschlagener Nacherfüllung. c) 2048 · 1536 Pixel = 3.145.728 Pixel pro picture (PpP) $3.145.728 \text{ Pixel} \cdot 3 \text{ Byte pro Pixel} (24 \text{ Bit}) = 9.437.184 \text{ Byte}$ 9.437.184 Byte = 9 MB pro Bild(4 P.)64 MB: 9 MB = 7,11 Bilder = 7 Bilder USB 1.0 überträgt bis zu 12 Mbit/sec. - Das neue USB 2.0 überträgt bis 480 Mbit/sec. USB ist weit verbreitet. - erfordert unter Umständen die Aufrüstung des Kunden-PCs mit einer Firewire-Schnittstellenkarte,

(4 P.)

- a) Welche Zielgruppe(n) soll der Messestand ansprechen / erwartete Besucherzahl, u. a.
 - Einladung / Bekanntmachung des Messeauftritts bei der Zielgruppe
 - Art und Gewichtung der Funktionsbereiche (Lager, Besprechung, Küche, Catering, Empfang, u. a.)
 - Strategie / Ausstellungsstil: Soll der Stand eher kunden-, kontakt-, produkt- oder beratungsorientiert gestaltet sein?
 - Wie hoch ist das Budget für den reinen Messebau / Welche Kosten fallen für den Messebau an?
 - Corporate Design der IT-Concept GmbH: Schriften, Farben, Schriftzüge, Logo, Größenverhältnisse, u. a.
 - Exponate: Art, Anzahl, technischer Bedarf
 - Art des Standes (Kopf-, Insel-, Reihen-, Eckstand); gibt es Informationen über die Standnachbarn?
 - Multimedia-Einrichtung gewünscht? (Lichteffekte, Großbildschirm, Show-Auftritte, u. a.)
 - Sind begleitende Marketingmaßnahmen geplant?

– u. a. (6 P.)

Anzahl	Bezeichnung	Begründung
2	Stand alone PC	Beratungsplätze
1	Notebook	dient der Mobilität auf dem Messegelände
1	Drucker	Erstellen von Angeboten, u. a.
1	Access Point für WLAN	Ist notwendig, damit keine peer to peer-Vernetzung vorliegt, um Sicherheit zu gewährleisten
1	PCMCIA Karte für WLAN (Notebook	Verbindung des Notebooks mit dem WLAN
2	PCI-WLAN-Karten	Anbindung der PC's an das WLAN
1	Beamer	Präsentation
1	ISDN – Adapter	Anschluss eines PC an ISDN

Andere technische Konfigurationen, die zu einem kompletten WLAN mit ISDN-Anschluss führen, sind möglich und zulässig.

(8 P.)

ca) Ein VPN ...

b)

- verbindet zwei Rechner oder (private) Netzwerke miteinander, indem es ein anderes (öffentliches) Netz (WAN) als Transportweg benutzt.
- ist für Benutzer eine normale Netzwerkverbindung (transparent).
- bietet Verschlüsselung und Tunneling der Daten, damit sie nicht mitlesbar oder manipulierbar sind.

(3 P.)

- cb) Direkteinwahl per Modem/ISDN auf einem Firmenrechner bzw. RAS Dienst mit Rückruf durch den angerufenen Server:
 - Bietet Punkt zu Punkt-Verbindung und genügt daher sicherheitstechnischen Anforderungen.
 - Datenübertragungsrate abhängig von Verbindungsart.

(3 P., 1 P. für Nennung der Möglichkeit, 2 P. für Erläuterung)

- a) Das Internetkatalogangebot war nicht rechtsverbindlich. Erst das schriftliche Angebot der IT-Concept GmbH war eine Willenserklärung (Antrag). Nach zwei Wochen war die Bindung der IT-Concept GmbH an den Antrag jedoch erloschen. Im Verkaufsgespräch erneuert die IT-Concept GmbH ihr Angebot (neuer Antrag), aber es folgt keine Annahme durch den Kunden. Die Bestellung per Fax war ein neuer Antrag des Kunden, der von der IT-Concept GmbH nicht angenommen wurde. Ein Kaufvertrag ist nicht zustande gekommen und eine Lieferverpflichtung somit nicht entstanden.
- b) Handelskalkulation (Differenzkalkulation)

Handelskalkulation		
	Prozente	EUR-Werte
Listeneinkaufspreis		1.000,00
- Liefererrabatt	20,00	200,00
= Zieleinkaufspreis		800,00
- Liefererskonto	3,00	24,00
= Bareinkaufspreis		776,00
+ Bezugskosten		38,80
= Einstandspreis		814,80
+ Handelsw.Gemeinkostenzuschlag	25,00	203,70
= Selbstkosten		1.018,50
+ Gewinnzuschlag	11,07	112,71
= Barverkaufspreis		1.131,21
+ Skonto	2,00	23,09
= Zielverkaufspreis		1.154,30
+ Mengenrabatt	15,00	203,70
= Listenverkaufspreis		1.358,00

(8 P.)

c) — Eigentumsvorbehalt:

Die Drucker bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum der IT-Concept GmbH; bei Nichtbezahlung kann auf Herausgabe geklagt werden.

– Bürgschaft:

Ein Kreditinstitut bürgt für die Zahlung der Forderung.

(6 P.)

aa)	Monatliche Leasingrate 3 %	
	271.600,00 x 0,03	8.148,00 EUR
İ	Leasingraten gesamt 8.148,00 EUR/Monat * 12 Monate * 3 Jahre	293.328,00 EUR
	Restzahlung	40.000,00 EUR
	Gesamtausgaben für Leasing	333.328,00 EUR
	– Kaufpreis	271.600,00 EUR
	= Mehrausgabe für Leasing Leasingraten + Restzahlung - Kaufpreis	61.728,00 EUR

(6 P.)

- ab) Leasingraten können als Betriebsausgaben steuermindernd geltend gemacht werden
 - Erhaltung des Kreditspielraums
 - Geringer Liquiditätsabfluss
 - Einfache Rückgabe der Drucker nach Vertragsablauf

(6 P.)

b) Bei Factoring verkauft die IT-Concept GmbH Forderungen an eine Factoring-Bank. Die Factoring-Bank zieht diese Forderungen bei den Kunden ein.

Vorteile:

Die IT-Concept GmbH erhält vom Factor sofort Geld

Geringer Verwaltungsaufwand (z. B. kein Mahnwesen)

Nachteile: - Die IT-Concept GmbH erhält vom Factor nicht den vollen Betrag der Forderungen

Eventuelle Verärgerung der Kunden

(6 P.; 2 P. für die Erklärung des Begriffs, je 2 P. für Vor-/Nachteil)

c) Lösungsmöglichkeiten:

- Erhöhung des Eigenkapitals (Einzahlung liquider Mittel)
- Darlehen aufnehmen
- Liefererkredite ausnutzen

(2 P.)