

Grundlagen der BWL: Übungsblatt zu Kapitel 1

Aufgabe 1:

„Ein jeder Wunsch, wenn er erfüllt, kriegt automatisch Junge“

- a) Belegen Sie das Zitat von Wilhelm Busch mit Beispielen aus Ihrem persönlichen Leben.

Menschliche Bedürfnisse sind nahezu unbegrenzt. Das heißt, dass nach einem erfüllten Wunsch ein neuer Wunsch an dessen Stelle tritt. Ich habe ein neues Notebook gekauft. Als das Notebook in Betrieb war, dachte ich mir, ich sollte außerdem eine Docking-Station einen externen Monitor kaufen.

- b) Auf welche Eigenschaft menschlicher Bedürfnisse schließen Sie daraus?

Menschliche Bedürfnisse sind unbegrenzt und wandelbar

- c) Ordnen Sie folgende Bedürfnisse als Existenz-, Grund- oder Luxusbedürfnisse ein:

- Auto eines Schülers

Je nachdem wie weit der Schüler von der Schule entfernt wohnt und abhängig davon, ob Alternativen zur Beförderung via eigenem Auto zur Verfügung stehen, handelt es sich mit Alternativen, also öffentlichen Verkehrsmitteln, um ein Luxusbedürfnis, ohne Alternativen um ein Grundbedürfnis.

- Auto eines Handelsvertreters

Es handelt sich um ein Grundbedürfnis, da der Handelsvertreter auf die Nutzung seines Wagens im Außendienst angewiesen ist.

- Schönheitsoperation eines Schauspielers

Grundsätzlich eher ein Luxusbedürfnis. Sicherlich gibt es auch Meinungen, die zu einem Grundbedürfnis tendieren würden, weil ein makelloses Äußeres für den Schauspieler von hoher Wichtigkeit ist und für bessere Aufträge sorgen kann.

- Zigaretten

In meinen Augen ein Luxusbedürfnis. Sicherlich gibt es auch Menschen die behaupten, es handle sich um ein Grundbedürfnis, wenn man die Sucht als Entschuldigung für den Konsum ansieht.

- Theaterbesuch

Der Theaterbesuch ist als ein Grundbedürfnis anzusehen.

- d) Welche Instrumente setzt die Wirtschaft ein, um Bedürfnisse in Bedarf zu verwandeln?

Werbung wird als ein Instrument genutzt, um dem potentiellen Kunden ein Produkt vorzustellen oder in Erinnerung zu rufen, damit es sich für den Kunden in Bedarf wandelt

e) Erläutern Sie die Bedürfnispyramide nach Maslow.

Die Theorie der Bedürfnispyramide nach Maslow besagt, dass Bedürfnisse verschiedenen Prioritätsklassen zugeordnet werden können. Erst nach der Befriedigung der Bedürfnisse in der untersten Rubrik „Physiologische Bedürfnisse“, kümmert sich der Mensch demnach, um die Bedürfnisse in der nächst höheren Prioritätsklasse.

Aufgabe 2:

a) Nennen Sie die drei Ausprägungen des ökonomischen Prinzips, beschreiben Sie diese kurz und geben Sie für jede Ausprägung ein Beispiel an.

- Maximumprinzip – Mit gegebenem Input soll der größtmögliche Output erzielt werden. Beispiel: 30.000 € sollen mit einem möglichst guten Zinssatz auf einem Tagesgeldkonto angelegt werden.
- Minimumprinzip – Ein festgesetzter Output soll mit möglichst wenig Input erreicht werden. Beispiel: Ein Schneider will 300 Paar Schuhe produzieren. Es gilt nun für Ihn die einzelnen Lederteile so aus einem großen Lederteil auszuschneiden, dass möglichst wenig Verschnitt entsteht und somit möglichst wenig Leder benötigt wird.
- Optimumprinzip – Mit möglichst wenig Einsatz, möglichst viel erreichen. In der Praxis meistens schwierig. Beispiel: Lernen für eine BWL-Klausur um möglichst ausgeglichen zu üben.

b) Ordnen Sie die Begriffe Maximum- bzw. Minimumprinzip den folgenden Beispielen zu:

Der Taxiunternehmer Müller möchte mit 50 l Benzin möglichst weit kommen.	Maximumprinzip
Der Student Meier will für eine Ferienreise 1.000 € in möglichst kurzer Zeit verdienen.	Minimumprinzip
Der Student Schulze will mit möglichst wenig Geld eine möglichst lange Reise unternehmen.	Optimumprinzip
Der Hosenhersteller Primo will aus 1.000 qm Stoff möglichst viele Hosen produzieren.	Maximumprinzip

Aufgabe 3:

Welche Eigenschaften zeichnen den „Homo oeconomicus“ aus? Recherchieren Sie im Internet zu weiteren möglichen Modelltypen des Menschen.

Der „Homo oeconomicus“ zeichnet sich dadurch aus, dass er jederzeit rationale, wirtschaftliche Entscheidungen trifft und sich unter mehreren Alternativen für die „beste“ entscheidet. Dafür müssen aber die folgenden Bedingungen erfüllt sein:

- Unbegrenzte Bedürfnisse
- Absolute Marktkenntnis
- Absolute Kenntnis über eigene Prioritäten
- Ständige Beachtung des Minimal- / Maximalprinzips
- Orientierung am eigenen Nutzen

Weitere mögliche Modelltypen wären der „Homo Sociologicus“, der sich in seinen Handlungen an den Erwartungen der Gesellschaft orientiert und der „Homo SocioOeconomicus“, ein Mischmodell aus den Modelltypen „Homo Oeconomicus“ und „Homo Sociologicus“. Das Modell vom „Homo Oecologicus“ handelt nicht nach seinem eigenen Nutzen, sondern mit Rücksicht auf die Umwelt.

Aufgabe 4:

- a) In der betriebswirtschaftlichen Literatur werden drei Grundprinzipien angeführt, die als magisches Dreieck der Betriebswirtschaftslehre bezeichnet werden. Nennen und erläutern Sie die Grundprinzipien kurz.

Magisches Dreieck der BWL bedeutet, dass jeder Unternehmer ökonomische, humanitäre und ökologische Prinzipien beachten sollte.

Wirtschaftlichkeitsprinzip

Das ökonomische Prinzip ist die übergeordnete Norm unternehmerischen Handelns. Missachtet der Unternehmer diese wesentliche Grundregel, geht sein Betrieb in die Insolvenz. Auf Dauer müssen Aufwand und Ertrag in einem angemessenen Verhältnis stehen. Das wird entweder nach dem Maximalprinzip (mit vorhandenen Mitteln den höchsten Erlös erzielen) oder nach dem Minimalprinzip (mit geringstmöglichem Aufwand einen definierten Ertrag erreichen) verwirklicht. Über längere Zeit kann jedoch die ausschließliche Konzentration auf ökonomische Aspekte zur Schädigung der Umwelt und des Humankapitals führen.

Humanitätsprinzip

Das Humanitätsprinzip bezieht sich auf den menschlichen Faktor des Arbeitsprozesses. Die Arbeit muss menschengerecht organisiert sein und Mitarbeiter müssen menschlich geführt werden, um beispielsweise häufige Fehlzeiten (zusätzliche Kosten) zu vermeiden. Sind Beschäftigte motiviert und wird dadurch eine hohe Fluktuation verhindert, wirkt sich das erhöhend auf Umsatz und Gewinn des Unternehmens aus.

Umweltschonungsprinzip

Die Reduzierung der Umweltbelastung schont alle Ressourcen. Ökologische Maßnahmen erhöhen den Ruf des Unternehmens und die Mehrfachnutzung von Produktionsfaktoren. Eine saubere Umwelt kann Arbeitnehmer zu höherer Produktivität anregen.

- b) Diskutieren Sie mögliche Auswirkungen der Übergewichtung eines der Prinzipien des magischen Dreiecks der Betriebswirtschaftslehre.

Sobald eines der im „magischen Dreieck“ enthaltenen Attribute überbewertet wird, gehen die auf dem übergewichteten Attribut enthaltenen Punkte den restlichen Attributen verloren. Das kann in der Theorie soweit gehen, dass die komplette Gewichtung nahezu nur noch auf einem Attribut liegt und die übrigen nahezu nicht mehr beachtet werden.

Grundlagen der BWL: Übungsblatt zu Kapitel 2

Aufgabe 1:

Welche der folgenden Behauptungen ist richtig?

- a) Jede Unternehmung ist ein Betrieb.
- b) Alle Betriebe streben nach dem Gewinnmaximum.
Nein, denn öffentliche Betriebe zum Beispiel haben einen Versorgungsgedanken und keine unbedingte Gewinnerzielungsabsicht. Auch NGOs und streben nicht nach Gewinn
- c) Ein Betrieb ist eine planvoll organisierte Wirtschaftseinheit, in der Güter produziert und Dienstleistungen bereitgestellt werden.
- d) Sowohl in der zentralen Planwirtschaft als auch in der Marktwirtschaft arbeiten Betriebe nach dem Prinzip der Wirtschaftlichkeit.

Aufgabe 2:

Welche der folgenden Prinzipien hängen vom Wirtschaftssystem ab, welche sind unabhängig davon?

- a) Einsatz von Produktionsfaktoren -> unabhängig
- b) Prinzip der Planerfüllung -> Abhängig von der Planwirtschaft
- c) Prinzip des finanziellen Gleichgewichts -> Unabhängig
- d) Prinzip des Gemeineigentums an Produktionsmitteln -> Abhängig von der Planwirtschaft

Aufgabe 3:

Renate Reich verfügt über ein großes Vermögen und sieht sich nach verschiedenen Anlagemöglichkeiten um. Sie überlegt, ihr Kapital in ein Unternehmen zu investieren, zwei Unternehmen stehen zur Auswahl:

Unternehmen A: Gewinn 150.000 €, Eigenkapital 2.000.000 € in 2014,

Unternehmen B: Gewinn 280.000 €; Eigenkapital 5.000.000 € in 2014.

- a) In welches Unternehmen soll Renate Reich auf Grundlage dieser Informationen investieren? Begründen Sie Ihre Antwort unter Zuhilfenahme einer geeigneten Kennzahl. Definieren Sie die gewählte Kennzahl kurz.

Berechnung der Eigenkapitalrentabilität:

Unternehmen A $\text{Output/Input} \cdot 100 = 150.000 / 2.000.000 \cdot 100 = 7,5\%$

Unternehmen B $\text{Output/Input} \cdot 100 = 280.000 / 5.000.000 \cdot 100 = 5,6\%$

Frau Reich sollte in das Unternehmen A investieren.

Frau Reich sollte in das Unternehmen A investieren, weil Sie dort mehr Eigenkapitalrentabilität verspüren wird. Die Prozentzahl gibt die Verzinsung ihres Kapitals in Prozent an.

Auch die Banken schauen auf Unternehmen A und B, um zu entscheiden, ob in 2014 weitere Kredite gewährt werden können. Unternehmen A zahlte in 2014 Fremdkapitalzinsen über 250.000 € bei einem Fremdkapital von 4.000.000 €,

Unternehmen B zahlte Fremdkapitalzinsen in Höhe von 300.000 € bei einem Fremdkapital von 8.000.000 €.

- b) Welchem Unternehmen wird eher ein Kredit bewilligt? Nennen Sie eine geeignete Kennzahl, erläutern Sie diese allgemein und wenden Sie diese auf die Problemstellung an.

Die Berechnung der Gesamtkapitalrentabilität ermöglicht einen Überblick über das Verhältnis zwischen Eigen- und Fremdkapital und dessen Verzinsung im Vergleich zum Gewinn.

GK-Rentabilität = $(\text{Gewinn} + \text{FK-Zinsen}) / (\text{EK} + \text{FK})$ A: $(150.000 + 200.000) / 6.000.000 * 100 = 6,67\%$

Unternehmen B: $(280.000 + 300.000) / (13.000.000) * 100 = 4,46\%$

Aufgabe 4:

Die Firma Obernhuber GmbH weist folgende Bilanz in € auf:

Aktiva	Passiva
Grundstücke 600.000	Eigenkapital 700.000
Maschinen 200.000	Rückstellungen 250.000
Vorräte 400.000	Langfristige Verbindlichkeiten 600.000
Forderungen 500.000	Kurzfristige Verbindlichkeiten 250.000
Postbank 120.000	Gewinn 50.000
Kasse 30.000	
Gesamt 1.850.000	Gesamt 1.850.000

Berechnen Sie die Liquidität 1., 2. und 3. Grades und interpretieren Sie die Ergebnisse.

ZMB = Postbank + Kasse = 150.000€

Liquidität 1. Grades: $(150.000 \text{ €} / 250.000 \text{ €}) * 100 = 60$

Liquidität 2. Grades: $((150.000 \text{ €} + 500.000 \text{ €}) / 250.000 \text{ €}) * 100 = 260$

Liquidität 3. Grades: $((150.000 \text{ €} + 500.000 \text{ €} + 400.000 \text{ €}) / 250.000 \text{ €}) * 100 = 420$

Die Liquidität ersten Grades ist zu hoch, da man in der Praxis von einem Referenzwert von 10% bis 30% ausgeht. Die "überschüssigen" Mittel könnten stattdessen auf dem Kapitalmarkt angelegt werden. Im Einzelfall wäre der Betrieb und dessen Produkte zu prüfen um festzustellen, ob wirklich 400.000 € in Vorräten gebunden sein müssen, oder ob diese liquidiert werden sollten

Zusatz Aufgabe 4:

Wie hoch ist die Eigenkapitalrentabilität des Unternehmens und wie schätzen Sie diese ein?

Eigenkapitalrentabilität: $(\text{Output(Gewinn)} / \text{Input (Eigenkapital)}) * 100$ R(EK) =
 $(50.000 \text{ €} / 700.000 \text{ €}) * 100 = 7,14$

Verglichen mit den am Kapitalmarkt erhältlichen Verzinsungen für Geldanlagen, ist das Eigenkapital relativ zufriedenstellend in dem Unternehmen investiert.

Aufgabe 5

Ein Automobilbauer produziert mit 270.000 Mitarbeitern 3 Mio. PKW im Jahr. Das Konkurrenzunternehmen stellt mit 45.000 Mitarbeitern 890.000 PKW im Jahr her.

a) Vergleichen Sie die beiden Arbeitsproduktivitätskennzahlen.

Arbeitsproduktivität =

Output/Input Fall 1: $3.000.000 / 270.000 = 11,11$

Fall 2: $890.000 / 45.000 = 19,78$

Das zweite Unternehmen hat somit eine um 8,67 höhere Arbeitsproduktivität.

b) Was versteht man unter Teilproduktivitätskennzahlen und warum werden diese gebildet? Teilproduktivitätskennzahlen ermöglichen einen genaueren Einblick als die Gesamtproduktivität. So lassen sich Produktivitätskennzahlen für einzelne Abschnitte des Betriebes wie Arbeits-, Material- und Betriebsmittelproduktivität ermitteln und bewerten.

Aufgabe 6

Beschreiben Sie den güterwirtschaftlichen Prozess eines Unternehmens, das dekorative Filzelemente herstellt und verkauft.

Materialwirtschaft: Einkauf der Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe am Beschaffungsmarkt.

Fertigungswirtschaft: Bearbeitung der vorgenannten Stoffe mit Hilfe der Betriebsmittel (Maschinen, Häuser, etc.) und somit Herstellung eines fertigen Produkts.

Marketing: Absatz und Verkauf der Filzerzeugnisse am Absatzmarkt



Grundlagen der BWL: 1. Übungsblatt zu Kapitel 3

Aufgabe 1:

Welche Funktion nimmt das Lager bei den folgenden Beispielen jeweils ein?
Ordnen Sie diese zu.

Wegen eines drohenden Ölembargos deckt sich ein Mineralölkonzern bis an die Grenze seiner Lagerkapazität ein, da er mit Versorgungsschwierigkeiten rechnet.	Sicherungsfunktion oder Pufferfunktion
Eine Schokoladenfabrik beginnt im Januar mit der Produktion von Osterhasen. Bis Mitte März ist der Lagerbestand auf 300.000 Stück angewachsen.	Ausgleichsfunktion
Ein Schmuckwarenhersteller rechnet damit, dass der Goldpreis in den nächsten Wochen und Monaten ansteigen wird und ordert dementsprechend große Mengen des Materials.	Spekulationsfunktion
Eine Molkerei fertigt 1.000 Laib Käse und lagert diese mehrere Monate ein, um sie reifen zu lassen.	Veredelungsfunktion

Aufgabe 2:

Die Gärtnerei Blühfreude rechnet für das kommende Jahr mit einem Absatz von 36.000 Tannen. Diese werden bei einem Großhändler zu einem Einstandspreis von 20 € pro Stück gekauft. Jede Bestellung verursacht bestellfixe Kosten in Höhe von 4.000 €. Das durch die Lagerhaltung gebundene Kapital verursacht Zinskosten über 9 % pro Jahr zuzüglich 1 % sonstige Lagerkosten.

- a) Wie groß ist die optimale Bestellmenge? Wie hoch sind in diesem Fall die Gesamtkosten des Jahresbedarfs? Berechnen Sie.

Optimale Bestellmenge $m_{OPT.} = \sqrt{(2 \cdot 36.000 \cdot 4000) / (20 \cdot 0,1)} = 12.000$ Stück.

Gesamtkosten des Jahresbedarfs:

Einstandskosten Bestellung $12.000 \cdot 20\text{€} = 240.000 \text{ €}$

+ Lagerhaltungskosten $0,5 \cdot 240.000 \cdot 0,1 = 12.000 \text{ €} = 744.000 \text{ €}$

Exkurs: Formeln zum durchschnittlichen Lagerbestand

Sind die Zu- und Abgänge relativ gleichmäßig oder ist die Periode sehr kurz, kann man folgende Formel anwenden:

$$\bar{\text{Ø Lagerbestand}} = \frac{\text{Anfangsbestand} + \text{Endbestand}}{2}$$

Sind die Zu- und Abgänge nicht gleichmäßig oder ist die Periode lang, sollte man folgende Formel anwenden:

$$\bar{\text{Ø Lagerbestand}} = \frac{\text{Anfangsbestand} + 12 \text{ Monatsendbestände}}{13}$$

oder

$$\bar{\text{Ø Lagerbestand}} = \text{Sicherheitsbestand} + \frac{(\text{optimale}) \text{ Bestellmenge}}{2}$$

- b) Die Gärtnerei Blühfreude verkauft im Durchschnitt 150 Tannen am Tag. Es dauert drei Tage, bis eine Bestellung den Großhändler erreicht, zwei Tage dauert die Ausführung beim Großhändler und zwei weitere Tage sind die Tannen unterwegs zur Gärtnerei. Aus Vorsichtsgründen will die Gärtnerei immer einen Vorrat an Tannen haben, der drei Tage ausreicht. Handelt es sich bei der Menge von 1.500 Tannen dann um die optimale Bestellmenge, den Meldebestand oder den Mindestbestand? Kurze Begründung.

Mindestbestand: $150 \cdot 3 = 450$ $150 \cdot 7 \text{ Tage Lieferzeit} = 1050$ Verbrauch während der Lieferzeit Meldebestand = 1500

Es handelt sich um den Meldebestand.

Aufgabe 3:

Sie leiten eine Agentur mit zehn Vertriebsmitarbeitern. Sie bieten erklärungsbedürftige Finanzprodukte für Privatleute an. Schlagen Sie geeignete Instrumente vor, um die individuelle Leistungsbereitschaft Ihrer Mitarbeiter zu erhöhen.

- Prämienbeteiligung beim Erreichen hoher Kundenzufriedenheit
- Gutes Grundgehalt
- Angenehmes Betriebsklima und moderne Räumlichkeiten
- Die Bezahlung nach Zielvereinbarungen von Kunden und Umsatz ist auf diesem Gebiet schwierig, da möglicherweise die Qualität der Beratung zurückgehen kann.

Aufgabe 4:

Die Leistungsfähigkeit eines Mitarbeiters resultiert aus unterschiedlichen Kompetenzen.

- a) Nennen Sie Kategorien, über die sich verschiedene Kompetenzen systematisieren lassen.

Personale Kompetenz

Aktivitäts- und Handlungskompetenz

Sozial-kommunikative Kompetenz

Fach- und Methodenkompetenz

- b) Füllen Sie die von Ihnen genannten Kompetenzkategorien mit Beispielen.

Personale Kompetenz

- Loyalität
- Normativ-ethische Einstellung
- Glaubwürdigkeit
- Eigenverantwortung

Aktivitäts- und Handlungskompetenz

- Tatkraft
- Mobilität
- Ausführungsbereitschaft

(Ausführungsbereitschaft beinhaltet die Bereitschaft und Fähigkeit die als notwendig erkannten Arbeitsaufgaben zügig, angemessen und konsequent zu erledigen)

- Leistungsbereitschaft

(Leistungsbereitschaft beschreibt den Willen, Arbeitsaufgaben zu übernehmen, und sich für den Erfolg der Aufgabe mit hohem Engagement einzusetzen. Dies schließt auch eine hohe Tatkraft mit ein)

- Initiative

Sozial-kommunikative Kompetenz

- Kommunikationsfähigkeit
- Kooperationsfähigkeit
- Beziehungsmanagement
- Anpassungsfähigkeit

Fach- und Methodenkompetenz

- Fachwissen
- Marktkenntnisse
- Planungsverhalten
- Fachübergreifende Kenntnisse

Grundlagen der BWL: 2. Übungsblatt zu Kapitel 3

Aufgabe 1:

Definieren Sie den Begriff „Kosten“.

Eine betriebswirtschaftliche Definition könnte so aussehen, dass Kosten den betrieblich bedingten, ordentlichen und bewerteten Werteinsatz von Dienstleistungen und Gütern zum Zwecke der Erstellung einer Leistung, will heißen der Verzehr von Dienstleistungen und Gütern in einer Periode, entsprechen. Kosten sind in der Betriebswirtschaft der bewertete Verbrauch an Produktionsfaktoren in den Geldeinheiten, die für die betriebliche Leistung innerhalb des gegebenen Zeitraumes notwendig sind. Der Wertmaßstab sind die Preise, beispielsweise die Anschaffungspreise. Der sogenannte 'Verzehr' der Produktionsfaktoren wird in Form von Arbeitskraft, Rechten, Gütern, Dienstleistungen passieren. Auch Kostensteuern gehören zu den betrieblichen Kosten.

Aufgabe 2:

Gehen Sie von folgender Kostenfunktion aus:

$$K = 100.000 + 10 \cdot m$$

Ermitteln Sie unter der Annahme, dass $m = 2.000$ gilt, folgende Größen:

- Gesamtkosten
 $K = 100.000 + 10 \cdot 2000$
 $K = 120.000$
- Grenzkosten
 $K(x) = 10 \cdot x + 100.000$
 $K'(x) = 10$
- Fixe Stückkosten
 $100.000 / 2000 = 50 \text{ €}$
- Variable Stückkosten
 10 €
 - Gesamtstückkosten = Fixe Stückkosten + variable Kosten = 60 €

Kostenfunktion 1. Grades sind Grenzkosten bei linearem Verlauf = variable Kosten

Aufgabe 3:

Beim Verlauf variabler Kosten kann zwischen proportionalen, degressiven, regressiven und progressiven Verläufen unterschieden werden. Skizzieren Sie die einzelnen Kostenverläufe und nennen Sie jeweils ein geeignetes Beispiel.

Proportionale Kosten

Lineare Kosten bezeichnen einen Kostenverlauf, bei dem die Kosten sich im entsprechenden Verhältnis (d.h. proportional) zur Änderung der produzierten Stückzahl erhöhen.



Heißt somit: Steigt die Stückzahl um 10 %, steigen auch die Kosten um 10 %;
steigen die Kosten um 20 %, erhöhen sich die Kosten um 20 %;

Die Durchschnittskosten je Stück bleiben konstant.

Betragen die Kosten bei 1.000 produzierten Autos 10 Mio. Euro und erhöhen sich die Kosten bei 1.100 produzierten Autos proportional auf 11,0 Mio. Euro, handelt es sich um einen proportionalen Kostenverlauf: Die Menge steigt um 10 %, die Kosten steigen um 10 %; die Durchschnittskosten je Auto bleiben mit 10.000 € konstant.

Für variable Kosten ist ein derartiger Kostenverlauf der Normalfall: wenn das Unternehmen 1 Auto mehr produziert, benötigt es 4 Reifen zu z.B. 100 Euro/Stück mehr, bei 2 Autos entsprechend 8 Reifen zu 100 Euro/Reifen etc.

Für die vollen Kosten eines Produkts ergibt sich allerdings mit steigender Stückzahl i.d.R. ein degressiver Kostenverlauf, da die Fixkosten sich auf höhere Stückzahlen verteilen (Fixkostendegression).

Degressive Kosten

bezeichnen einen Kostenverlauf, bei dem die Kosten (Gesamtkosten) sich im Verhältnis zur Änderung der produzierten Stückzahl in einem geringeren Maße erhöhen.

D.h.: erhöht sich die Stückzahl um 10 %, steigen die Kosten um weniger als 10 %.

Betragen die Kosten bei 1.000 produzierten Autos 10 Mio. Euro und erhöhen sich die Kosten bei 1.100 produzierten Autos (d.h. bei einer Erhöhung der Produktionsmenge um 10 %) lediglich **unterproportional** auf 10,5 Mio. Euro (d.h., die Kosten erhöhen sich nur um 5 %), handelt es sich um einen degressiven Kostenverlauf.

Ursache für einen degressiven Kostenverlauf ist insbesondere die Fixkostendegression.

Regressive Kosten

sind Kosten, die mit zunehmender Beschäftigung sinken und mit abnehmender Beschäftigung steigen.

Beispiel:

In Diskotheken kann man bei zunehmender Besucherzahl die Heizung abstellen.

Bei Neueinführung der Nachtschicht entfallen Bewachungskosten.

In der Praxis findet man nur selten regressive Kosten.

Progressive Kosten

Progressive Kosten bezeichnen einen Kostenverlauf, bei dem die Kosten (Gesamtkosten) sich im Verhältnis zur Änderung der produzierten Stückzahl stärker erhöhen.

D.h.: erhöht sich die Stückzahl um 10 %, steigen die Kosten um mehr als 10 %.

Betragen die Kosten bei 1.000 produzierten Autos 10 Mio. Euro und erhöhen sich die Kosten bei 1.100 produzierten Autos überproportional auf 11,5 Mio. Euro, handelt es sich um einen progressiven Kostenverlauf.

Ursache für einen progressiven Kostenverlauf könnten z.B. zu leistende Überstundenzuschläge sein, da nunmehr zusätzlich in Nachtschichten oder am Wochenende produziert werden muss. Durch die Überstundenzuschläge erhöhen sich die Arbeitskosten.



Aufgabe 4:

Die Sirius KG arbeitet mit 120.000 € fixen Kosten und 150.000 € variablen Kosten, die sich proportional zur Ausbringungsmenge (Beschäftigung) von 10.000 Stück im Jahr verhalten. Wie hoch sind die Gesamtkosten pro Stück, wenn das Unternehmen

Variable Kosten pro Stück: $150.000 \text{ €} / 10.000 \text{ Stück} = 15 \text{ € / Stck.}$

- a) die Produktion auf 12.000 Stück erhöht,

$$KG = K_f + K_v \cdot x$$

$$KG = 120.000 \text{ €} + (15 \cdot 12000)$$

$$KG = 300.000 \text{ €}$$

$$300.000 / 12000 = 25 \text{ € davon } 15 \text{ € variable Kosten und } 10 \text{ € fixe Kosten}$$

- b) die Produktion auf 6.000 Stück herunter fährt?

$$KG = K_f + K_v \cdot x$$

$$KG = 120.000 \text{ €} + (15 \cdot 6000)$$

$$KG = 210.000 \text{ €}$$

$$210.000 / 6000 = 35 \text{ € davon } 15 \text{ € variable Kosten und } 20 \text{ € fixe Kosten}$$



Grundlagen der BWL: 3. Übungsblatt zu Kapitel 3

Aufgabe 1:

Die Statistik der Fröhlich AG liefert folgende Daten: Gesamte Ausbringungsmenge (Beschäftigung) im Jahr 2008 3.000 Stück, fixe Kosten 180.000 €, variable Kosten je Stück 320 €.

- a) Welchen Preis muss das Unternehmen für ein Stück seines Produkts am Absatzmarkt mindestens erzielen, um keinen Verlust zu erleiden?
- b) Wie viel Gewinn je Stück und insgesamt könnte das Unternehmen bei unveränderter Kostensituation erwirtschaften, wenn der Preis 390 € betrüge und dabei 4.000 Stück produziert würden?

Lösung

a) $(180.000 \text{ €} / 3.000 \text{ Stck.}) + 320 \text{ €} = 380 \text{ €}$ Kosten pro Stück.

Um keinen Verlust zu machen, muss das fertige Produkt für mindestens 380 € pro Stück verkauft werden.

b) $(180.000 \text{ €} / 4.000 \text{ Stck.}) + 320 \text{ €} = 45 \text{ €} + 320 \text{ €} = 365 \text{ €}$
 $390 \text{ €} - 365 \text{ €} = 25 \text{ €}$ Bei einem Verkaufspreis von 390 € liegt der Gewinn pro Stück unter den o.g. Voraussetzungen bei 25 €.

Aufgabe 2:

Um welchen Typen von Kaufentscheidungen handelt es sich:

- a) Überwältigt vom tollen Fußballspiel kauft Herr Frühling am Stadionaussgang einen Vereinsschal der Siegermannschaft.

Impulsive Kaufentscheidung

- b) Immer wenn Frau Sommer in ihrem Urlaubsort in Dänemark angekommen ist, kauft sie sich als erstes ein Softeis.

Habitualisierte Kaufentscheidung (Gewohnheitskauf)

- c) Nach langer Recherche im Internet und ausführlicher Beratung im Fachgeschäft kauft Herr Winter sich einen neuen Flachbildschirm.

Extensive Kaufentscheidung (nach sorgfältiger Überlegung)

- d) Herr Herbst nimmt drei Jeanshosen mit in die Ankleide. Die Preise und Qualitäten sind ähnlich, also nimmt er die Hose, die am besten passt.

Limitierte Kaufentscheidung



Aufgabe 3:

Welche Instrumente des Marketing-Mix würden Sie in den Phasen Einführung, Wachstum, Reife, Sättigung und Degeneration des Produktlebenszyklus wie einsetzen?

Einführung

Ansatz: Kommunikations- und Preispolitik

Ziel: Das Produkt muss bekannter werden

Wachstum:

Je nach Produkt und Konkurrenz am Markt könnte man zum Penetrations-, Kostendeckungs- oder Abschöpfungspreis tendieren. Die ersten beiden ermöglichen einen guten Start des Produktes gegen ggf. ähnliche Produkte der Marktbegleiter, bringen allerdings zunächst keine Gewinne, bzw. eventuell neue Schulden. Diese Entscheidung bestimmt die spätere Bepreisung des Produkts auch in allen anderen Bereichen. Sollte es sich um eine Neuheit auf dem Markt handeln, könnte man versuchen mit informierender Werbung die Verbraucher auf das Produkt hinzuweisen.

Reife:

In diesem Fall: Entscheidung vom Produkt abhängig machen. Die Distributionspolitik kann genutzt werden um dem kaufwilligen Kunden einen leichten Zugang zum Produkt zu ermöglichen, oder aber um das Produkt und/oder die Marke mit einem Exklusivvertrieb vom Wettbewerb abzuheben. Im B2B Bereich kann man diese Idee vernachlässigen. Gegen Ende der Reifephase wäre es eventuell sinnvoll, die bisherigen Kunden bereits in ihrer getätigten Kaufentscheidung zu bestätigen, so dass diese nicht an die Konkurrenz abrutschen. Dabei unterstützen kann auch die überzeugende Werbung.

Sättigung:

Produktvariationen oder Erweiterungen schaffen möglicherweise neue Nachfrage. Sicherlich auch abhängig vom Produkt – bei Waschmittel schwierig, bei Technik hingegen möglich.

Degeneration:

Bevor Verluste gemacht werden sollte das Produkt eliminiert werden. Preis senken und dann raus aus dem Lager. Je nach Produkt möglicherweise auch in dieser Phase mit Produktvariation, besser noch mit Innovation das Blatt wenden.

Aufgabe 4:

Die Sonos GmbH verkauft im Jahr bei Stückkosten von 1,60 € 100.000 Stück ihres Produkts zum Preis von 2 €. Ein Werbefeldzug, der bei gleichem Absatzpreis eine Absatzerhöhung um 30 % in diesem Jahr, im nächsten Jahr um 20.000 Stück (von 100.000 Stück an gerechnet) erwarten ließe, kostet 19.000 €. Eine Erhöhung der Absatzmenge um 20 % pro Jahr ließe sich durch eine neue Verpackung und eine Verbesserung der Produktqualität erreichen. Dann würden aber bei unverändertem Absatzpreis die Stückkosten auf 1,80 € ansteigen.



Was soll die Sonos GmbH tun? Werbung intensivieren, Produktgestaltung vornehmen oder gar nichts?

a) Strategie beibehalten

	Verkaufte Einheiten	Stückkosten	Umsatz	Gewinn pro Stück	Gewinn insg.
Aktuelles Jahr	100000 St.	1,6 Euro	2 Euro	0,4 Euro	40.000 Euro
Kommendes Jahr	100000 St.	1,6 Euro	2 Euro	0,4 Euro	40.000 Euro
Ausgaben	0				
Nach zwei Jahren					80000

b) In Werbung investieren

	Verkaufte Einheiten	Stückkosten	Umsatz	Gewinn pro Stück	Gewinn insg.
Aktuelles Jahr	130000 St.	1,6 Euro	2 Euro	0,4 Euro	52.000 Euro
Kommendes Jahr	120000 St.	1,6 Euro	2 Euro	0,4 Euro	48.000 Euro
Ausgaben					19.000 Euro
Nach zwei Jahren					81.000

c) Änderung der Verpackung

	Verkaufte Einheiten	Stückkosten	Umsatz	Gewinn pro Stück	Gewinn insg.
Aktuelles Jahr	120000 St.	1,8 Euro	2 Euro	0,2 Euro	24.000 Euro
Kommendes Jahr	120000 St.	1,8 Euro	2 Euro	0,2 Euro	24.000 Euro
Ausgaben					
Nach zwei Jahren					48.000

Rechnerisch betrachtet sollte die Sonos GmbH nicht die Verpackungs- und Qualitäts-Änderungs-Variante wählen. Stattdessen sollte Sie die Werbevariante wählen, wobei diese nur minimale Verbesserung mit Sicht auf zwei Jahre verspricht. Die Frage ist, ob der verwaltungstechnische Aufwand für die Werbekampagne nicht höher ist als



der eigentliche Nutzen. Wenn man die Werbekampagne aber zeitgleich auch dazu nutzt die Marke als solche bekannter zu machen, dann ist es möglich, dass sich die Werbekampagne auch auf andere Produkte positiv auswirkt und der Mehrwert der Werbevariante steigt.

Grundlagen der BWL – Johannes Wegner, Kapitel 3

Materialklassifizierung: ABC-Analyse

Verbrauchswerte pro Jahr

Übungsteil 1

Material Nr.	Verbrauch in Stck.	in % am Gesamtverbrauch	Preis pro Stck.	Wert in EUR	in % am Gesamtwert	Rang
1	156		96			
2	728		5			
3	104		375			
4	208		21,75			
5	156		62,5			
6	312		3,75			
7	130		200			
8	520		2			
9	260		15			
10	26		3500			
Summe	2600					

Lösung Übungsteil 1

Material Nr.	Verbrauch in Stck.	in % am Gesamtverbrauch	Preis pro Stck.	Wert in EUR	in % am Gesamtwert	Rang
1	156	6%	96	14.976	7,7%	4
2	728	28%	5	3640	1,9%	8
3	104	4%	375	39000	20,0%	2
4	208	8%	21,75	4524	2,3%	6
5	156	6%	62,5	9750	5,0%	5
6	312	12%	3,75	1170	0,6%	9
7	130	5%	200	26000	13,3%	3
8	520	20%	2	1040	0,5%	10
9	260	10%	15	3900	2,0%	7
10	26	1%	3500	91000	46,7%	1
Summe	2600	100%		195.000	100%	

Übungsteil 2

Material Nr.	Rang	in % am Gesamtverbrauch	in % am Gesamtwert	kumuliert in % Menge	kumuliert in % Wert	Material-klassifizierung
10	1	1%	46,7%			
3	2	4%	20,0%			
7	3	5%	13,3%			
1	4	6%	7,7%			
5	5	6%	5%			
4	6	8%	2,3%			
9	7	10%	2,0%			
2	8	28%	1,9%			
6	9	12%	0,6%			
8	10	20%	0,5%			
Summe		100%	100			

Lösung Übungsteil 2

Material Nr.	Rang	in % am Gesamtverbrauch	in % am Gesamtwert	kumuliert in % Menge	kumuliert in % Wert	Material-klassifizierung
10	1	1%	46,7%	1%	46,7%	A
3	2	4%	20,0%	5%	66,7%	A
7	3	5%	13,3%	10%	80%	A
1	4	6%	7,7%	16%	87,7%	B
5	5	6%	5%	22%	92,7%	B
4	6	8%	2,3%	30%	95%	B
				20%	15%	
9	7	10%	2,0%	40%	97%	C
2	8	28%	1,9%	68%	98,9%	C
6	9	12%	0,6%	80%	99,5%	C
8	10	20%	0,5%	100%	100%	C
				70%	5%	