

Name/Vorname: <i>Berger Nicolas</i>	Erreichte Punkte von Total 61P	Note <i>5.4</i>
--	-----------------------------------	--------------------

Prüfung Betriebswirtschaft: Grundlagen der BWL, Unternehmensmodell, strategische Unternehmensführung, Marketing, Finanzen

- > Unleserliche und/oder mit Bleistift geschriebene Antworten sind ungültig.“
- > Hilfsmittel: Taschenrechner

Viel Erfolg!

1. Wirtschaftssektoren	(5P)	<i>5</i>
------------------------	------	----------

a. Welchem Wirtschaftssektor sind die Unternehmen zuzuordnen? Kreuze an! (2P)

Betrieb	Sektor			Betrieb	Sektor		
	1.	2.	3.		1.	2.	3.
IDM Thun			X	Kohlemine	X		
Berufsfischer	X			Frauenarzt			X

b. Erkläre einem Freund, dass ein Restaurant in allen drei Wirtschaftssektoren tätig sein kann! (2P)

1. Sektor: Es kann z.B. Kräuter selber Anbauen. (Rohstoffgewinnung)
2. Sektor: Es verarbeitet Rohe Lebensmittel zu Speisen und Gerichten. (Verarbeitung)
3. Sektor: Es verkauft ~~und herstellt~~ die Speisen und bedient die Gäste. (Dienstleistung)

c. Die Welt verändert sich. Vor 200 Jahren waren über 90% der Schweizerinnen und Schweizer in der Landwirtschaft tätig. Im Jahr 2023 sind dies noch circa 3%. Umgekehrt arbeiten heute über 2/3 der Erwerbstätigen im 3. Sektor. Nenne den Fachbegriff für diese Veränderung. (1P)

Rohstoffsektor Strukturwandel

2. Unternehmensmodell: Mix

(7P)

SS

- a. Wozu dienen Modelle, und weshalb werden sie erstellt? Antwort bitte kurz und knackig (1P)

Modelle werden erstellt um komplexe Prozesse/Geschehnisse einfach und verständlich darzustellen.

- b. Umweltsphären: Nenne die passende Umweltsphäre. (2P)

- d) Äussere Entwicklungen beeinflussen die Entscheidungen der Egger Gemüsebau AG beim Bau der neuen Kühl- und Lagerhalle. Ordnen Sie die folgenden Einflüsse den Umweltsphären zu.

Einflüsse	Umweltsphäre
Die momentane Zinsentwicklung bewegt sich auf tiefem Niveau. Die weitere Entwicklung ist für die Wahl der Baufinanzierung zu berücksichtigen.	Ökonomische Sphäre
Der vorgeschriebene Abstand zum Nachbargrundstück ist beim Bau der Halle einzuhalten.	Sozialökologische Sphäre

- c. Leitbild/Strategie: Eine Fluggesellschaft hat eine Grundstrategie und ein Leitbild erarbeitet. Kreuze an, ob die folgenden Aussagen zur Strategie oder zum Leitbild gehören. (2P)

Aussage	Unternehmungsstrategie	Leibild
„Unsere Stellung als Nr. 1 im Markt soll in den nächsten drei Jahren von 40% auf 50% Marktanteil erhöht werden.“	X	
„Unser Preis-Leistungsverhältnis ist aussergewöhnlich hoch. Mit uns fliegen Sie in jeder Klasse auf höchstem Niveau.“		X

- d. Ordne die folgenden Beispiele im Unternehmungskonzept einer Kioskkette den Bereichen Leistung, Finanzen oder Soziales zu. (2P)

Beispiele:

- A Wir wollen den Angestellten Löhne bezahlen, welche über dem Branchendurchschnitt liegen.
- B Wir mieten zehn zusätzliche Geschäftslokale im Raum Bern.
- C In den nächsten fünf Jahren streben wir eine Umsatzsteigerung von 10 % an.
- D Unsere Angestellten sollen alle so weitergebildet werden, dass sie an mindestens drei verschiedenen Verkaufsstellen eingesetzt werden können.
- E An jedem unserer Kioskstandorte stehen den Kunden getrennte Entsorgungsbehälter für Alu, PET, Papier, Glas und Kehricht zur Verfügung.

	Leistungen	Finanzen	Soziales
Konzept (Ziele, Mittel, Verfahren)	S,D	A,B	A,Z

3. Unternehmensmodell / Fallbeispiel

(9P)

3

TRANSA

Im Februar 2019 schloss der Media Markt im Stadtzentrum von Bern. Nachfolger wurde das Sport- und Outdoorgeschäft Transa. Der Bund titelte „Eispickel anstatt USB-Sticks“.

- a. Gebe an, welche zwei Anspruchsgruppen am stärksten von der Schliessung des Media Markts betroffen sind. Begründe deine Antwort. (2P)

<u>Mitarbeitende</u> verloren ihren Arbeitsplatz ✓	<u>(Ältere) Kunden</u> - Verlieren gewohnte Anlaufstelle für Elektroartikel
---	---

2

- b. Zwei wichtige Anspruchsgruppen beim Media Markt sind die Kapitalgeber und der Staat. Aus welchen Umweltsphären kommen diese Anspruchsgruppen? (2P)

Kapitalgeber: Ökonomische Sphäre

2

Staat: Soziale Sphäre

- c. Nenne zwei konkrete Ansprüche vom «Staat» an das Elektronikfachgeschäft Media Markt. (2P)

Bezahlung von Steuern und Abgaben	Einhaltung von Konsumentenschutz Konsumentenschutz ↳ Vorschriften für Geräte etc.
-----------------------------------	--

2

- d. Formuliere einen Zielkonflikt zwischen zwei Anspruchsgruppen des Sport- und Outdoorgeschäfts Transa. (2P)

Anspruchsgruppen	Zielkonflikt
Mitarbeitende	Die Mitarbeiter möchten reguläre Arbeitszeiten und gute Löhne.
Kunden	Die Kunden möchten lange Öffnungszeiten und tiefe Preise.

2

- d. Weitere Frage zu den Zielbeziehungen:

- c) Welche Zielbeziehung besteht zwischen den beiden folgenden Aussagen des Leitbilds:
- «Wir treten als zuverlässiger und dynamischer Partner auf.»
 - «Ein nachhaltiger Umgang mit den natürlichen Ressourcen bestimmt unser Handeln.»

1

Antworten:

7

<input type="checkbox"/> Zielkonflikt	
<input checked="" type="checkbox"/> Zielneutralität	
<input type="checkbox"/> Zielharmonie	

4. Marketing: Aufgabenmix

(6P)

3,8

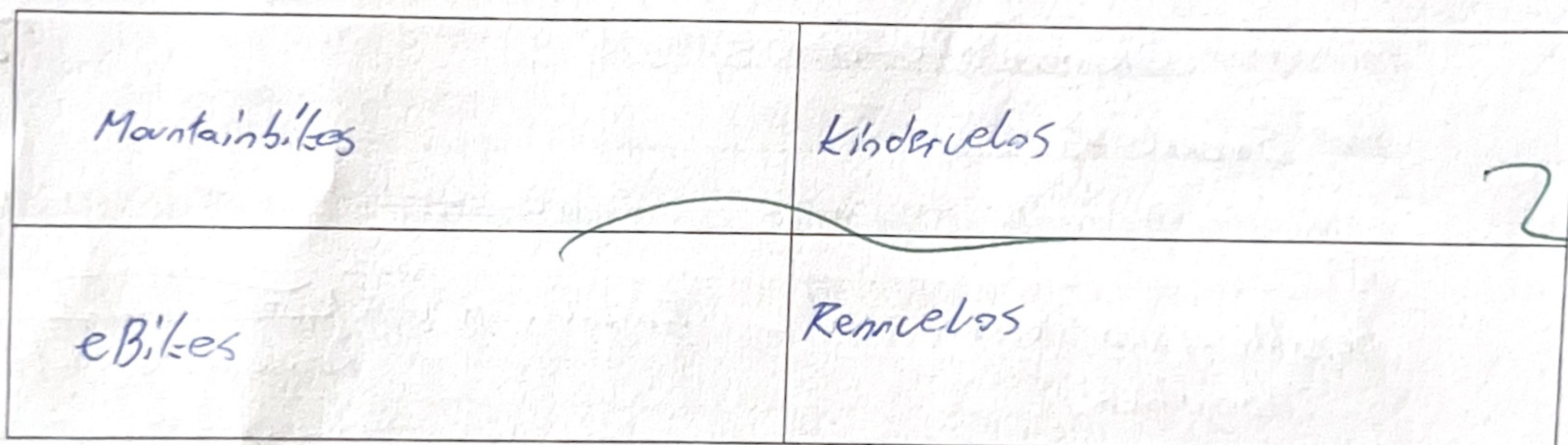
- a. Angelina will ab Januar 2024 im Wallis eine neue Zweigstelle ihrer Bierbrauerei inklusive Verkaufsladen eröffnen. Damit dies erfolgreich wird, braucht Angelina viele Informationen, u.a. über biertrinkende Walliser. Dabei spielt Marktforschung eine wichtige Rolle. Erkläre, was du unter „Primärer Marktforschung“ verstehst, und gib zwei Beispiele von möglichen Datenquellen. (2P)

- Eigene Erhebung von Daten für Marketingzwecke

- Umfrage um Präferenzen von biertrinkenden Walliser herauszufinden
- Bierdegustation um herauszufinden welche Biere gut ankommen.

- b. Entscheide dich für ein Unternehmen und nenne mindestens vier mögliche Marktsegmente. (2P)

Name Unternehmen: Velolack GmbH



- c. Erkläre einem Schnupperlehrling anhand eines Beispiels was der Begriff «Preisdifferenzierung» bedeutet. (2P)

Man legt fest wie man sich durch den Preis von der Konkurrenz unterscheidet.

Sprich: wir sprechen Kunden mit viel Geld an, luxus hohe Preis.
wir sprechen Kunden mit wenig Geld an, günstig tiefen Preise.

5. Marketing: Aufgabenmix

(9P)

9

- a. Wie ist das Sortiment in den folgenden Unternehmungen beschaffen. Vergleiche und kreuze an (pro Zeile je 2 Kreuze). (4P)

	Breit	Schmal	Tief	Flach
Kinderschuhfachgeschäft		X	X	
Migrolino Tankstellenshop	X			X
Kiosk Bahnhof Steinhof	X			X
Tabakfachgeschäft		X	X	

4

- b. Erkläre die drei Fachbegriffe Marktvolumen, Marktanteil, Marktpotential mit einem Beispiel deiner Wahl. Hier nicht als Beispiel akzeptiert: Smartphone, Sprachassistenten ☺ (2P)

Marktvolumen: Gesamtumsatz von Möbelbranche 2022

Marktpotential: So viel Umsatz ^{insgesamt} könnte gemacht werden

Marktanteil: So viele Prozent vom Marktvolumen ~~wurde~~ IKEA ^{hat} verkaufen z.B. 60% vom gesamten MV.

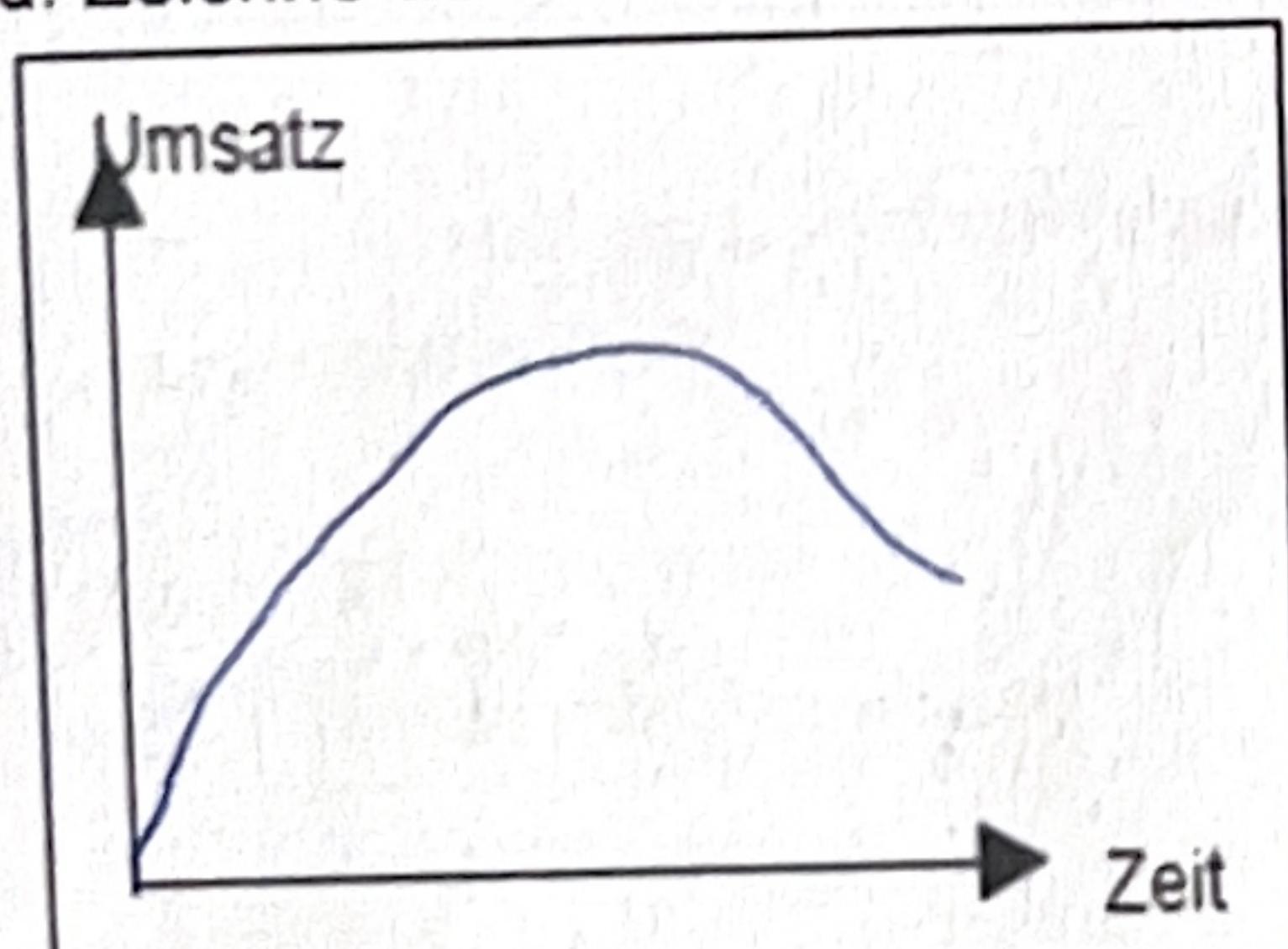
2

- c. Nenne zwei Märkte in der Schweiz, die als gesättigt gelten. (1P)

Öffice Sachanlagen	Bankwesen
Großhandel Lebensmittelhandel	Bankwesen

7

- d. Zeichne den Umsatzverlauf eines typischen Markenproduktes. (1P)



7

- e. Was für Produkte, die du kennst, befinden sich zurzeit in der letzten Phase des Lebenszyklus? Nenne zwei Beispiele (freie Wahl), wenn notwendig mit Begründung. (1P)

Physische Zeitschriften
Jüngere Leute kaufen keine mehr

CD, ~~Blu~~ Ray
Heute wird alles gestreamt oder digital gekauft und heruntergeladen

7

6. Marketing-Mix: Spielzeug für Kinder

(8P)

7.5

Bald ist Weihnachten. ☺

Dein Auftrag lautet wie folgt:

Schreib ein ausführliches Marketing-Mix (4 P's) für ein Spielzeug für Kinder. Es muss auch nicht unbedingt LEGO sein, sondern alles ist möglich.

Wichtig dabei ist, dass pro Teilaufgabe die theoretischen Grundlagen des Marketing-Mix berücksichtigt werden (mindestens 3 Argumente pro «P»). Argumentation: nachvollziehbar, ausführlich (stichwortartig okay), kreativ.

Spielzeug: Bayblade	
product	<ul style="list-style-type: none"> - Qualität: Solid aber nicht zu hochwertig damit Preis für Kinder erschwinglich bleibt. - Sortiment: Beschränken auf 70 Modelle, alle unterschiedliche Farben und Formen, damit man auch mehrere gekauft werden. → ?
price	<p>Auswahl</p> <ul style="list-style-type: none"> - Günstig: Kinder sollten es sich von ihrem Taschengeld leisten können. - Bessere hochwertigere Bayblades welche teurer sind. - Künstliche Sorten Seltenheit von bestimmten Modellen für höheren Preis. (für Kinder mit mehr Geld)
place	<ul style="list-style-type: none"> - In Bussen, Nähe von Schulen - Schwimmbäder - Digital Überall wo Kinder sind
promotion	<ul style="list-style-type: none"> - Partnership mit z.B. LEGO LEGOBlades - Viel Werbung auf Social Media insbesondere YouTube. - Werbung in Einkaufsstädten damit Kinder welche mit ihren Eltern einkaufen gehen und kaufen wollen

7. Finanzierung

(10P)

- a. Erkläre den Unterschied zwischen einer Bilanz und einer Erfolgsrechnung (1P)

~~Bilanz~~: Bilanz vergleicht eigene Mittel und Fremdkapital/Schulden,
Erfolgsrechnung vergleicht Aufwände und Ertrag.

- b. Charakterisiere die beiden Finanzierungsvarianten durch korrektes Ankreuzen, je drei Kreuze. (6P)

Aktienkapitalerhöhung

- Beteiligungsfinanzierung Innenfinanzierung Fremdfinanzierung
 Aussenfinanzierung Eigenfinanzierung Kreditfinanzierung

Bankdarlehen

- Fremdfinanzierung Innenfinanzierung Beteiligungsfinanzierung
 Aussenfinanzierung Kreditfinanzierung Eigenfinanzierung

- c. Finanzierungsarten: Kreuze an:

Die Geschäftsführer der Egger Gemüsebau AG diskutieren über mögliche Varianten zur Finanzierung der neuen Kühl- und Lagerhalle. Die Schätzungen der Baukosten belaufen sich auf CHF 800 000.-. Sepp Egger schlägt vor, die Halle zu 75% mit einer Hypothek und zu 25 % mit nicht ausgeschütteten Gewinnen zu finanzieren.

Welchen Finanzierungsarten kann die Finanzierung mit nicht ausgeschütteten Gewinnen zugeordnet werden?

2

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Eigenfinanzierung |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Verflüssigungsfinanzierung |
| <input type="checkbox"/> | Fremdfinanzierung |
| <input type="checkbox"/> | Aussenfinanzierung |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Selbstfinanzierung |

- d. Wozu wird eine Analyse der Bilanz und Erfolgsrechnung durchgeführt? (1P)

Um einen Überblick über die Rentabilität und Zustand einer Unternehmung zu bekommen

8. Nutzwertanalyse

(7P)

7



Wir haben besprochen, aus welchen Beweggründen Google Europa seinen Hauptsitz nach Zürich verlegt hat. Nun möchte ein italienisches Unternehmen in die Schweiz ziehen. Aber lesen Sie selbst.. (Hinweis: Lesen Sie genau!).

Eine Produktionsfirma für Porzellanwaren aus Rom will sich in der Schweiz niederlassen. Dort will sie für den arabischen Markt produzieren. Als Produktionsstätten kommen Interlaken, Zug oder Zürich in Frage. Ausschlaggebend für die Wahlentscheidung ist die jeweilige örtliche Steuerbelastung, gefolgt von den Bodenpreisen. Die Anzahl des zur Verfügung stehenden Fachpersonals und die Nähe zu einem Flughafen sind für die Entscheidung gleich wichtig, jedoch von untergeordneter Bedeutung. Beide Merkmale sind jedoch bedeutender als die jeweiligen örtlichen Strassenverkehrsbedingungen, welche auch eine gewisse Rolle spielen. Die folgende Tabelle zeigt, wie die fraglichen Standorte die erwähnten Kriterien erfüllen.

Kriterium	Interlaken	Zug	Zürich
Flughafen für Warentransport	Nein, kein Flughafen für nationalen und internationalen Frachtverkehr vorhanden	Ja, Flughafen für nationalen Frachtverkehr vorhanden	Ja, Flughafen für nationalen und internationalen Frachtverkehr vorhanden
Bodenpreise	CHF 300/m ²	CHF 600/m ²	CHF 750/m ²
Örtlich vorhandenes und ausgebildetes Personal	Ca. 100 Personen	Ca. 75 Personen	Ca. 400 Personen
Durchschnittlicher Steuersatz	20 %	15 %	22 %
Qualität des örtlichen Strassenverkehrs	Beschränktes Netz, regelmässig durch Tagestouristen überlastet	Dichtes Netz, gelegentlich überlastet	Dichtes Netz mit hoher Kapazität, jedoch häufig überlastet

1

3

2

- Gewichten Sie in der Nutzwertanalyse die Kriterien entsprechend der obigen Beschreibung.
Die folgenden Gewichte müssen vorkommen: 40, 20, 15 und 10. Ein Gewicht kommt zweimal vor.
Die Summe aller Gewichte muss 100 ergeben.
- Bewerten Sie jedes Kriterium pro Ort mit einer Zahl von 1 bis 3. Die Zahl 3 bedeutet «am besten erfüllt», die Zahl 1 bedeutet «am schlechtesten erfüllt». Jede Zahl muss pro Kriterium einmal vorkommen.
- Berechnen Sie für jeden Ort den Nutzwert und den Rang. 3 = Best 1 = Worst

Nutzwertanalyse		Interlaken	Zug	Zürich			
Kriterien	Gewicht	Note	Nutzen	Note	Nutzen	Note	Nutzen
Steuern	40	2	80	3	120	3	120
Bodenpreise	20	3	60	2	90	1	20
Ausbildetes Personal	15	2	30	1	15	3	95
Flughafen	15	1	15	2	30	3	45
Öffentlicher Strassenverkehr	10	1	10	3	30	2	20
Total	100	Nutzwert 195		Nutzwert 235		Nutzwert 170	
		Rang	2	Rang	1	Rang	3 ✓

- Welchen Ort wählen Sie aufgrund der Nutzwertanalyse?

~~Interlaken~~ Zug