

## Fragen zu Kapitel 14: Unternehmensführung

### 1. Nach dem Stakeholder-Ansatz

	richtig	falsch
(A) liegt die unternehmerische Entscheidungsgewalt allein bei den Eigenkapitalgebern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(B) sollen die divergierenden Ziele der Anspruchsgruppen konsensual zu einem einheitlichen Unternehmensziel zusammengefasst werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(C) sollen vorrangig die Ziele der Öffentlichkeit respektiert werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(D) soll der Interessenausgleich zwischen den Anspruchsgruppen durch vertragliche Vereinbarungen mit den Shareholdern erreicht werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 2. Sind folgende Ziele komplementär, konkurrierend oder indifferent?

	Komple- mentär	Konkur- rierend	Indiffe- rent
(A) Langfristige Gewinnmaximierung und Maximierung des Shareholder Value	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(B) ökonomische Ziele und soziale Ziele	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(C) ökologische Ziele und humanitäre Ziele	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(D) Steigern der Wettbewerbsfähigkeit und Erhöhen des Marktanteils	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 3. Welche der folgenden Ziele sind „SMART“?

(Evtl. sind mehrere Teilantworten erforderlich.)

- ☐ (A) Reduzieren der Lieferantenkosten um 15%  
☐ (B) Senken der Fluktuationsrate auf unter 10% innerhalb der nächsten zwei Jahre  
☐ (C) Verringern des Personalstands um die Hälfte bis Ende des Geschäftsjahres  
☐ (D) Verringern der Reklamationsquote um 5% im nächsten Quartal  
☐ (E) Erhöhen der Produktionsmenge im nächsten halben Jahr

### 4. Welche der folgenden Planungen sind strategische, taktische oder operative Planungen?

	Strate- gisch	Tak- tisch	Oper- ativ
(A) Der Versandleiter plant einen Teil des eigenen Fuhrparks durch externe Speditionsunternehmen zu ersetzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(B) Der Lagerleiter plant die Auslastung des Eingangslagers für das kommende Geschäftsjahr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(C) Der Marketingleiter plant die zeitliche Staffelung einer Werbekampagne in Radio, Fernsehen und Printmedien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(D) Die Unternehmensleitung eines Zulieferunternehmens für die Automobilindustrie überlegt, ob das Unternehmen mit einer eigenen Automarke auf dem Markt auftreten soll.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(E) Der Produktionsleiter plant den Ersatz eines metallischen Bauteils durch ein Spritzgussteil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(F) Das Unternehmen plant die Vertriebsstruktur in Südost-Europa neu zu organisieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**5.** Ordnen Sie die Beschreibungen in der SWOT-Analyse zu:

	S	W	O	T
(A) Ein Lebensmittelproduzent ist der Marktführer für Getreideflocken in den USA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(B) Die Schwierigkeit für ein Automobilunternehmen bei der Einführung von Elektroautos ist der unzureichende Ausbau des Netzes der Akkustationsstationen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(C) Ein Softwareunternehmen ist bei der Anzahl der installierten Betriebssysteme für Smartphones nur an vierter Stelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(D) Durch den zunehmenden Internethandel tun sich für kleine Unternehmen neue Absatzmöglichkeiten auf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(E) Bedingt durch die verlustreiche Expansion nach Südost-Europa hat eine Baumarktkette einen neuen Großkredit aufgenommen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(F) Durch die LED-Lichttechnologie sind für Leuchtenhersteller kleinere Bauformen möglich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**6.** Die S.P.A.R.K. GmbH erzeugt Glühkerzen für Dieselmotoren. Das Unternehmen hat mit der Glühkerzenproduktion vor 8 Jahren begonnen und produziert damals wie heute etwa 1 Million Glühkerzen pro Jahr. Die aktuellen Stückkosten liegen bei 9 €. Aus den vergangenen 8 Jahren konnte festgestellt werden, dass sich die Stückkosten auf einer 25%-igen Erfahrungskurve bewegen.

(A) Die Stückkosten im ersten Produktionsjahr betrugen demnach \_\_\_\_\_.

(B) Die Stückkosten in weiteren 8 Jahren werden voraussichtlich \_\_\_\_\_ betragen.

(C) Die Stückkosten in werden demnach in 4 Jahren etwa \_\_\_\_\_ betragen.

**7.** Portfolio-Analyse: Ordnen Sie die verschiedenen Güterarten richtig ein:

	Niedriger Marktanteil	Hoher Marktanteil
Hohes Marktwachstum	(A) <input type="radio"/> Dogs <input type="radio"/> Stars <input type="radio"/> Cash-Cows <input type="radio"/> Questionmarks	(B) <input type="radio"/> Dogs <input type="radio"/> Stars <input type="radio"/> Cash-Cows <input type="radio"/> Questionmarks
niedriges Marktwachstum	(C) <input type="radio"/> Dogs <input type="radio"/> Stars <input type="radio"/> Cash-Cows <input type="radio"/> Questionmarks	(D) <input type="radio"/> Dogs <input type="radio"/> Stars <input type="radio"/> Cash-Cows <input type="radio"/> Questionmarks

**8.** Technologieentwicklung gehört zu den  
☐ primären                      ☐ unterstützenden  
Aktivitäten eines Unternehmens und hat daher  
☐ direkten                      ☐ indirekten  
Einfluss auf die Wertschöpfung im Unternehmen

- 9.** Ein Unternehmen hat zwei Portfolios erstellt, in dem es die einzelnen Produkte eingeordnet hat. Das erste Portfolio soll die Marktattraktivität visualisieren und hat die Dimensionen „Marktwachstum“ und „Marktsicherheit“. Produkt A operiert in einem Markt mit hohem Marktwachstum aber geringer Marktsicherheit. Mit Produkt B ist das Unternehmen in einem Markt mit geringem Wachstum aber mittlerer Sicherheit tätig. Das Produkt C wird in einem Markt mit hoher Sicherheit aber nur mittlerem Marktwachstum vertrieben.
- Im zweiten Portfolio hat das Unternehmen die Wettbewerbsvorteile mit den beiden Dimensionen „relativer Kostenvorteil“ und „relativer Marktanteil“ visualisiert. Dort wurde Produkt A – mit dem das Unternehmen Marktführer ist – nur ein mittlerer relativer Kostenvorteil attestiert. Produkt B hat ebenfalls nur einen mittleren relativen Kostenvorteil, aber leider auch einen derzeit nur geringen Marktanteil. Produkt C hat einen mittleren relativen Marktanteil aber leider nur geringe relative Kostenvorteile gegenüber dem Wettbewerb.

Wenn Sie beide Portfolios kombinieren, welche Strategien würden Sie dem Unternehmen empfehlen?

	Offensive Strategie	Selektive Strategie	Defensive Strategie
(A) Produkt A	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(B) Produkt B	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(C) Produkt C	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- 10.** Ein Unternehmen hat im letzten Jahr einen Umsatz von 3 Mio. € erzielt und dabei einen operativen Aufwand von 2,2 Mio € gehabt. Das im Betrieb gebundene Vermögen betrug 6 Mio € bei einem Kapitalkostensatz von 6%.

- (A) Der NOPAT war demnach \_\_\_\_\_.
- (B) Die Kapitalkosten betrugen \_\_\_\_\_.
- (C) Der EVA lag bei \_\_\_\_\_.

- 11.** Ein Unternehmen hat im letzten Jahr bei einem Umsatz von 5 Mio. € einen Gewinn von 1 Mio € erzielt. Die Bilanz des Unternehmens sieht folgendermaßen aus:

Aktiva		Passiva	
Anlagevermögen:	8 Mio. €	Eigenkapital:	4 Mio. €
Umlaufvermögen:	2 Mio. €	Fremdkapital:	6 Mio. €

- (A) Die Umsatzrentabilität betrug \_\_\_\_\_.
- (B) Der Kapitalumschlag lag bei \_\_\_\_\_.
- (C) Der ROI ist \_\_\_\_\_.

- 12.** Ordnen Sie die folgenden Kennzahlen den vier Perspektiven der Balanced Scorecard zu:

	Finanzperspektive	Kundenperspektive	Prozessperspektive	Innovationsperspektive
(A) durchschnittliche Durchlaufzeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(B) ROI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(C) Reklamationsquote	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(D) Eigenkapitalquote	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(E) Fluktuationsrate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(F) Marktanteil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>