



Sonja Orth

# **Industriekaufmann Industriekauffrau**

Prüfungstrainer Zwischenprüfung  
Übungsaufgaben und erläuterte Lösungen

## **Aufgabenteil**

Bestell-Nr. 605

u-form Verlag · Hermann Ullrich GmbH & Co. KG

---

## Deine Meinung ist uns wichtig

Du hast Fragen, Anregungen oder Kritik zu diesem Produkt?

Das u-form Team steht dir gerne Rede und Antwort.

Einfach eine kurze E-Mail an

**feedback@u-form.de**

Änderungen, Korrekturen und Zusatzinfos findest du übrigens unter diesem Link:

[www.u-form.de/addons/605-2024.zip](http://www.u-form.de/addons/605-2024.zip)

Wenn der Link nicht funktioniert, haben wir noch keine Korrekturen oder Zusatzinfos hinterlegt.

### **BITTE BEACHTEN:**

Zu diesem Prüfungstrainer gehören auch noch ein **Lösungsteil** und ein heraustrennbarer **Lösungsbogen**.



21. Auflage 2024 · ISBN 978-3-88234-605-3

Alle Rechte liegen beim Verlag bzw. sind der Verwertungsgesellschaft Wort, Untere Weidenstr. 5, 81543 München, Telefon 089 514120, zur treuhänderischen Wahrnehmung überlassen. Damit ist jegliche Verbreitung und Vervielfältigung dieses Werkes – durch welches Medium auch immer – untersagt.



© u-form Verlag | Hermann Ullrich GmbH & Co. KG  
Cronenberger Straße 58 | 42651 Solingen  
Telefon: 0212 22207-0 | Telefax: 0212 22207-63  
Internet: [www.u-form.de](http://www.u-form.de) | E-Mail: [uform@u-form.de](mailto:uform@u-form.de)

	<b>Seite</b>
So sieht die Zwischenprüfung aus	6
Arbeitsanleitungen für gebundene Aufgaben	7 – 10
<b>Lösungsbogen</b>	nach Seite 16

<b>Bereich</b>	<b>Aufgaben-Nr.</b>	<b>Seite</b>
<b>1. Beschaffung und Bevorratung</b>	<b>1.01 – 1.54</b>	11 – 45
<b>2. Produkte und Dienstleistungen</b>	<b>2.01 – 2.38</b>	47 – 68
<b>3. Kosten- und Leistungsrechnung</b>	<b>3.01 – 3.38</b>	69 – 90
<b>4. Bereichsübergreifende Inhalte*</b>	<b>4.01 – 4.61</b>	91 – 131
Bildnachweis		132

\* Dies entspricht den Bereichen 04 – 08 des AkA-Prüfungskatalogs für die IHK-Zwischenprüfungen, Industriekaufmann/Industriekauffrau.

# 1

## **Beschaffung und Bevorratung**

### Ausgangslage für die Aufgaben 1.01 bis 1.06

Sie sind Auszubildende/r in einem Unternehmen der Textilverarbeitung. Die Produktion meldet, dass der Stoff, der für die Fertigstellung eines Auftrages vorgesehen war, durch einen Wasserrohrbruch unbrauchbar geworden ist. Es müssen möglichst schnell 20 Ballen des Stoffes bestellt und geliefert werden.

Das Unternehmen, von dem der Stoff bezogen wurde, hat diese Qualität aus dem Sortiment genommen. Sie erhalten die Aufgabe, weitere Anbieter zu recherchieren, die Stoffe in der gewünschten Qualität anbieten. Von diesen sollen Sie Angebote einholen, die Ware bestellen und sie entgegennehmen.

## 1.01

Zuerst ermitteln Sie die internen und anschließend die externen Bezugsquelleninformationen und werten sie aus.

Ordnen Sie zu, indem Sie die Kennziffern der Kriterien in die Kästchen neben den Bezugsquelleninformationen eintragen. Übertragen Sie anschließend Ihre senkrecht angeordneten Lösungsziffern in dieser Reihenfolge von links nach rechts in den Lösungsbogen (diesen finden Sie zum Heraustrennen nach Seite 16).

### Kriterien

1. Interne Bezugsquelleninformationen
2. Externe Bezugsquelleninformationen
3. Nicht geeignete Bezugsquelleninformationen

### Bezugsquelleninformationen

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| a) Hersteller, die sich im Internet präsentieren                                    | <input type="checkbox"/> |
| b) Testberichte einer unabhängigen Qualitätskontrolle                               | <input type="checkbox"/> |
| c) Statistik über den Marktanteil von Textilherstellern in Deutschland              | <input type="checkbox"/> |
| d) Liefererdatei Ihres Unternehmens   | <input type="checkbox"/> |
| e) Messekataloge  | <input type="checkbox"/> |
| f) Notizen Ihrer Außendienstmitarbeiter über Gespräche mit Anbietern auf Fachmessen | <input type="checkbox"/> |

### 1.02

Sie schicken an verschiedene Anbieter jeweils eine Anfrage mit der Bitte um ein Angebot. Wie ist die rechtliche Situation Ihrer Anfrage?

1. Ihre Anfrage ist unverbindlich und verpflichtet nicht zum Kauf.
2. Schickt der Anbieter auf Ihre Anfrage hin ein Angebot, ist ein rechtsgültiger Kaufvertrag zu Stande gekommen.
3. Sie sind für die Dauer einer Woche an Ihre Anfrage gebunden.
4. Ihre Anfrage sollten Sie so vage wie möglich formulieren, damit sie nicht als Antrag missverstanden wird.

### 1.03

Sie werten die schriftlich eingegangenen Angebote aus. Die Angebote enthalten unterschiedliche Freizeichnungsklauseln. Welche Feststellungen über Lieferzeit, Menge und Preis verbergen sich hinter den Freizeichnungsklauseln?

Ordnen Sie zu, indem Sie die Kennziffern der Feststellungen in die Kästchen neben den Freizeichnungsklauseln eintragen.

#### Feststellungen

1. Lieferzeit und Menge sind verbindlich, der Preis ist unverbindlich.
2. Preis und Lieferzeit sind verbindlich, die Menge ist unverbindlich.
3. Preis, Lieferzeit und Menge sind unverbindlich.
4. Preis und Menge sind verbindlich, die Lieferzeit ist unverbindlich.

#### Freizeichnungsklauseln

- |                              |                          |
|------------------------------|--------------------------|
| a) solange der Vorrat reicht | <input type="checkbox"/> |
| b) freibleibend              | <input type="checkbox"/> |
| c) ohne Gewähr               | <input type="checkbox"/> |
| d) Preise freibleibend       | <input type="checkbox"/> |
| e) Lieferzeit freibleibend   | <input type="checkbox"/> |

# 1.04

Sie vergleichen die Angebote der Dekotrend AG und der Stoffel GmbH hinsichtlich des Preises und der Preiskonditionen miteinander und haben die nachfolgenden Angaben gegenübergestellt.

Welches der beiden Angebote ist das preiswertere? Tragen Sie die Kennziffer des Angebots in das Lösungskästchen auf dem Lösungsbogen ein.

Angebotskriterien	Angebot 1 Dekotrend AG	Angebot 2 Stoffel GmbH
<b>Stoff</b>	Jacquard Dekostoff mit Glanzgarnen (Lapislazuli/Gold)	Jacquard Dekostoff mit Glanzgarnen (Lapislazuli/Gold)
<b>Menge</b>	20 10-Meter-Ballen	20 10-Meter-Ballen
<b>Angebotspreis</b>	72,00 €/Ballen	69,50 €/Ballen
<b>Rabatt</b>	5 %	1 %
<b>Skonto</b>	3 %	3 %
<b>Bezugskosten</b>	Pauschale 50 €	8 %

# 1.05

Für die Produktion eines Auftrags werden 60 000 Knöpfe einer speziellen Ausfertigung benötigt. Diese müssen bis spätestens 31. August geliefert werden. Auf Ihre Anfrage bei verschiedenen Herstellern sind die nachfolgenden Angebote eingegangen. Am 10. August möchten Sie die Bestellung vornehmen.

Lieferer	Listenpreis netto in EUR / Stückzahl	Nachlässe auf den Listenpreis bzw. Zahlungsbedingungen	Frachtkostenpauschale in EUR bzw. Lieferbedingungen	Lieferfrist
<b>1</b>	24,50 / 1 000	netto Kasse	25,00 zzgl. USt.	2 KW*
<b>2</b>	45,20 / 1 500	10 % Rabatt	12,80 zzgl. USt.	Sofort
<b>3</b>	3,40 / 100	3 % Skonto	5,00 zzgl. USt.	25 Tage
<b>4</b>	4,40 / 200	5 % Rabatt	frei Haus	1 Monat
<b>5</b>	0,30 / 10	5 % Rabatt	frei Haus	2 Wochen

\* KW = Kalenderwoche

- a) Welche beiden der oben stehenden Lieferanten kommen nicht infrage? Tragen Sie die Kennziffern der Lieferanten in die Lösungskästchen des Lösungsbogens ein!
- b) Berechnen Sie den Bezugspreis (netto) des günstigsten infrage kommenden Angebots! Tragen Sie die Kennziffer des preiswertesten Lieferanten in den Lösungsbogen ein.

Fortsetzung auf der nächsten Seite

# 2

## **Produkte und Dienstleistungen**



### Ausgangslage für die Aufgaben 2.01 bis 2.04

Ihr Ausbildungsbetrieb, die Wonderworld GmbH, stellt Outdoor-Produkte her.

Unter der Produktpalette nimmt hinsichtlich des Absatzes ein neu entwickelter großräumiger Rucksack aus strapazierfähigem Material eine herausragende Stellung ein. Der Rucksack, den es in verschiedenen Farben und Ausführungen gibt, wurde vor allem bei Jugendlichen als Marke etabliert. Vertrieben werden die Rucksäcke über Kaufhäuser, den Sportfachhandel und den Lederwarenfachhandel.

## 2.01

Um die Marke auf dem Markt zu etablieren, hat Ihr Ausbildungsbetrieb das nachfolgende Markenzeichen eintragen lassen:



Welche Feststellung dazu ist **falsch**?

1. Die Wonderworld GmbH muss das Markenzeichen auch ins Handelsregister eintragen lassen.
2. Das geschützte Markenzeichen darf nur von Ihrem Ausbildungsbetrieb verwendet werden.
3. Ein Markenzeichen ist ein Vorteil beim überregionalen Vertrieb der Waren.
4. Ein Markenzeichen ist unabdingbar, wenn die Identifikation des Verbrauchers angestrebt werden soll.
5. Mithilfe von Markenzeichen lassen sich gleichartige Produkte unterscheiden.

## 2.02

Da zunehmend auch andere Anbieter qualitativ hochwertige Rucksäcke zu günstigen Preisen auf den Markt bringen, ist der Umsatz an Wonderpack-Rucksäcken in den letzten Monaten nur noch leicht gestiegen.

In welcher Phase des Produktlebenszyklus befindet sich das Produkt?

1. Einführungsphase
2. Wachstumsphase
3. Reifephase
4. Sättigungsphase
5. Rückgangsphase

### 2.03

Welche der nachfolgenden Maßnahmen ist **nicht** geeignet, in dieser Phase des Produktlebenszyklus den Absatz anzukurbeln?

1. Die Rucksäcke werden in Produktvariationen angeboten, z. B. in Farben, die zu den aktuellen saisonalen Modefarben passen.
2. Die Rucksäcke werden stärker als bisher in Zeitschriften beworben, die von Jugendlichen gelesen werden.
3. Der Preis der Rucksäcke wird gesenkt.
4. Das Angebot an Rucksäcken wird eingeschränkt.
5. Ihr Ausbildungsbetrieb betreibt Verbraucherpromotion.

### 2.04

Eine Projektgruppe soll mithilfe der „Methode 635“ Vorschläge zur Absatzförderung entwickeln.

Worum handelt es sich bei dieser Methode?

1. Es werden 127 repräsentative Kundenbefragungen mit je 5 Vorschlägen ausgewertet. Daraus wird ein Pool mit 635 Vorschlägen gewonnen.
2. Die Projektgruppe hat 635 Stunden Zeit schriftlich Vorschläge zu entwickeln.
3. 6 Mitglieder einer Arbeitsgruppe schreiben 3 Vorschläge auf, die 5 mal weiterentwickelt werden.
4. 635 Kunden werden telefonisch zu ihrer Meinung über ein Produkt befragt.
5. 6 Mitarbeiter erarbeiten in 3 Arbeitsgruppen 5 Ideen je Arbeitsgruppe.



# 3

## **Kosten- und Leistungsrechnung**

## Ausgangslage für die Aufgaben 3.01 bis 3.07

In Ihrem Ausbildungsbetrieb, einem Süßwaren- und Konditoreiwarenhersteller, sollen Sie in die Kostenrechnung eingearbeitet werden. Zu Ihren Aufgaben gehört die Kostenkontrolle des Rohstoffeinkaufs.

### 3.01

Um sich einen Überblick zu verschaffen, lassen Sie im Lager eine „XYZ-Analyse“ der eingelagerten Rohstoffe durchführen.

Welches Ziel verfolgt die XYZ-Analyse?

1. Bei einer XYZ-Analyse werden die eingelagerten Waren mengenmäßig erfasst.
2. Bei einer XYZ-Analyse wird der Lagerort jeder Ware überprüft.
3. Bei einer XYZ-Analyse werden die Qualität der Waren und ihre Haltbarkeit kontrolliert.
4. Bei einer XYZ-Analyse wird ermittelt, welche Rohstoffe den Meldebestand erreicht haben.
5. Bei der XYZ-Analyse wird festgestellt, welche Waren besonders wertvoll und welche weniger wertvoll sind.
6. Mit einer XYZ-Analyse werden die Rohstoffe hinsichtlich ihres Verbrauchsverlaufs klassifiziert.

### 3.02

- a) Rechtzeitig zum Vorweihnachtsgeschäft sollen Schokoladennikoläuse in Übergröße auf den Markt gebracht werden. Die Rezeptur sieht für die Produktion von 200 kg Schokoladenmasse folgenden Rohstoffverbrauch vor:

Rohstoff	Verbrauchsmenge	Einstandspreis
A	50 kg	30,00 €/ 10 kg
B	85 kg	20,00 €/100 kg
C	40 kg	38,00 €/ 25 kg
D	25 kg	18,00 €/100 kg

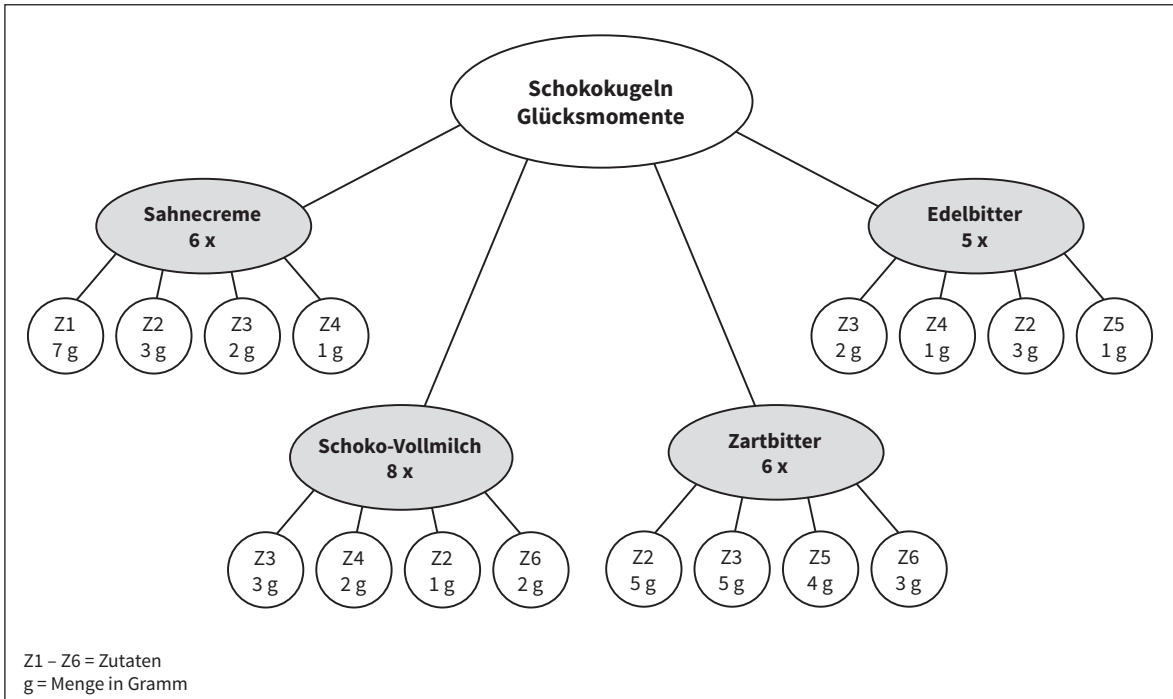
Wie hoch ist der Materialeinsatz für einen 1 kg schweren Nikolaus in Euro? Runden Sie das Ergebnis auf zwei Stellen nach dem Komma.

*Fortsetzung auf der nächsten Seite*

## 3.02 *Fortsetzung*

b) Ein Discounter hat für das Vorweihnachtsgeschäft 25 000 Packungen „Schokokugeln – Glücksmomente“ bei Ihrem Ausbildungsbetrieb bestellt. Eine Packung enthält 25 Kugeln, die aus 4 verschiedenen Sorten bestehen.

Ihnen liegt folgende Erzeugnisstruktur vor.



Ermitteln Sie, welche Menge von Zutat 2 (Z2) in Kilogramm für diesen Auftrag benötigt wird.

c) Wie hoch sind die Materialkosten für Zutat 4, wenn 1 kg davon für 0,85 € eingekauft werden kann?

## 3.03

Im vorangegangenen Jahr konnte Ihr Ausbildungsbetrieb 25 000 Schokoladenhohlkörper (1 kg/Stück) herstellen und verkaufen.

Berechnen Sie das Betriebsergebnis für das vorangegangene Jahr auf der Grundlage der Plandaten für dieses Produkt.

Tragen Sie anschließend das Ergebnis in die Lösungskästchen ein! Setzen Sie vor das Ergebnis in € die Kennziffer 1, wenn ein Gewinn erzielt wurde und die Kennziffer 2, wenn ein Verlust erzielt wurde.

### Plandaten

Produkt	Schokoladenhohlkörper 1 kg/Stück
Geplante Absatzmenge	20 000 Stück
Netto-Verkaufspreis/Stück	6,00 €
Variable Kosten/Stück	3,50 €
Erzeugnisfixe Kosten gesamt	12.500,00 €

## 3.04

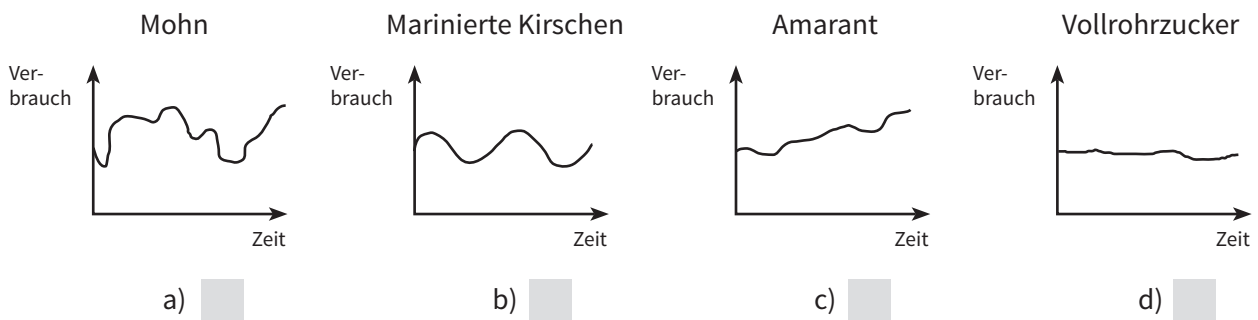
In der Materialbeschaffung ist der Verbrauch von verschiedenen Zutaten mithilfe von Grafiken dargestellt. Wie können die jeweiligen Verläufe der Kurven korrekt beschrieben werden?

Ordnen Sie zu, indem Sie die Kennziffern der Kurvenverläufe in die Kästchen unter den Verbrauchsgrafiken eintragen. Übertragen Sie anschließend Ihre senkrecht angeordneten Lösungsziffern in dieser Reihenfolge von links nach rechts in den Lösungsbogen.

### Kurvenverläufe

1. gleichförmig
2. unregelmäßig
3. trendförmig
4. saisonal

### Verbrauchsgrafiken



## 3.05

Ebenfalls zum Vorweihnachtsgeschäft soll die Produktion von Oblatengebäck verfünffacht werden. Rechtzeitig vor Produktionsbeginn müssen fertige Oblaten bestellt werden. Sie erhalten von Ihrem Lieferer, der Feinbäckerei Müller GmbH & Co. KG, ein Angebot über 350 Kartons Oblaten à 5 000 Stück zu 39,00 € je Karton. Der Lieferer gewährt einen Rabatt von 15 Prozent.

Liefer- und Zahlungsbedingungen:

Lieferung: ab Werk  
 Fracht: 120,00 €  
 Verpackung: 60,00 € pauschal

Zahlbar innerhalb von 10 Tagen mit 3 % Skonto (nicht auf die Bezugskosten) oder 30 Tage netto

Wie hoch ist der Bezugspreis (netto) für das Angebot unter Ausnutzung von Skonto? Runden Sie bitte alle Ergebnisse – auch Zwischenergebnisse – auf zwei Stellen nach dem Komma.



Sonja Orth

# **Industriekaufmann Industriekauffrau**

Prüfungstrainer Zwischenprüfung  
Übungsaufgaben und erläuterte Lösungen

## **Lösungsteil**

Bestell-Nr. 605

u-form Verlag · Hermann Ullrich GmbH & Co. KG

---



# 1

## **Beschaffung und Bevorratung**

## 1.01

In der Regel hat sich ein Betrieb nach einigen Jahren einen Lieferantenstamm aufgebaut. Soll jedoch ein neuer Lieferer gefunden werden, muss nach Bezugsquellen recherchiert werden.

a) **Externe Bezugsquelleninformation**

Die Informationen kommen „von außen“, sind also extern. Bei der Bezugsquellenermittlung kann das Internet eine wertvolle Hilfe sein. Über die Homepage des jeweiligen Herstellers kann man einen ersten Eindruck vom Unternehmen und seinem Sortiment erhalten.

2

b) **Externe Bezugsquelleninformation**

Unverzichtbar sind Testberichte. Hier werden Produkte verschiedener Anbieter miteinander verglichen. Testbewertungen finden sich z. B. in Fachzeitschriften. Auch Kunden orientieren sich an Testberichten und fragen gezielt nach bestimmten Waren, die mit einer positiven Testbewertung abgeschnitten haben (z. B. durch die Stiftung Warentest).

2

c) **Nicht geeignete Bezugsquelleninformation**

Um herauszufinden, welche Hersteller als Lieferer infrage kommen, ist die im Beispiel genannte Statistik ungeeignet. Generell kann eine Statistik jedoch eine Bezugsquelleninformation sein. So wäre z. B. eine Statistik über die Entwicklung der Qualitätskontrolle in Textilunternehmen eine geeignete Bezugsquelle, da sie Hinweise auf Hersteller und darüber hinaus noch über ihre Qualitätsstandards gibt.

3

d) **Interne Bezugsquelleninformation**

Bei der Liefererdatei Ihres Unternehmens handelt es sich um eine interne Bezugsquelle. Eine Lieferdatei enthält Angaben über Lieferanten, mit denen bereits Geschäftsbeziehungen bestehen (Name, Anschrift, Sortiment, Preise, sonstige Konditionen u. v. a.). Sie kann aber auch Informationen beinhalten über ehemalige Lieferer, zu denen aus diversen Gründen keine Geschäftsbeziehungen mehr bestehen.

1

e) **Externe Bezugsquelleninformation**

Auf Fachmessen präsentieren Anbieter ihre Produkte. Messen sind – ebenso wie Ausstellungen und Tagungen – Foren des Austausches. Man kann sich dort einen Überblick über Anbieter und Markttrends verschaffen. Messekataloge vermitteln einen Einblick in das Sortiment der Aussteller. Allerdings sind nicht immer alle Anbieter einer Branche auf einer Fachmesse vertreten.

2

f) **Interne Bezugsquelleninformation**

Da die Außendienstmitarbeiter Mitarbeiter Ihres Unternehmens sind, sind ihre Notizen über Gespräche mit Anbietern interne Bezugsquellen.

1

### 1.02

Während im Vertrieb Kunden oder potenzielle Kunden mit ihren Anfragen an Ihren Ausbildungsbetrieb herantreten, dient im Einkauf eine Anfrage z. B. dazu, die Konditionen möglicher Lieferer zu erfragen. Anfragen sind rechtlich unverbindlich, bedürfen keiner besonderen Form und verpflichten nicht zum Kauf. Lösung 1 ist also richtig.

1

Man unterscheidet zwischen allgemeinen und bestimmten Anfragen: **Allgemeine Anfragen** sind z. B. Anfragen nach Katalogen oder allgemeinen Informationen über Produkte des Unternehmens. **Bestimmte Anfragen** beziehen sich i.d.R. auf ein bestimmtes Produkt. Im vorgegebenen Beispiel handelt es sich um eine bestimmte Anfrage, da nach einem Stoff in einer bestimmten Qualität gefragt wird.

Die Lösungen 2, 3 und 4 sind falsch.

**Zu 2.** Ein rechtsgültiger Vertrag kommt erst zu Stande, wenn Sie das Angebot eines Anbieters annehmen.

**Zu 3.** Anfragen unterliegen keiner zeitlichen Bindung.

**Zu 4.** Um ein auf die Kundenwünsche zugeschnittenes Angebot zu erhalten, sollten bereits in der Anfrage konkrete Angaben zur Ware, dem Auftragsvolumen und den gewünschten Konditionen gemacht werden.

### 1.03

Angebote enthalten häufig bestimmte Formulierungen, die „Freizeichungsklauseln“, durch die ein Anbieter seine Bindung an das Angebot einschränkt.

a) solange der Vorrat reicht: Preis und Lieferzeit sind verbindlich, die Menge ist unverbindlich.

2

b) freibleibend: Preis, Lieferzeit und Menge sind unverbindlich.

3

c) ohne Gewähr: Preis, Lieferzeit und Menge sind unverbindlich.

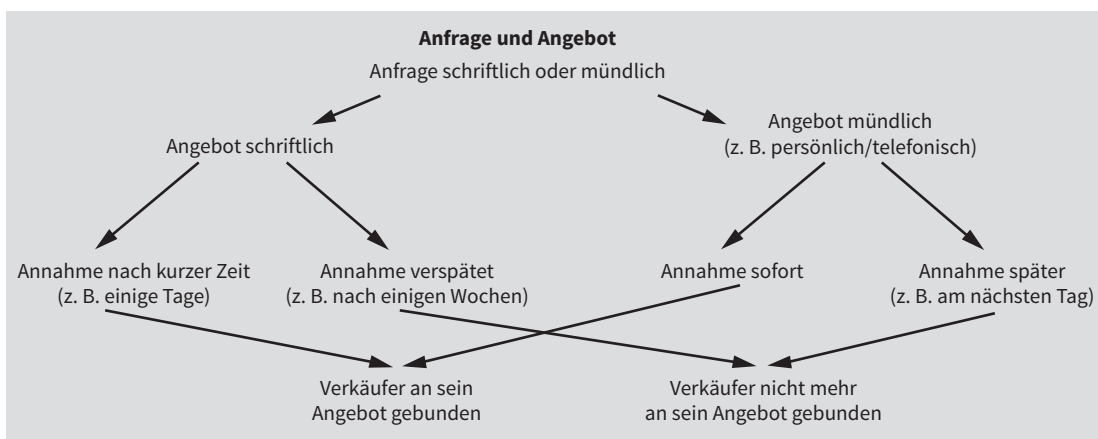
3

d) Preise freibleibend: Lieferzeit und Menge sind verbindlich, der Preis ist unverbindlich.

1

e) Lieferzeit freibleibend: Preis und Menge sind verbindlich, die Lieferzeit ist unverbindlich.

4



## 1.04

Um die Angebote miteinander vergleichen zu können, müssen die Bezugspreise mithilfe der Bezugskalkulation ermittelt werden.

### Angebot Dekotrend AG

Listenpreis netto	1.440,00 €	(72,00 · 20)
./. Rabatt des Lieferanten 5 %	72,00 €	
Zieleinkaufspreis	1.368,00 €	
./. Skonto* des Lieferanten 3 %	41,04 €	
Bareinkaufspreis	1.326,96 €	
+ Bezugskosten	50,00 €	
= Bezugspreis (Einstandspreis)	<u>1.376,96 €</u>	

### Angebot Stoffel GmbH

Listenpreis netto	1.390,00 €	(69,50 · 20)
./. Rabatt des Lieferanten 1 %	13,90 €	
Zieleinkaufspreis	1.376,10 €	
./. Skonto des Lieferanten 3 %	41,28 €	
Bareinkaufspreis	1.334,82 €	
+ Bezugskosten 8 %	106,79 €	
= Bezugspreis (Einstandspreis)	<u>1.441,61 €</u>	

Das preiswertere Angebot ist das der Dekotrend AG. Lösung **1** ist also richtig.

1

\* Hinweis: In der Praxis ist es häufig üblich, Skonto vom Endrechnungsbetrag zu ziehen. Lesen Sie also genau, was in der Aufgabenstellung angegeben ist.

### Übrigens ...

Seit 01.01.2023 ist das **Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)** in Kraft. Es verpflichtet Unternehmen, auf die Einhaltung von Menschenrechten und Umweltstandards bei der Lieferkette zu achten. Das Gesetz gilt für Unternehmen ab 3 000 Beschäftigten. Dem Unternehmen drohen Bußgelder, wenn es bei ihren unmittelbaren Zulieferern zu Verstößen kommt. Damit möchte der Gesetzgeber die Unternehmen, die von der globalen Arbeitsteilung profitieren, stärker in die Verantwortung nehmen. Sie werden z. B. dazu verpflichtet, gegen menschenunwürdige Arbeitsbedingungen vorzugehen. Durch dieses Gesetz werden vor allem für die Beschäftigten in der Textilproduktion in Entwicklungs- und Schwellenländern positive Auswirkungen erwartet.

# 1.05

- a) Die Knöpfe müssen bis spätestens 31. August geliefert werden. Die Lieferer **3** und **4** haben so lange Lieferzeiten, dass die Ware nach diesem Termin eintreffen würde. Beide kommen als Lieferer also nicht in Frage. 3  
4
- b) Den günstigsten Bezugspreis (netto) bietet der erste Lieferer. Kennziffer **1** ist also richtig. 1

Lieferer	Listenpreis netto in EUR/Stückzahl	Nachlässe auf den Listenpreis bzw. Zahlungsbedingungen	Frachtkostenpauschale in EUR bzw. Lieferbedingungen	Lieferfrist
<b>1</b>	<b>24,50/1.000</b>	<b>netto Kasse</b>	<b>25,00 zzgl. USt.</b>	<b>2 KW*</b>
Rechenweg: $60.000 : 1.000 = 60$ $60 * 24,50 \text{ EUR} = 1.470,00 \text{ EUR (Listenpreis)}$ $1.470,00 \text{ EUR} + 25,00 \text{ EUR} = 1.495,00 \text{ EUR (Bezugspreis netto)}$				
<b>2</b>	<b>45,20/1.500</b>	<b>10% Rabatt</b>	<b>12,80 zzgl. USt.</b>	<b>sofort</b>
Rechenweg: $60.000 : 1.500 = 40$ $40 * 45,20 \text{ EUR} = 1.808,00 \text{ EUR (Listenpreis)}$ $1.808,00 \text{ EUR} * 10 \% = 180,80 \text{ EUR}$ $1.808,00 \text{ EUR} - 180,80 \text{ EUR} = 1.627,20 \text{ EUR (Zieleinkaufspreis)}$ $1.627,20 \text{ EUR} + 12,80 \text{ EUR} = 1.640,00 \text{ EUR (Bezugspreis netto)}$				
<b>5</b>	<b>0,30/10</b>	<b>5% Rabatt</b>	<b>frei Haus</b>	<b>2 Wochen</b>
Rechenweg: $60.000 : 10 = 6.000$ $6.000 * 0,30 \text{ EUR} = 1.800,00 \text{ EUR (Listenpreis)}$ $1.800,00 \text{ EUR} * 5 \% = 90,00 \text{ EUR}$ $1.800,00 \text{ EUR} - 90,00 \text{ EUR} = 1.710 \text{ EUR (Zieleinkaufspreis = Bezugspreis netto)}$				

\* KW = Kalenderwoche

- c) Der Preis spielt beim Angebotsvergleich natürlich eine große Rolle; häufig sind aber andere Faktoren bei der Auswahl des geeigneten Angebotes ebenso gewichtig. So sind z. B. Zuverlässigkeit und Service – etwa die Möglichkeit kurzfristiger Bestellungen bei schneller Lieferung – ein Argument für ein Angebot, wenn die Stoffballen kurzfristig benötigt werden. Soll eine kleinere Menge der Ware bestellt werden, ist zu überprüfen, ob das jeweilige Angebot eine Mindestbestellmenge vorsieht. Hat der Käufer häufig Liquiditätsprobleme, muss er darauf achten, dass der Lieferer ihm Kredit gewährt.

Auch ökologische Gesichtspunkte spielen bei der Auswahl von Lieferanten zunehmend eine Rolle: Enthält die bestellte Ware umweltverträgliche Bestandteile/Farbstoffe/Imprägnierungen? Produziert der Hersteller umweltgerecht? Diese und ähnliche Fragen können beim Angebotsvergleich eine Rolle spielen.

Lieferbedingungen ebenso wie der Liefertermin sind mit den Faktoren Kosten und Zeit verbunden und sollten deshalb miteinander verglichen werden.

Bei der Auswahl von Angeboten ist allerdings nicht von Bedeutung, ob der Anbieter auch Konkurrenzunternehmen beliefert. Kriterium **3** sollte deshalb **keine** Rolle spielen. 3



**Produkte und Dienstleistungen**

# 2.01

Feststellung **1** ist **falsch**.

1

Um die eigene Marke von anderen Waren und Dienstleistungen abzugrenzen und zu unterscheiden, kann eine Marke durch Eintragung in das Markenregister beim Deutschen Patent- und Markenamt in München geschützt werden. Ist ein Markenzeichen geschützt, darf es kein anderer verwenden. Siehe dazu den nachfolgenden Auszug aus dem Markengesetz (MarkenG).

### § 3 Als Marke schutzfähige Zeichen

(1) Als Marke können alle Zeichen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form einer Ware oder ihrer Verpackung sowie sonstige Aufmachungen einschließlich Farben und Farbzusammenstellungen geschützt werden, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.



Auszug aus dem MarkenG

Eine eingetragene Marke ist 10 Jahre lang geschützt; der Schutz kann um jeweils 10 Jahre verlängert werden. Soll eine Marke im europäischen Binnenmarkt geschützt werden, so erfolgt die Eintragung beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) in Alicante (Spanien).

Die übrigen Feststellungen sind richtig.

# 2.02

Ein Produkt durchläuft zwischen seiner Einführung am Markt und seinem Ausscheiden verschiedene Lebenszyklen. Messbar ist ein Zyklus z. B. anhand des Umsatzes, den das Produkt erwirtschaftet. Die Phasen eines **Produktlebenszyklus** sind:

**Einführungsphase:** Das Produkt kommt auf den Markt und erwirtschaftet nur geringe Umsätze. Vertrieb, Werbung und Absatzförderung verursachen hohe Kosten.

**Wachstumsphase:** Die Gewinnschwelle wird überschritten; das Produkt hat die Wachstumsphase erreicht. Der Absatz nimmt stetig zu.

**Reifephase:** Der Umsatz steigt nur noch leicht an und erreicht schließlich sein Maximum. Gleichzeitig nimmt der Wettbewerb zu, auf den mit Preissenkungen reagiert wird.

**Sättigungsphase:** Sinkenden Gewinnen und rückläufigen Gewinnen wird mit produktpolitischen Mitteln entgegengewirkt.

**Rückgangphase:** Starker Umsatzrückgang; das Produkt wird möglicherweise vom Markt genommen.

Das Produkt Rucksäcke befindet sich in der Reifephase. Lösung **3** ist also richtig.

3

### 2.03

In der Reifephase eines Produktes muss der Preis gesenkt werden, um die Nachfrage anzukurbeln. Nachfrager reagieren nämlich in dieser Phase auf Preisänderungen elastisch. Gleichzeitig kann der Absatz durch Produktvariationen, wie z. B. farbliche Variationen angekurbelt werden. Verbraucherpromotion fördert den Absatz, indem sie sich direkt an die Endkunden wendet: Zu verkaufsfördernder Verbraucherpromotion gehören z. B. Sonderpreisaktionen, Zugaben, Gewinnspiele, Wertgutscheine u.v.a.

Der Verkauf wird jedoch **nicht** durch eine Einschränkung des Angebots angekurbelt. Im Gegenteil: Wird das Angebot bei gleich bleibender Nachfrage gesenkt, steigt der Preis. Ein steigender Preis zieht eine sinkende Nachfrage nach sich. Lösung **4** trifft also zu.

4

### 2.04

Bei der Methode 635 handelt es sich um ein schriftliches Brainstorming: Es wird eine Gruppe von 6 Personen gebildet. Jedes Gruppenmitglied schreibt jeweils drei Lösungsvorschläge für ein gegebenes Problem auf und reicht das Blatt an seinen Nachbarn weiter. Dieser soll durch die Notizen angeregt werden und seine eigenen ergänzen. Er reicht das Blatt ebenfalls weiter. Die Vorschläge werden also fünfmal weiterentwickelt; am Ende liegen 18 Lösungsvorschläge vor. Lösung **3** ist also richtig.

3

Die Lösungen **1, 2, 4** und **5** sind **falsch**.

### 2.05

Das Angebot liegt schriftlich vor, also handelt es sich um ein Angebot unter Abwesenden. Darüber hinaus enthält es weder eine Befristung noch einen Vorbehalt (z. B. „freibleibend“). Das Angebot ist also verbindlich: Nimmt der Empfänger das Angebot innerhalb einer bestimmten Annahmefrist an (laut BGB §§ 145-147), ist der Antragende an sein Angebot gebunden. Lösung **3** ist also richtig.

3

### 2.06

Wird eine Ware per Spedition geliefert, muss auf dem Frachtbrief festgehalten werden, wer die Ware wann in Empfang genommen hat. Ein Durchschlag des Frachtbriefs geht an den Auftraggeber (den Verkäufer der Ware) zurück. Lösung **5** ist also richtig.

5



# 3

## **Kosten- und Leistungsrechnung**

Richtige Lösung: **6**

6

Mithilfe der XYZ-Analyse kann der Verbrauchsverlauf von Materialien ermittelt werden. Dabei werden die Materialien hinsichtlich ihres Verbrauchsverlaufs klassifiziert:

X-Güter: Verbrauch gleichförmig, nahezu schwankungslos; hohe Vorhersagegenauigkeit des Verbrauchs

Y-Güter: Verbrauch saisonal schwankend bzw. trendförmig; mittlere Vorhersagegenauigkeit des Verbrauchs

Z-Güter: Verbrauch unregelmäßig und wenig vorhersagbar; geringe Vorhersagegenauigkeit des Verbrauchs.

Aus der XYZ-Analyse ergeben sich Folgen für die Materialbeschaffung:

X-Güter: eine fertigungssynchrone Beschaffung ist möglich

Y-Güter: hoher Anteil an Vorratsbeschaffung

Z-Güter: Einzelbeschaffung

Die Feststellungen **1, 2, 3, 4** und **5** sind **falsch**.

**Zu 1.** Die mengenmäßige Erfassung des Lagergutes beim Warenein- und -ausgang und seine Zählung (Inventur) ist Aufgabe der Lagerbuchhaltung.

**Zu 2.** Ob die Lageradresse eines Lagergutes korrekt erfasst ist, wird bei der regelmäßigen Lagerkontrolle und bei der Inventur überprüft.

**Zu 3.** Die Überprüfung von Qualität und Haltbarkeit des Lagergutes ist Aufgabe der Warenkontrolle.

**Zu 4.** Der Meldebestand wird anhand einer Formel berechnet.

**Zu 5.** Hier ist die ABC-Analyse beschrieben.

Im Lager finden sich Rohstoffe, die einen höheren Anteil am Gesamtumsatz haben als andere. Ihnen ist bei der Beschaffung eine besondere Aufmerksamkeit zu widmen: Bedarf, Bestellmengen, Bezugsquellen und Lagerkennzahlen sind regelmäßig zu überprüfen; Waren mit einem sehr hohen Wert müssen besonders günstig eingekauft werden.

Mit der ABC-Analyse kann herausgefunden werden, welche Teile dazu gehören. Dazu wird eine Stückliste mit den Kategorien A, B und C angelegt. Jeder Artikel wird dann entsprechend seinem Wert der jeweiligen Kategorie zugeordnet. Dabei stehen z. B. die Artikel mit dem höchsten Anteil am Umsatz an erster Stelle, diejenigen mit dem niedrigsten Anteil an letzter Stelle.

*Fortsetzung auf der nächsten Seite*

## 3.01 *Fortsetzung*

ABC-Analyse und XYZ-Analyse können auch kombiniert werden. Aus dem Ergebnis lassen sich Konsequenzen für die Materialbeschaffung und grundlegende Lagerstrategien ziehen. Sie können idealtypisch folgendermaßen dargestellt werden:

### Kombination der ABC-Analyse und der XYZ-Analyse und Konsequenzen für die Materialbeschaffung sowie für grundlegende Lagerstrategien

	<b>X-Artikel</b> geringe Bedarfs- schwankungen	<b>Y-Artikel</b> mittlere Bedarfs- schwankungen	<b>Z-Artikel</b> hohe Bedarfs- schwankungen
<b>A-Artikel</b> hoher Wertanteil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Just-in-time-Beschaffung</li> <li>- falls nicht möglich: Einzelbeschaffung im Bedarfsfall</li> </ul>	Einzelbeschaffung im Bedarfsfall	Einzelbeschaffung im Bedarfsfall
<b>B-Artikel</b> mittlerer Wertanteil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einzelbeschaffung</li> <li>- falls nicht möglich: Lagerführung mit geringem Bestand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lagerführung mit geringem <math>\emptyset</math>-Bestand und geringem Mindestbestand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lagerführung mit geringem <math>\emptyset</math>-Bestand und höherem Mindestbestand</li> </ul>
<b>C-Artikel</b> geringer Wertanteil	Grundsätzlich Lagerhaltung und Dispositionsrechnung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundsätzlich Lagerhaltung und Dispositionsrechnung</li> <li>- Mindestbestand erforderlich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundsätzlich Lagerhaltung und Dispositionsrechnung</li> <li>- hoher Mindestbestand erforderlich</li> </ul>

## 3.02

a) Rechenweg

**Berechnen der Gesamtkosten je Rohstoff**

Rohstoff	Verbrauchsmenge	Einstandspreis	Rechenweg	Gesamtkosten je Menge
A	50 kg	30,00 €/10 kg	$\frac{50 \cdot 30}{10}$	150,00 €
B	85 kg	20,00 €/100 kg	$\frac{85 \cdot 20}{100}$	17,00 €
C	40 kg	38,00 €/25 kg	$\frac{40 \cdot 38}{25}$	60,80 €
D	25 kg	18,00 €/100 kg	$\frac{25 \cdot 18}{100}$	4,50 €
Gesamt	200 kg			232,30 €

**Berechnen der Materialkosten je 1 kg Schokoladennikolaus**

$$200 \text{ kg} = 232,30 \text{ €}$$

$$1 \text{ kg} = x \text{ €}$$

$$x = \frac{232,30}{200} = \underline{\underline{1,16 \text{ €}}}$$

Der Materialeinsatz für einen 1 kg schweren Schokoladennikolaus beträgt 1,16 €.

€ ,  
1 | 1 6

b)

Schokokugeln je Packung	Menge je Pck.	Zutat 2 g je Kugel	g je Packung
Sahnecreme	6	3	$6 \cdot 3 = 18 \text{ g}$
Schoko-Vollmilch	8	1	$8 \cdot 1 = 8 \text{ g}$
Zartbitter	6	5	$6 \cdot 5 = 30 \text{ g}$
Edelbitter	5	3	$3 \cdot 5 = 15 \text{ g}$
<b>Gesamte Menge an Zutat 2 (in g) je Packung</b>			<b>= 71 g</b>

$$25\,000 \text{ Packungen} \cdot 71 \text{ g} = 1\,775\,000 \text{ g}$$

$$1\,000 \text{ g} = 1 \text{ kg}$$

$$1\,775\,000 \text{ g} = \underline{\underline{1\,775 \text{ kg}}}$$

kg  
1 | 7 7 5

**Tipp:**

Sie können auch folgendermaßen rechnen, um das Ergebnis zu ermitteln:

$$25\,000 \cdot 0,071 = \underline{\underline{1\,775 \text{ kg}}}$$

Für diesen Auftrag werden 1 775 kg von Zutat 2 benötigt.

*Fortsetzung auf der nächsten Seite*

## 3.02 *Fortsetzung*

c)

Schokokugeln je Packung	Menge je Pck.	Zutat 4 g je Kugel	g je Packung
Sahnecreme	6	1	$6 * 1 = 6 \text{ g}$
Schoko-Vollmilch	8	2	$8 * 2 = 16 \text{ g}$
Edelbitter	5	1	$5 * 1 = 5 \text{ g}$
<b>Gesamte Menge an Zutat 4 (in g) je Packung</b>			<b>= 27 g</b>

**Benötigte Gesamtmenge an Zutat 4:**  $25\,000 * 0,027 = 675 \text{ kg}$

**Materialkosten von Zutat 4:**  $675 * 0,85 \text{ €} = \underline{\underline{573,75 \text{ €}}}$

€  
5 7 3 | 7 5

Die Materialkosten für Zutat 4 für diesen Auftrag liegen bei 573,75 €.

## 3.03

**Betriebsergebnis = Leistungen – Kosten**

- Leistungen:  $25\,000 * 6,00 \text{ €} = 150.000 \text{ €}$
- Kosten:
  - Variable Kosten:  $25\,000 * 3,50 \text{ €} = 87.500 \text{ €}$
  - Erzeugnisfixe Kosten:  $12.500 \text{ €}$

$150.000 \text{ €} - 87.500 \text{ €} - 12.500 \text{ €} = \underline{\underline{50.000 \text{ €}}}$

Das Betriebsergebnis für Schokoladehohlkörper (1kg/Stück) lag im vorangegangenen Jahr bei 50.000 €. Es wurde also ein Gewinn erzielt.

+/- / €  
1 / 5 0 0 0 0

