

**Qualifikationsverfahren für Kaufleute**

**Berufspraktische Situationen und Fälle**

**2016 / Serie 1**

Name / Vorname Kandidat/in:

Kandidatennummer:

Prüfungskreis:

Lehrbetrieb:

1. Diese schriftliche Prüfung umfasst **6 Aufgaben und 2 Fallstudien** auf insgesamt **25 Seiten** (inkl. Deckblatt). Bitte kontrollieren Sie die Prüfung auf Vollständigkeit.
2. Sie haben **120 Minuten Zeit**, um die Aufgaben zu lösen.
3. Die Punkte verteilen sich wie folgt auf die Prüfungsteile:

<b>Einzelaufgaben</b>	<b>Fallstudie 1 GLANZER AG</b>	<b>Fallstudie 2 Potz Blitz AG</b>	<b>Total</b>
31 Punkte	37 Punkte	32 Punkte	<b>100 Punkte</b>
ca. 30 Minuten	ca. 50 Minuten	ca. 40 Minuten	<b>120 Minuten</b>

4. Lesen Sie Ausgangslage und Aufträge in jeder Aufgabe genau durch, bevor Sie mit der Beantwortung beginnen.
5. Sie dürfen Schlüsselbegriffe und weitere wichtige Informationen in den Aufgaben mit Marker hervorheben.
6. Beachten Sie bei allen Aufträgen, in welcher Form Sie die Antworten geben müssen (ganze Sätze, Stichworte usw.) und wofür Sie wie viele Punkte erhalten (einzelne Fakten, ganze Zeilen, Inhalte, Darstellung usw.).
7. Halten Sie Ihre Antworten in lesbarer Schrift fest und achten Sie auch auf Rechtschreibung und Verständlichkeit.
8. Die Aufgaben dürfen in beliebiger Reihenfolge gelöst werden.
9. Benutzen Sie für Notizen die Rückseite der Aufgabenblätter.
10. Verwenden Sie für die Niederschrift Ihrer Antworten **Kugelschreiber, Füller oder Filzstift mit blauer oder schwarzer Mine / Tinte**.
11. Als Hilfsmittel sind der **Branchenkundeordner** (max. 1 Ordner 7 cm), **OR / ZGB** sowie ein **nicht programmierbarer Taschenrechner** ohne Textspeicher zugelassen.

**Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!**

**Lösung 1**

**4 Punkte**

**Leistungsziel 1.1.7.3 Sitzungen und Anlässe organisieren (K5)**

**Ausgangslage**

In Ihrem Lehrbetrieb soll ein freiwerdender grosser Raum zu einem Mehrzweckraum umgebaut werden: Einerseits ist geplant, darin Produktpräsentationen für Kunden und interne Verkaufsschulungen durchzuführen, andererseits soll der Raum für Sitzungen und gesellige Anlässe genutzt werden können.

**Auftrag**

Alle Mitarbeitenden können Vorschläge einbringen zur Einrichtung und Gestaltung des Raumes. Nennen Sie auf dem untenstehenden Formular je 2 mögliche Ideen pro Bereich.

Sie erhalten für jede sinnvolle und verständliche Idee je 0.5 Punkte, total 4 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- keine Doppelnennungen, 1 Vorschlag zählt nur 1 x
- Zuweisung zu anderem Bereich, sofern sinnvoll, möglich
- weitere sinnvolle Antworten möglich

**Lösungsvorschläge**

**Vorschläge Einrichtung und Gestaltung Mehrzweckraum**

Bereich	Vorschläge / Ideen	Bereich	Vorschläge / Ideen
<b>Mobiliar</b>	Mobile Tische Stühle Rednerpult Vitrine mit Produkten Garderobe / Garderoben- ständer / Schirmständer Kasten für Schulungs- und Präsentationsmaterial (mobile) Bar usw.	<b>Atmosphäre / Wohnlichkeit</b>	Grünpflanzen Vorhänge / Schallschluckende Vorhänge / Teppiche dimmbares Licht / Stehlampe / LED-Lampen Bilder an den Wänden / Foto- tapete / Plakate Holzboden Klimaanlage usw.
<b>Technik / Material für Präsentation und Schulung</b>	Beamer Notebook Lautsprecher Visualizer Presenter / Laserpointer Leinwand WLAN-Anschluss Musikanlage / Ghettoblaster / Lautsprecher Prospektständer Pinnwand / Whiteboard / Flip- Chart-Ständer Moderatorenkoffer Hellraumprojektor Steckdosen(-leiste) / Verlän- gerungskabel / Kabelrolle usw.	<b>Bewirtung</b>	Kaffeemaschine Kühlschrank kleines Kochfeld/Kochherd Mikrowelle Spültrog (Plastic-)Geschirr / Gläser / Besteck Getränkeautomat / Wasser- spender Früchtekorb Serviertabletts Mobile Bar Putz- / Reinigungsmaterial / - geräte usw.

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

**Pflichtleistungsziel**

**Lösung 2**

**6 Punkte**

**Leistungsziel 1.1.5.1.1 Grundlagen der Personaladministration (K3)**

**Ausgangslage**

Sie arbeiten aktuell in der Personaladministration Ihres Lehrbetriebes. Heute werden Sie von einem Schnupperlehrling begleitet.

**Aufträge**

- a. Sie erfassen Personaldaten in einer Datenbank. Nennen Sie 6 Informationen, die Sie von jedem/r Mitarbeiter/in für diese Datenbank benötigen.

Pro korrekte Information erhalten Sie 0.5 Punkte, total 3 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- Antworten müssen sich auf **Personalbereich** beziehen:  
*falsch sind Angaben wie Lieferadresse, Webseite, Öffnungszeiten, MWST-Nummer, UID-Nummer, Rabattierungsstufe usw.*
- mehrere gleichartige Antworten geben nur einmal 0.5 Punkte  
(in Lösungsvorschlägen auf gleicher Zeile)
- weitere sinnvolle Antworten aus dem Personalbereich möglich

**Lösungsvorschläge**

<p><b>Informationen Personal- datenbank</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Name, Vorname</li> <li>▪ Privatadresse (Strasse, PLZ, Ort)</li> <li>▪ Privattelefonnummer, Mobile-Nummer</li> <li>▪ E-Mail</li> <li>▪ Foto</li> <li>▪ Abschluss Grundbildung (Beruf, Stufe, wann)</li> <li>▪ Funktion im Unternehmen</li> <li>▪ Abteilung</li> <li>▪ Beschäftigungsgrad, Arbeitstage</li> <li>▪ Eintrittsdatum</li> <li>▪ Austrittsdatum</li> <li>▪ AHV-Nummer (alt / neu)</li> <li>▪ Geburtstag</li> <li>▪ Geschlecht, Frau / Mann</li> <li>▪ Sprache</li> <li>▪ gesetzliche/r Vertreter/in</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zivilstand</li> <li>▪ Name Partner/in</li> <li>▪ Kinder</li> <li>▪ Heimatort</li> <li>▪ Nationalität</li> <li>▪ Aufenthaltsstatus</li> <li>▪ Quellensteuerabzug</li> <li>▪ Bankverbindung</li> <li>▪ Bruttolohn, Zulagen</li> <li>▪ Personalnummer</li> <li>▪ Zugangsberechtigung / Schlüssel</li> <li>▪ ehemalige/r Arbeitgeber</li> <li>▪ Rabattkarteninhaber</li> <li>▪ usw.</li> </ul>
---	--	---

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

- b. Der Schnupperlehrling wundert sich über die vielen Informationen, die da gesammelt werden. Erklären Sie ihm, wozu die folgenden Angaben notwendig sind.

Für jede korrekte Erklärung in ganzen Sätzen erhalten Sie 1 Punkt, total 3 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- Antworten müssen sich auf den **Personalbereich** beziehen:  
*falsch sind Angaben wie: für Werbeversand / zur Unterscheidung von Kundengruppen / für gezielte Bewerbung mit Produkten/Dienstleistungen / für den Versand (zu ungenau) usw.*
- Antworten in Stichworten 0 Punkte
- weitere sinngemässe Lösungen in ganzen Sätzen aus dem Personalbereich möglich

**Lösungsvorschläge**

<b>AHV-Nummer</b>	<p>Die AHV-Nummer muss sowohl auf der monatlichen Lohnabrechnung als auch auf dem jährlichen Lohnausweis angegeben werden.</p> <p>Wir benötigen die Nummer, um am Ende des Jahres mit der Sozialversicherungsanstalt die Prämien für AHV/IV/EO/ALV abzurechnen.</p> <p>Die Nummer wird benötigt, um bei verschiedenen Sozial- und Personenversicherungen die Prämien je Mitarbeiter/in abzurechnen.</p> <p>Die AHV-Nummer ist eine Nummer, die für jede Person individuell ist. Deshalb kann sie in einem Unternehmen gleichzeitig als Personalnummer benutzt werden.</p>
<b>Private Adresse</b>	<p>Wir versenden die Lohnabrechnung / den jährlichen Lohnausweis an die Privatadresse der Mitarbeiter/innen.</p> <p>Jede/r Mitarbeiter/in erhält regelmässig eine Mitarbeiterzeitung / ein Informationsblatt / ein/e ..... Damit diese Informationen sicher ankommen und weil wir mehrere Firmenstandorte haben, versenden wir diese an die Privatadresse.</p> <p>Wenn wir die Privatadresse kennen, können wir jemanden auch bei Krankheit zu Hause erreichen.</p>
<b>Zivilstand</b>	<p>Im Falle eines Unfalles oder einer akuten Krankheit wissen wir, wen wir informieren müssen.</p> <p>Diese Information wird bei der Pensionskasse benötigt. Diese weiss dann, dass evtl. Angehörige (Partner/in, Kinder) berechtigt sind, eine Rente zu erhalten, wenn der/die Mitarbeiter/in invalide wird oder stirbt.</p>

**Branchenkundentext Grundlagen Personaladministration / üK 6**

**Lösung 3**

**6 Punkte**

**Leistungsziel 1.1.4.1.1 Märkte und Kunden in der Branche (K4)**

**Ausgangslage**

Jeder Handelsbetrieb stellt sich bestmöglich auf seine Kunden ein. Dafür ist es notwendig, deren Ansprüche an das Unternehmen zu kennen. Aber nicht nur die Kunden, auch die Kapitalgeber haben Ansprüche an den Handelsbetrieb.

**Aufträge**

a. Erklären Sie den Begriff "Kapitalgeber".

Für eine korrekte und vollständige Erklärung in ganzen Sätzen erhalten Sie 2 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- Antwort in Stichworten 0 Punkte
- ähnliche, in diesem Sinne formulierte Lösungen in ganzen Sätzen möglich

**Lösung**

Kapitalgeber sind Personen oder Institutionen (z. B. Banken, Investment-Gesellschaften, Aktionäre usw.), die dem Unternehmen Geld für die Finanzierung der Geschäftstätigkeit zur Verfügung stellen. Dies kann in Form von (zinslosen) Darlehen oder Hypotheken oder durch den Kauf von Aktien, Anteilscheinen u. Ä. geschehen.

b. Nennen Sie 4 Ansprüche, die die Kunden eines Handelsbetriebs an das Unternehmen haben. Zählen Sie ausserdem 4 Ansprüche der Kapitalgeber an einen Handelsbetrieb auf. Jeder Anspruch darf nur einmal genannt werden.

Für jeden richtigen Anspruch erhalten Sie 0.5 Punkte, total 4 Punkte.

**Korrekturhinweis**

- weitere sinnvolle Antworten möglich

**Lösungsvorschläge**

<p><b>Ansprüche von Kunden an einen Handelsbetrieb</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Freundliche, kundenorientierte, vertrauenswürdige Mitarbeitende</li> <li>▪ Gute Qualität</li> <li>▪ Umweltschonende Produkte / Produktionsverfahren</li> <li>▪ Faires Preis-/Leistungs-Verhältnis, Rabatte</li> <li>▪ Gute Serviceleistungen, lange Öffnungszeiten</li> <li>▪ Gute Zahlungs- und Lieferkonditionen</li> <li>▪ Einfache Bestellvorgänge, schnelle Lieferung</li> <li>▪ kurze / Einhaltung der Lieferfristen / Verfügbarkeit Produkte</li> <li>▪ (stets) aktuelles / breites Sortiment</li> </ul>
<p><b>Ansprüche von Kapitalgebern an einen Handelsbetrieb</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ (pünktliche) Zinszahlungen für Kredite, Rückzahlung Darlehen</li> <li>▪ Ausschüttung von Gewinnen und Dividenden</li> <li>▪ Transparenz über / Informationen zum Geschäftsgang,</li> <li>▪ Mitsprache bei Entscheidungen, Durchführung / Einladung GV</li> <li>▪ Pflege eines positiven Images des Unternehmens</li> <li>▪ Sorgfältiger Umgang mit den investierten Geldern</li> </ul>

**Branchenkundentext Marketing I / üK 2 und**

**Branchenkundentext Branche & Unternehmen III / üK 5**

Punkte

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

**Lösung 4**

**6 Punkte**

Punkte

**Leistungsziel 1.1.8.3.1 Kenntnisse über die Branche (K2)**

**Ausgangslage**

Handelsbetriebe nehmen verschiedene Funktionen wahr, welche von Bedeutung für die Wirtschaft und die Konsumenten sind.

**Auftrag**

Nennen Sie 3 solche Funktionen und beschreiben Sie zu jeder Funktion in ganzen Sätzen, wie Ihr Lehrbetrieb diese Funktion konkret wahrnimmt.

Für jede Funktion mit konkreter Beschreibung der Umsetzung im Lehrbetrieb in ganzen Sätzen erhalten Sie 2 Punkte, total 6 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- **Liste Funktionen ist abschliessend!**
- Funktionen müssen genau wie im Branchenkundentext benannt sein (siehe Lösungsvorschläge)
- nur Funktion gemäss Branchenkundentext ohne Beschreibung 0.5 Punkte
- verständliche, nachvollziehbare Beschreibung in ganzen Sätzen 1.5 Punkte  
Teilpunkte für Beschreibung möglich, Abzüge begründen
- Beschreibung in Stichworten 0 Punkte
- Beschreibung ohne konkreten Bezug zum Lehrbetrieb (z. B. "Man kann eine Kundenkarte herausgeben.")  
oder in allgemeiner Formulierung (z. B. "Die Waren werden transportiert.") 0 Punkte
- weitere sinnvolle Antworten möglich

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

Punkte

Lösungsvorschläge

(Korrekturhinweise vorhergehende Seite beachten!)

Funktion	Konkrete Umsetzung in meinem Lehrbetrieb (individuelle Antworten – Lösungen in ganzen Sätzen)
<b>Mengenausgleich (Quantitätsf.)</b>	Warenbeschaffung bei verschiedenen Lieferanten weltweit Verpackung in Verkaufseinheiten Bereitstellung kunden- / filialkommissioniert oder in Klein- und Grosspack. Kleinmengenverkauf / Verkaufseinheiten für Grossverbraucher usw.
<b>Güteaussgleich (Qualitäts-/ Sortimentsf.)</b>	<p><u>Sortiment</u>: Sortimentsbestimmung nach Abverkaufszahlen, Marktforschung passende Zusatzartikel (z.B. zu Sportschuhen: Socken, Pflegemittel usw.) regionalspezifisches Sortiment (Land, Region, Kultur) usw.</p> <p><u>Kundendienst</u>: Hauslieferdienst, Lieferung von Verpackungs- / Transportmat., Zwischenlagerung, Kommissionierung nach Auftrag, Auswahlendung Online-Bestellung, Kauf per Kreditkarte, Reparaturdienst, Nachkaufgarantien Bereitstellen von Warenträgern, Displays, Paletten, Gittern, Rollcontainern Entsorgung von Altmaterial usw.</p> <p><u>Preisanpassung</u>: einheitliche Preisgestaltung Sortimente in verschiedenen Preisklassen (tief – mittel – hoch) Aktionen, Rabatte usw.</p> <p><u>Manipulation</u>: Zuschneiden, Abpacken Verpacken (z.B. Verpackungen nach Saison oder Festtagen) Abrüsten, Kontrollieren (Verfalldaten, Preise, Auszeichnungen) Auszeichnen (mit Preis, Barcode, Zusatzinformationen) usw.</p>
<b>Transport</b>	eigener Fuhrpark, Zusammenarbeit mit einem / mehreren Transportdienstl. Hauslieferung usw. Verkauf an mehreren Standorten (Filialen, Verkaufspunkte, Lagerhäuser) Expressbestellungen beim Lieferanten im Ausland usw.
<b>Lagerhaltung</b>	eigenes Lager, Lagerflächen bei einem Lageranbieter Lager von gut nachgefragten Produkten in der Schweiz usw. rechtzeitige Einlagerung von Saisonartikeln, Lagerung von Saisonwaren Mietartikel usw.
<b>Versorgung</b>	Beschaffung von lebensnotwendigen Gütern (Lebensmittel, Artikel des täglichen Bedarfs) weltweit usw. Pflichtlager, langfristige Verkaufsplanung (→ langfristige Beschaffungspl.) Ersatzteile usw.
<b>Kredit/ Finanzierung</b>	Kreditkarten / Debitkarten akzeptiert lange Zahlungsfristen für Kunden, Teil-/ Ratenzahlungsverträge Vorfinanzierung Ware beim Lieferanten, Konsignationslager beim Kunden
<b>Information/ Beratung</b>	Kataloge, Prospekte, Preislisten Newsletter für Kunden, Werbung, Kundenmagazine usw. Call-Center, Hotline, Homepage Kundenberatung im Verkaufsgeschäft, Aussendienst usw. Demonstrationen, Videos, Degustationen, Gebrauchsanweisungen, Produktinformationen neben der Ware, Plakate mit Kundeninfo usw. Aufzüge mit Waren aus verschiedenen Sortimentsbereichen in Verkaufsgeschäft / Schaufenster / Werbevitrine usw. (Teigwaren mit verschiedenen Saucenzutaten, Geschirr, Kochlöffel, Tischdekoration, Getränke usw.) usw.

Erreichte Punktzahl pro Seite

**Branchenkundentext Branche & Unternehmen II / ÜK 4**

**Lösung 5**

**4 Punkte**

Punkte

**Leistungsziel 1.1.3.4.1 Kundenreklamationen (K2)**

**Ausgangslage**

Kundenreklamationen sind zwar ärgerlich, aber auch eine Chance für das Unternehmen. Eine gute Reklamationsbearbeitung kann sich positiv auf das Image des Unternehmens auswirken.

**Auftrag**

Notieren Sie 8 wichtige Informationen, welche zur weiteren Bearbeitung der Reklamation notwendig sind, wenn ein Kunde/eine Kundin telefonisch reklamiert.

Ordnen Sie die Informationen sinnvoll den Begriffen in der linken Spalte der untenstehenden Tabelle zu.

Pro wichtige, richtig zugeordnete Information erhalten Sie 0.5 Punkte, total 4 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- mehrere gleichartige Antworten geben nur 1 x 0.5 Punkte (in Lösungsvorschlägen auf gleicher Zeile)
- Vorschlag Information nicht passend zur Frage in der linken Spalte 0 Punkte
- weitere sinnvolle Antworten möglich

**Lösungsvorschläge**

**Wichtige Notizen zu einer telefonischen Kundenreklamation:**

<b>Wer?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unternehmen, Adresse, Kundennummer</li> <li>▪ Name Anrufer, Rückrufzeit</li> <li>▪ Telefon Zentrale, Telefon direkt, Mobile, Rückrufzeit</li> <li>▪ Auftragsnummer, Kommission, Rechnungsnummer</li> </ul>
<b>Wann?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Datum, Uhrzeit Anruf</li> <li>▪ Datum / Uhrzeit Ereignis / Ereignis zum ersten Mal</li> <li>▪ Datum Kauf / Datum Lieferung</li> </ul>
<b>Was?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auftragsnummer, Kommission, Rechnungsnummer</li> <li>▪ Beanstandete/s Produkt / Dienstleistung / Lieferung</li> <li>▪ Produkt: Artikelnummer, wann / wo gekauft, Beratung durch wen</li> <li>▪ Dienstleistung: erbracht durch wen</li> <li>▪ Lieferung: durch wen</li> <li>▪ Ereignis: was genau / wo / wer beteiligt / Folgen</li> <li>▪ Problem: was genau / wo / Folgen</li> <li>▪ (mögliche) Ursache(n) des Problems</li> </ul>
<b>Wie weiter?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lösungsansätze / Wünsche Kunde / Möglichkeiten Verkäufer</li> <li>▪ Vereinbarung mit dem Kunden (Rückruf, Abholung, Abklärung, Weiterleitung usw.)</li> <li>▪ Reklamation entgegengenommen durch wen? Weitergeleitet an? Erledigt durch?</li> </ul>

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

**Branchenkundentext Beraten & Verkaufen – Reklamationen / üK 5**



## Lösung 6

5 Punkte

### Leistungsziel 1.1.2.2 Kundengespräche führen (K5)

#### Ausgangslage

Gespräche spielen eine wichtige Rolle in der Beziehung zu Kunden und anderen Geschäftspartnern.

#### Korrekturhinweise

- Lösungsvorschläge zur Art der Fragen sind abschliessend
- weitere sinnvolle Vorschläge für Fragen möglich

#### Aufträge

##### Lösungsvorschläge

- a. Welche Art von Fragen stellen Sie bei der Bedarfserfassung in einem Gespräch?

Sie erhalten für die richtige Antwort 0.5 Punkte.

offene Fragen / W-Fragen / Fragen, die mit Wörtern wie Was / Wer / Wie / Wo / Wie lange / Wofür usw. beginnen

Notieren Sie 2 mögliche Fragen zur Bedarfserfassung aus Ihrem beruflichen Alltag.

Sie erhalten pro nachvollziehbare und sinnvolle Frage 1 Punkt, total 2 Punkte.

Mit wem darf ich Sie verbinden?

Welches Produkt möchten Sie bestellen?

Auf welchen Termin benötigen Sie die Ware?

Welche Farbe darf ich Ihnen senden?

Wie viele Stück benötigen Sie? usw.

- b. Welche Art von Fragen setzen Sie ein, um bei der Vereinbarung mit dem Kunden dessen Wünsche überprüfen zu können?

Sie erhalten für die richtige Antwort 0.5 Punkte.

geschlossene Fragen / Fragen, die sich nur mit Ja oder Nein beantworten lassen

Formulieren Sie 2 mögliche Fragen zur Überprüfung der Kundenwünsche.

Sie erhalten pro nachvollziehbare und sinnvolle Frage 1 Punkt, total 2 Punkte.

Sie möchten Herrn Müller sprechen?

Sie bestellen also 10 Boxen mit und 10 Boxen ohne Deckel?

Der gewünschte Liefertermin bei Ihnen soll der 10. Juni sein?

Möchten Sie noch weitere Produkte bestellen?

Darf ich Ihnen ein Muster des neuesten Produkts zu Ihrer Bestellung mitliefern? usw.

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

### Branchenkundentext Beraten & Verkaufen - Professionelle Gesprächsführung / üK 2

## Fallstudie 1 GLANZER AG



Glanzer AG, Industriestr. 72, 4600 Olten  
Tel. 062 287 87 27, Fax 062 287 87 28  
[www.glanzer.ch](http://www.glanzer.ch), [mail@glanzer.ch](mailto:mail@glanzer.ch)

### Unternehmen

Ihr Lehrbetrieb, die Glanzer AG, ist ein kleiner Versandhandel für Party-Artikel mit Sitz in Olten. Neben Herrn Walter Glanzer, dem Geschäftsleiter, sind noch 2 Mitarbeiter sowie Sie als Lernende/r bei der Glanzer AG tätig.

Das Sortiment der Glanzer AG setzt sich aus einer grossen Vielfalt an Wegwerfgeschirr, Utensilien zur Tisch- und Raumdekoration, Scherzartikeln, Tischbomben und Feuerwerk zusammen.

### Ausgangslage

Herr Glanzer macht sich seit einiger Zeit Gedanken, wie er sein Geschäft noch wirtschaftlicher führen könnte. In einem ersten Schritt möchte er die aktuelle Situation in seinem Warenlager unter die Lupe nehmen. Dazu hat er sich die Lagerkennzahlen eines Konkurrenzbetriebs besorgt, mit dessen Geschäftsleiter er privat befreundet ist.

**Lösung 7 / Fallstudie 1 GLANZER AG**

**11 Punkte**

**Leistungsziel 1.1.1.2.1 Lagerarten und -kosten (K4)**

**Ausgangslage**

Herr Glanzer hat von der Firma Gloria AG die untenstehenden Kennzahlen bekommen und möchte diese nun mit denjenigen seiner Firma vergleichen:

	Glanzer AG	Gloria AG
Umsatz zum Einstandspreis	CHF 720'000	CHF 600'000
Anfangsbestand (AB)	CHF 50'000	CHF 35'000
Endbestand (EB)	CHF 70'000	CHF 45'000

**Aufträge**

- a. Berechnen Sie für beide Firmen die folgenden Lagerkennzahlen:  
Durchschnittlicher Lagerbestand, Lagerumschlag und durchschnittliche Lagerdauer.

Pro richtig berechnete Kennzahl inklusive Rechnungsweg erhalten Sie 1 Punkt, total 6 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- Zahlen richtig eingesetzt, falsch gerechnet 0.5 Punkte
- Folgefehler kein Abzug, wenn Zahlen richtig eingesetzt und richtig gerechnet
- Lösungen ohne ersichtliche Herleitung (Rechnungsweg) 0 Punkte
- Liste Lösung abschliessend, keine weiteren Lösungsvarianten

**Lösung**

	Glanzer AG	Gloria AG
<b>Durchschnittlicher Lagerbestand (CHF)</b>	$\frac{50'000 + 70'000}{2} = 60'000$	$\frac{35'000 + 45'000}{2} = 40'000$
<b>Lagerumschlag (x)</b>	$\frac{720'000}{60'000} = 12x$	$\frac{600'000}{40'000} = 15x$
<b>Durchschnittliche Lagerdauer (Tage)</b>	$\frac{360}{12} = 30$	$\frac{360}{15} = 24$

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

- b. Analysieren Sie Ihre Ergebnisse aus Auftrag a. und entscheiden Sie, welches Unternehmen sein Lager besser bewirtschaftet. Anschliessend begründen Sie Ihre Entscheidung.

Für die korrekte Antwort inklusive nachvollziehbarer Begründung in ganzen Sätzen erhalten Sie 2 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- richtiges Unternehmen ohne Begründung 0.5 Punkte
- richtiges Unternehmen plus die Hälfte der markierten Aussagen 1 Punkt
- andere sinngemässe Formulierungen möglich

**Lösung**

**Bessere Lagerbewirtschaftung durch**

<b>Unternehmen</b>	Gloria AG
<b>Begründung</b>	Die <u>Firma Gloria</u> führt ihr Lager wirtschaftlicher, da ihre Ware <u>weniger lang an Lager</u> liegt und somit das <u>Kapital weniger lang gebunden</u> ist. Eine <u>höhere Lagerumschlagszahl</u> bedeutet eine <u>kürzere Lagerdauer</u> , was wiederum <u>niedrigere Lagerkosten</u> bedeutet.

- c. Bevor sich Herr Glanzer Gedanken dazu machen kann, welche Lösungen nach der Analyse möglich wären, steht die Inventur an. Beschreiben Sie in einem ganzen Satz, was der Begriff "Inventur" bedeutet.

Für die korrekte Begriffserklärung erhalten Sie 1 Punkt.

**Korrekturhinweise**

- andere sinnvolle Formulierungen möglich
- kein ganzer Satz: 0.5 Punkte
- Antworten "Ergebnis der Zählung", "Bestandesverzeichnis", "Überprüfung der Lagerbestände" sind falsch

**Lösung**

Die Inventur bezeichnet den Vorgang, bei dem der tatsächliche Lagerbestand mengen- und wertmässig gezählt wird (Bestandeszählung).

- d. Die Auswertung der Inventur hat ergeben, dass bei den Tischbomben eine erhebliche Inventur-differenz besteht.

Nennen Sie 2 mögliche Ursachen für Differenzen beim IST-Bestand sowie 2 mögliche Ursachen für Differenzen beim SOLL-Bestand.

Für jede korrekte Antwort erhalten Sie 0.5 Punkte, total 2 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- eine Ursache darf nur einmal genannt werden
- weitere sinnvolle Formulierungen möglich

**Lösung**

Ursachen Differenzen IST-Bestand	Ursachen Differenzen SOLL-Bestand
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wareneingangsfehler</li> <li>▪ nicht erkannte Lieferdifferenzen</li> <li>▪ Beschädigung im Lager</li> <li>▪ nicht erkannte Transportschäden</li> <li>▪ Diebstahl</li> <li>▪ Retouren nicht / nicht genau erfasst</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ein- resp. Ausgänge nicht richtig erfasst</li> <li>▪ Ware falsch gerüstet / Mitarbeiter haben sich verzählt</li> <li>▪ Lagerbewegungen nicht oder doppelt erfasst</li> <li>▪ falscher Artikel erfasst</li> <li>▪ Systemfehler (falsche Verbuchung)</li> </ul>

**Branchenkundentext Lagerhaltung / üK 4**

**Lösung 8 / Fallstudie 1 GLANZER AG**

**21 Punkte**

Punkte

**Leistungsziel 1.1.4.2.1 Marketing (K5)**

**Ausgangslage**

Die Analyse der Lagerkennzahlen hat ergeben, dass die Glanzer AG ein zu grosses Warenlager hat. Speziell im Bereich Tischdekoration hat sich in den letzten Jahren eine Unmenge an Artikeln in den verschiedensten Varianten angesammelt. Dieses Überlager möchte Herr Glanzer so rasch als möglich reduzieren.

**Aufträge**

- a. Nennen Sie 4 Möglichkeiten, wie die Glanzer AG ihr Überlager an Tischdekoration innerhalb von drei Monaten auf rund die Hälfte reduzieren kann.

Für jede sinnvolle Antwort erhalten Sie 0.5 Punkte, total 2 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- weitere sinnvolle Vorschläge möglich
- mehrere gleichartige Nennungen zählen nur 1 x (z.B. Spenden/verschenken/gratis mitgeben)

**Lösungsvorschläge**

- aktiv bewerben, um Kaufanreize zu steigern: Telefonaktionen, Grosskunden ansprechen,
- Aktionen (aktuelle Preise senken), Sonderangebote
- Staffelpreise, Rabatte, Gutscheine
- 2 bezahlen, 3 mitnehmen für gleiches Produkt oder  
2 bezahlen, das 3. Produkt ist gratis für unterschiedliche Produkte
- Ware zu Themenpaketen zusammenstellen (z. B. Kindergeburtstag, Ostern, Weihnachten, Sommerparty, Goldene Hochzeit usw.), zu reduzierten Preisen verkaufen,
- Rampenverkauf, Lagerverkauf, Sonderverkauf, (R)ausverkauf, Outletverkauf, Ausverkauf, Räumungsverkauf
- spenden / verschenken, Sponsoring (z. B. an Organisation für Kinder / Jugendliche, an Heime usw.)
- gratis zum Mitnehmen
- vernichten
- **keine Lösung:** Werbung (zu allgemein), Tag der offenen Tür, Messen, retour an Lieferant, Flyer, Broschüren, Wettbewerb, keine Ware mehr bestellen, Mund-zu-Mund-Werbung

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

- b. Herr Glanzer beschliesst, in seinem Lager an der Industriestrasse in Olten am ersten Samstag im September einen Rampenverkauf durchzuführen und beauftragt Sie damit, für diesen Anlass einen Flyer zu entwerfen. Erstellen Sie auf der nachfolgenden Seite einen Flyer, der alle wichtigen Informationen enthält und das AIDA-Prinzip berücksichtigt. Diejenigen Informationen, die Sie nicht der Aufgabe entnehmen können, dürfen Sie frei erfinden.

Für einen vollständigen, interessant gestalteten Flyer erhalten Sie 8 Punkte.

### Korrekturhinweise

- Flyer muss sich auf Ausgangslage beziehen
- Punkteverteilung:
  - je berücksichtigte AIDA-Phase 1 Punkt, total 4 Punkte
  - korrekte Nennung aller wichtigen Informationen (unterstrichen) 2 Punkte, fehlende bzw. fehlerhafte Informationen Abzug 0.5 Punkte, maximal 2 Punkte, als Fehler gelten: Datum nicht September, Tag nicht Samstag, abweichende Adresse
  - Rechtschreibung: 1 Punkt  
Rechtschreibfehler Abzug je Fehler 0.25 Punkte, maximal 1 Punkt
  - Gesamteindruck: 1 Punkt (Kreativität, Bezug zur Ausgangslage usw.)
- sinnvolle andere Inhalte möglich

### Lösungsvorschlag

Attention



Logo, Bild  
oder ander-  
rer Blick-  
fang

**NICHT VERPASSEN! GROSSER RAMPENVERKAUF!**

**50% Preisnachlass auf alle Tischdekorationen!**

Glanzer AG, Industriestr. 72, 4600 Olten

Wir räumen unser Lager – Sie profitieren!

Interest

Sie haben die einmalige Gelegenheit, eine grosse Vielfalt an Tischdekorationen zu unschlagbaren Preisen zu kaufen!

Desire

Ausserdem stehen gratis Getränke für Sie bereit und Sie erhalten von unseren Mitarbeitern Dekorations-Tipps für Ihren nächsten Anlass.

Action

Samstag, 3. September 2016, 8 – 18 Uhr

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

Punkte

- c. Welche weiteren Werbemassnahmen kommen in Frage, um nebst dem Verteilen von Flyern auf den Rampenverkauf aufmerksam zu machen?

Nennen Sie 4 weitere sinnvolle Werbemassnahmen, die Sie Herrn Glanzer vorschlagen, damit möglichst viele Interessenten auf den Rampenverkauf aufmerksam werden.

Für jede sinnvolle Antwort erhalten Sie 0.5 Punkte, total 2 Punkte.

#### Korrekturhinweise

- mehrere gleichartige Nennungen zählen nur 1 x (z.B. Aushang/Plakat)
- TV-Spot falsch! (unverhältnismässig)
- weitere sinnvolle Formulierungen möglich

#### Lösungsvorschläge

- Mailing an Kunden
- Info auf eigener Homepage / Pop-up-Fenster / Newsletter
- Facebook / andere soziale Medien
- Inserat in Lokalzeitung / Generalanzeiger / Stadtnachrichten
- Aushang / Plakat am Standort
- Aushang am Bahnhof, an anderen gut frequentierten Standorten
- Werbebanner in der Umgebung des Standortes, Klappständer an Strasse
- Mundpropaganda
- Radiospot (Regionalradio)
- usw.

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite



- d. Der Rampenverkauf war ein derartiger Erfolg, dass Herr Glanzer beschliesst, parallel zum Internet-Verkauf seine Produkte in Zukunft auch in einem kleinen Laden in Olten zu verkaufen. In der Nähe des Bahnhofes findet er ein kleines Lokal, das ab Oktober zu mieten ist.

Welche Kriterien muss Herr Glanzer bei seiner Entscheidung für eine Miete des Lokals berücksichtigen?

Nennen Sie 6 Kriterien, die Herr Glanzer in die Prüfung des Standorts miteinbeziehen sollte und nennen Sie pro Kriterium 1 konkrete Frage, die sich Herr Glanzer bezüglich seines Ladens stellen muss. Beachten Sie dazu das Beispiel.

Für jedes richtige Kriterium inklusive sinnvoller, ausformulierter Frage in einem ganzen Satz erhalten Sie 1.5 Punkte, total 9 Punkte.

### Korrekturhinweise

- pro richtiges Kriterium 0.5 Punkte
- pro sinnvolle Frage in ganzem Satz 1 Punkt
- fehlender Bezug Frage zur Fallstudie 0 Punkte  
(z. B. "Ist ein Helikopterlandeplatz für den CEO vorhanden?")
- Aussagesätze oder Stichworte anstelle von Fragen 0 Punkte
- weitere sinnvolle Fragestellungen möglich

### Lösungsvorschläge

Kriterium	Frage
Rechtliche Rahmenbedingungen	- Gibt es baurechtliche Vorschriften, die mich in der Umgestaltung des Lokals einschränken?
Standort- und Umfeldfaktoren	- Ist das Lokal gut mit öV zu erreichen? Kann das Lokal mit Lastwagen zur Belieferung angefahren werden? - Hat das Lokal Kundenparkplätze?
Marktpotenzial, Marktvolumen und Kaufkraft	- Wie laufen die bestehenden Verkaufsstellen in der Nähe? - Wie viele Menschen wohnen/arbeiten im Einzugsgebiet dieses Lokals?
Kundennähe	- Liegt das Lokal in einem Gebiet, in dem viele potentielle Kunden wohnen/arbeiten? - Ist das Lokal gut erreichbar?
Konkurrenzbetriebe oder -angebote	- Gibt es bereits weitere Läden in der Nähe, die gleiche Produkte wie ich anbieten? - In welcher Preisklasse bieten Konkurrenzbetriebe ihre Ware an?
Kosten	- Liegt die geforderte Miete im Rahmen meines Budgets? - Wie viel muss ich in einen Umbau investieren, damit das Lokal so aussieht, wie ich es mir vorstelle?
Personalrekrutierung	- Wie viel Personal würde ich einstellen müssen? - Welchen Lohn müsste ich einem Verkäufer zahlen?
Umsatz- / Gewinnsschätzung	- Wie viel Umsatz müsste ich pro Monat erwirtschaften, damit sich die Führung dieses Ladens lohnt? - Wie viel Stück würde ich pro Monat pro Produktkategorie verkaufen?

**Lösung 9 / Fallstudie 1 GLANZER AG**

**5 Punkte**

**Leistungsziel 1.1.1.4.1 Transportmittel und Verpackung (K3)**

**Ausgangslage**

Herr Glanzer bestellt für kommenden Silvester in Shanghai einen Container mit Feuerwerkskörpern und hat Sie damit beauftragt, den Transport zu organisieren.

**Auftrag**

Aufgrund von vorherigen Feuerwerk-Transporten aus Shanghai wissen Sie, dass diese jeweils über drei Etappen von China nach Olten gelangt sind. Beschreiben Sie, auf welchem Weg der Container von Shanghai bis ins Lager der Glanzer AG in Olten transportiert werden soll und geben Sie für jede Etappe an, welches Transportmittel Sie dafür einsetzen möchten.

Nennen Sie zusätzlich für jede Etappe inklusive gewähltem Transportmittel je einen Vor- und einen Nachteil, den Ihre Wahl mit sich bringen würde. Jeder Vor- bzw. Nachteil darf nur einmal genannt werden.

Für einen sinnvollen Transportweg, d.h. 3 sinnvolle Etappen von Shanghai bis ins Lager der Glanzer AG in Olten, erhalten Sie 1 Punkt. Die dazu passenden Transportmittel ergeben insgesamt 1 Punkt. Jeder sinnvolle Vorteil bzw. Nachteil gibt 0.5 Punkte, total 3 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- Transportweg nur teilweise richtig 0 Punkte
- nicht alle gewählten Verkehrsmittel sinnvoll 0 Punkte
- weitere sinnvolle Vor- und Nachteile möglich, zu ähnliche Vor- bzw. Nachteile nur 1 x 0.5 Punkte
- Flugzeug als Transportmittel 0 Punkte (Es sei denn, in der Lösung wird klar beschrieben, dass der Container entladen und die Ware umgeladen wird.)
- weitere sinnvolle Etappen möglich

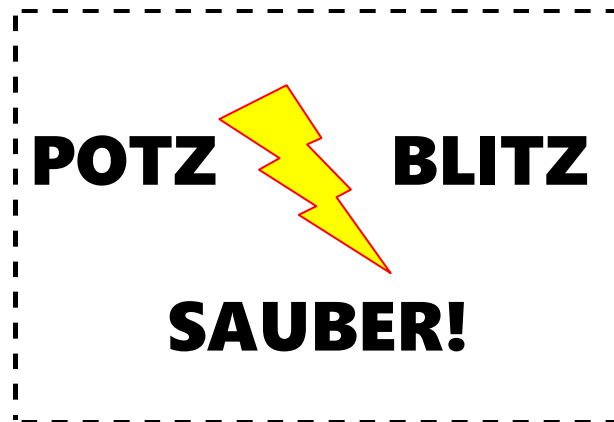
**Lösungsvorschläge**

	<b>Etappe (von – bis)</b>	<b>Transportmittel</b>	<b>Vorteil</b>	<b>Nachteil</b>
<b>1. Etappe</b>	Shanghai – Genua Alternativen: Shanghai – Amsterdam Shanghai - Hamburg	Schiff	kostengünstig umweltfreundlich grosse Kapazitäten	langsam Infrastruktur Transportrisiko (Feuchtigkeit)
	Alternative: Amsterdam – Basel Basel – Olten	Rheinschiff Bahn	siehe Feld oben / unten	siehe Feld oben / unten
<b>2. Etappe</b>	Genua – Olten Bhf Alternative: Hamburg - Olten	Bahn	kostengünstig umweltfreundlich	unbeaufsichtigt langsam unflexibel
<b>2. Etap.</b>	Alternative: Genua bzw. Amsterdam bzw. Hamburg bzw. Ba- sel – Lager Glanzer AG	Bahn	kostengünstig umweltfreundlich	Gleisanschluss notwendig unflexibel unbeaufsichtigt
<b>3. Etappe</b>	Olten Bahnhof – Lager Glanzer AG	LKW	sicher flexibel schnell direkt	teuer umweltschädlich Unfallrisiko Staurisiko

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

**Branchenkundentext Spedition / üK 4**

## Fallstudie 2 Potz Blitz AG



Potz-Blitz AG - Badenerstrasse 585  
8048 Zürich  
T 044 555 55 05 – F 044 555 55 55  
www.potzblitz.biz – [info@potzblitz.biz](mailto:info@potzblitz.biz)

### Unternehmen

Die Potz Blitz AG handelt mit Putzmaschinen, Putzgeräten und Putzmitteln für Grossabnehmer (Immobilienbewirtschafter, Unternehmen, Gastronomiebetriebe, Schulen, Heime usw.).

Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Zürich und vertreibt die Produkte über 5 Filialen, verteilt über die ganze Schweiz.

### Ausgangslage

Für die Kadermitarbeiter des Hauptsitzes und der Filialen (insgesamt 30 Personen) findet alljährlich eine zweitägige Kadertagung statt. Sie sind als Lernende/r derzeit im Geschäftsleitungssekretariat beschäftigt und übernehmen einige Aufgaben im Zusammenhang mit der Vorbereitung und Durchführung dieser Tagung, welche dieses Jahr vom 22. – 23. September 2016 stattfindet.

## Lösung 10 / Fallstudie 2 Potz Blitz AG

10 Punkte

### LZ 1: 1.1.1.1 Material / Waren oder Dienstleistungen beschaffen (K5)

#### Ausgangslage

Sie erhalten den Auftrag, ein geeignetes Seminarhotel vorzuschlagen. Die Geschäftsleitung stellt folgende Anforderungskriterien an den Durchführungsort der Tagung:

- Seminarraum für 30 Personen, professionell ausgestattet (Beamer, Laptop, Leinwand, Mikrofon, Lautsprecher, Flipcharts, Pinnwände, Whiteboard, Moderatorenkoffer)
- Restaurant mit Vollpension, Barbetrieb am Abend
- genügend Einzelzimmer verfügbar
- Anreise für rund 10 Mitarbeiter bereits am Vorabend notwendig (= 2 Übernachtungen)
- zentral gelegen
- Erholungs- und Entspannungsangebot für das Rahmenprogramm
- Preis maximal CHF 400.00 Seminarpauschale pro Person (Übernachtung, Vollpension [Frühstück, 2 Mittagessen, 1 Abendessen, Pausenerfrischungen], Benutzung Seminarraum)

Auf Ihre Anfrage bei verschiedenen Seminarhotels erhalten Sie die folgenden 2 Offerten:

#### Offerte Seminarhotel Ramada, Thalwil

([www.ramada-thalwil.com](http://www.ramada-thalwil.com), [reception@ramada-thalwil.com](mailto:reception@ramada-thalwil.com))

- Seminarhotel bietet keine technischen Hilfsmittel, diese müssen selber organisiert werden
- ruhige Lage, nur 20 Minuten vom Hauptbahnhof Zürich entfernt
- Einzelzimmer für gewünschte Anzahl Personen verfügbar
- Restaurant inkl. Frühstück, Barbetrieb; 3 weitere Mahlzeiten kosten CHF 60.00 pro Person
- Innenpools und Sauna vorhanden, Benutzung im Preis inbegriffen
- Shuttleservice inklusive
- Preis pauschal pro Person CHF 380.00

#### Offerte Seminarhotel Zürich City

([www.zurichcityhotel.com](http://www.zurichcityhotel.com), [info@zurichcityhotel.com](mailto:info@zurichcityhotel.com))

- Seminarhotel bietet die folgenden technischen Hilfsmittel: Beamer, Whiteboard und Flipchart
- zentral gelegen
- Einzelzimmer für gewünschte Anzahl Personen verfügbar
- Restaurant mit Vollpension, Barbetrieb
- Innenpools und Sauna vorhanden, Benutzung im Preis inbegriffen
- Seminarpauschale pro Person CHF 410.00

#### Auftrag

Erstellen Sie eine Nutzwertanalyse (d.h. Offertbeurteilung) mittels 4 sinnvoller Beurteilungskriterien und berechnen Sie den Nutzwert der beiden Offerten. Entscheiden Sie sich für einen Anbieter und begründen Sie Ihren Entscheid.

Für eine nachvollziehbare, korrekte und aussagekräftige Nutzwertanalyse erhalten Sie 7 Punkte; für einen plausiblen Entscheid mit Begründung in ganzen Sätzen 3 Punkte; total 10 Punkte.

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

**Nutzwertanalyse**

**Korrekturhinweise**

- Punkteverteilung:
  - pro sinnvolles Kriterium 0.5 Punkte, total 2 Punkte;
  - sinnvolle Gewichtung der Kriterien gemäss Vorgaben der GL je 0.5 Punkte, total 2 Punkte;  
*Preis pauschal / Verpflegung Vollpension höchste Gewichtung, sonst Abzug 0.5 Punkte*
  - Erholungs- und Entspannungsangebot unwichtigstes Kriterium, sonst Abzug 0.5 Punkte
  - sinnvolle und nachvollziehbare Bewertung je Offerte 1 Punkt, total 2 Punkte;  
*Art der Bewertung (1-5, 1-6, 1-10 u. Ä.) frei wählbar, Bewertung i.S. Rangliste 0 Punkte*
  - korrekte Berechnung je Offerte 0.5 Punkte, total 1 Punkt
- andere Kriterien, andere Gewichtung, andere Bewertung sind möglich, sofern nachvollziehbar dargestellt / begründet

**Lösungsvorschlag**

Kriterium	Gewichtung %	Offerte Hotel Ramada		Offerte Hotel Zürich City	
		Bewertung	Punkte	Bewertung	Punkte
Preis pauschal pro Person	40	5	200	3	120
Verpflegung Vollpension	30	1	30	5	150
Ausstattung Seminar/Erholung	20	1	20	5	100
zentrale Lage	10	2	20	5	50
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>270</b>		<b>420</b>

**Entscheid und Begründung**

**Korrekturhinweise**

- Entscheid gemäss Berechnung 1 Punkt, Entscheid widerspricht Berechnung 0 Punkte
- Entscheid ohne Berechnung 0.5 Punkte
- sinnvolle Begründung 2 Punkte (0.5 Punkte pro Keyword), Begründung in Ansätzen sinnvoll 0.5 Punkte

**Lösungsvorschlag**

**Hotel** Hotel Zürich City

**Begründung** Der Preis pro Person übersteigt zwar die Vorgabe leicht, jedoch sind darin alle Mahlzeiten eingerechnet. Damit ist dies schlussendlich die günstigere Variante. Das Seminarhotel Zürich City bietet ausserdem einige technische Hilfsmittel im Seminarraum an, im Ramada hingegen müsste alles mitgebracht werden. Das Hotel liegt zudem zentraler in Zürich.

**Branchenkundentext Marketing II Vom Lieferanten zum Händler / üK 3**

## Lösung 11 / Fallstudie 2 Potz Blitz AG

8 Punkte

### LZ 1.1.7.1 Dokumente erstellen (K5)

#### Ausgangslage

Nachdem der Entscheid für den Durchführungsort der Kadertagung gefallen ist, muss die Einladung für die Teilnehmer/innen geschrieben werden.

#### Auftrag

Verfassen Sie auf der nachfolgenden Seite eine aussagekräftige Einladung mit allen notwendigen Angaben für die Kadertagung. Das detaillierte Programm wird etwa 2 Wochen vor der Tagung versandt. Die Teilnehmer/innen müssen Ihnen zwingend bis 10. September 2016 mitteilen, ob sie ein Zimmer bereits am Vorabend der Tagung benötigen und ob Spezialwünsche bezüglich Unterkunft und Verpflegung berücksichtigt werden müssen.

Für eine fehlerfreie, kaufmännisch korrekte Einladung in Briefform erhalten Sie 8 Punkte.

#### Korrekturhinweise

- Einladungsschreiben muss sich auf oben beschriebene Ausgangslage beziehen
- Punkteverteilung:
  - Briefkopf (Absender, Datum, Betreff, Anrede) 2 Punkte;  
*fehlende bzw. fehlerhafte Angaben Abzug je 0.5 Punkte, maximal 2 Punkte*
  - korrekte Nennung aller wichtigen Informationen (unterstrichen) 2 Punkte;  
*fehlende bzw. fehlerhafte Informationen Abzug je 0.5 Punkte, maximal 2 Punkte*
  - Auftrag Bestellung Zimmer Vorabend / Spezialwünsche Unterkunft / Verpflegung 2 Punkte
  - Termin Abgabe Bestellung Zimmer / Spezialwünsche Unterkunft / Verpflegung 1 Punkt
  - Briefschluss (Grussformel, Firmenname, Angabe Unterzeichner/in, Unterschrift) 1 Punkt  
*fehlende bzw. fehlerhafte Angaben Abzug je 0.5 Punkte, maximal 2 Punkte*
  - Rechtschreibfehler Abzug je Fehler 0.5 Punkte, maximal 2 Punkte
- sinnvolle andere Inhalte möglich

#### Lösung

Potz Blitz AG  
Badenerstrasse 585  
8048 Zürich

Samira Matter, GL-Sekretariat  
[samira.matter@potzblitz.biz](mailto:samira.matter@potzblitz.biz) / 044 555 55 26  
Zürich, 8. Juni 2016 / sm

#### Kadertagung 22. – 23. September 2016 in Zürich

Sehr geehrte Damen und Herren

Gerne laden wir Sie zu unserer diesjährigen Kadertagung ein. Diese findet vom 22. September 2015, 09:00 Uhr, bis 23. September 2016, ca. 17:00 Uhr, im Seminarhotel Zürich City statt (Karte / Anreisehinweise siehe Beilage).

Falls Sie bereits am Vorabend anreisen möchten oder Spezialwünsche bezüglich Verpflegung oder Unterkunft haben, teilen Sie uns dies bitte bis spätestens 10. September 2016 mit. Die Kontaktdaten finden Sie im Briefkopf.

Die detaillierte Agenda (oder Programm, Traktandenliste usw.) erhalten Sie etwa zwei Wochen vor Tagungsbeginn.

Bei Fragen stehe ich Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

Potz Blitz AG

Unterschrift

Samira Matter, Lernende GL-Sekretariat

#### Pflichtleistungsziel

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

**Lösung 12 / Fallstudie 2 Potz Blitz AG**

**4 Punkte**

**LZ 1.1.3.1 Aufträge ausführen (K3)**

**Ausgangslage**

Die Tagung wird eröffnet mit einem Referat von Frau Dr. Karin Frick vom Gottlieb Duttweiler Institut zum Thema "Trends und Entwicklungen im Handel".

**Aufträge**

- a. Welche Punkte müssen in der Auftragsbestätigung von Frau Dr. Frick festgelegt werden?  
Nennen Sie 4 wichtige Punkte.

Für jeden korrekt genannten Punkt erhalten Sie 0.5 Punkte, total 2 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- mehrere gleichartige Antworten nur einmal 0.5 Punkte  
(in Lösungsvorschlägen auf gleicher Zeile)
- weitere sinnvolle Lösungen möglich

**Lösungsvorschläge**

- Namen, Adressen der Partner, Unterschriften
- Datum, Uhrzeit, Dauer, Ort des Referates
- Titel, Thema, evtl. kurzer Abriss des Themas (wie besprochen), Sprache
- Vorgaben zu Format / Layout Handout / Präsentationen
- Anlieferung Vorlagen Handout / Unterlagen durch wen / bis wann / an wen, Druck durch wen
- vorhandene technische Hilfsmittel, evtl. Angaben zum Seminarraum (Grösse, Bestuhlung usw.)
- Honorar, Spesen, Abrechnungsart / Zahlungsbedingungen
- evtl. besondere Regelungen, Beilagen, AGB, Gerichtsstand

- b. Frau Dr. Karin Frick muss über alle wichtigen Informationen zu dieser Tagung verfügen.  
Nennen Sie 4 wesentliche Informationen / Unterlagen, die Sie Frau Dr. Frick zustellen.

Für jede wesentliche Information / Unterlage erhalten Sie 0.5 Punkte, total 2 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- mehrere gleichartige Antworten nur einmal 0.5 Punkte  
(in Lösungsvorschlägen auf gleicher Zeile)
- weitere sinnvolle Lösungen möglich

**Lösungsvorschläge**

- Datum, Zeit, Ort der Tagung, Anreiseplan
- Kopie Einladung Teilnehmer/innen
- Teilnehmerliste (inkl. Funktionen)
- (detailliertes) Programm der Tagung
- Hotelprospekt, Informationen zur Infrastruktur im Hotel
- Unternehmensbroschüre / -leitbild
- Ansprechperson für Fragen

**Pflichtleistungsziel**

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

**Lösung 13 / Fallstudie 2 Potz Blitz AG**

**4 Punkte**

**LZ 1.1.8.1 Kenntnisse über Produkte und Dienstleistungen einsetzen (K3)**

**Ausgangslage**

An der Tagung wird das Strategiepapier "Vision 2020" vorgestellt. Die Strategie beinhaltet unter anderem die Einrichtung eines Webshops.

**Auftrag**

Nennen Sie je 2 Vor- und Nachteile, welche die Einrichtung eines Webshops für die Firma Potz Blitz AG haben kann.

Pro richtigen Vor- bzw. Nachteil erhalten Sie je 1 Punkt, total 4 Punkte.

**Korrekturhinweis**

- Vor- und Nachteile müssen sinnvoll sein und Bezug zur Fallstudie / der Potz Blitz AG haben
- weitere sinnvolle Vor- / Nachteile möglich

**Lösungsvorschläge**

<b>Vorteile Webshop aus Sicht Unternehmen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marktpräsenz</li> <li>▪ geringerer Aufwand in Backoffice / Auftragserfassung</li> <li>▪ Lagerbestand in den Filialen kann verringert werden</li> <li>▪ Kunde kann über Shop bestellen und in der Filiale die Ware abholen</li> <li>▪ gezieltes Marketing und Werbung auf Benutzerprofile</li> <li>▪ Lagerbestand mittels Mausclick ersichtlich</li> <li>▪ Kunden können rund um die Uhr bestellen (24h-Erreichbarkeit)</li> <li>▪ Entlastung im Verkauf von Standardartikeln/Verbrauchsmaterialien</li> <li>▪ Kosteneinsparung bei Ladenmiete</li> </ul>
<b>Nachteile Webshop aus Sicht Unternehmen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kosten für Aufbau sowie Pflege des Webshops (Artikelfotos und -beschreibungen, Aktualisierung des Sortiments, Lagerbestände, Verfügbarkeit usw.)</li> <li>▪ schlechterer Abverkauf in den Filialen (In-House Konkurrenz)</li> <li>▪ Buchhaltungsaufwand für die Verbuchung von Kreditkartenzahlungen</li> <li>▪ Kommissionsgebühren bei Kreditkartenzahlung</li> <li>▪ Zusatzaufwand bei Einkäufen durch überschuldete Personen</li> <li>▪ geringere Chance auf Zusatzverkäufe</li> <li>▪ kein persönlicher Kundenkontakt, evtl. Fehlbestellungen mangels persönlicher Beratung</li> <li>▪ einwandfrei funktionierende, stabile und sichere Internetverbindung (Zugänge usw.) zwingend</li> </ul>

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite

**Pflichtleistungsziel**

**Branchenkundentext Marketing I Vom Händler zum Kunden / üK 2**



**Lösung 14 / Fallstudie 2 Potz Blitz AG**

**6 Punkte**

**LZ 1.1.1.1.3 Beschaffungsprozess (K5)**

**Ausgangslage**

Einige Tage nach der Kadertagung erhalten Sie die Rechnung Nr. 2 205 099 775 des Hotels. Leider wurde versehentlich die Benutzung von Innenpools und Sauna verrechnet.

**Auftrag**

Schreiben Sie eine Reklamationsmail an das Hotel und verlangen Sie die Berichtigung der Rechnung.

Für eine korrekte Mail mit allen notwendigen Angaben erhalten Sie 6 Punkte.

**Korrekturhinweise**

- Punkteverteilung
  - Von / An (Name oder Mailadresse): 1 Punkt
  - Betreff: 1 Punkt
  - Anrede: 0.5 Punkte
  - Einleitung: 1 Punkt
  - Bitte um Berichtigung: 1 Punkt
  - Begründung für gewünschte Berichtigung: 1 Punkt
  - Grussformel und Absender (Name, Name Unternehmen, Ort): 0.5 Punkte.
- Abzug pro Schreib- / Grammatikfehler 0.5 Punkte, maximal 2 Punkte
- andere Formulierungen möglich

**Lösungsvorschlag**

Von: Potz Blitz AG  
An: info@zurichcityhotel.com (oder ähnlich)  
Betreff: Fehlerhafte Rechnung

Sehr geehrte Damen und Herren

Besten Dank für die Zustellung der Rechnung Nr. 2 205 099 775.

Leider mussten wir feststellen, dass uns die Benutzung von Innenpools und Sauna in Rechnung gestellt wurde, obwohl dies in der Offerte als kostenloser Posten aufgeführt ist.

Dürfte ich Sie bitten, die Position zu streichen und uns eine neue, korrekte Rechnung zuzustellen?

Ich danke Ihnen für Ihre Bemühungen und grüsse Sie freundlich.

Samira Matter

Potz Blitz AG, 8048 Zürich

**Branchenkundentext Marketing II – Vom Lieferanten zum Händler / üK 3**

Erreichte  
Punktzahl  
pro Seite