

**Aufgabe 1 Betriebliche Entscheidungsprozesse auf Basis eines Planspiels**

- Gestaltung der Dokumentation der Lösungsausarbeitungen 3
- 1.1.1 4 Mitarbeiter mal 60 Chargen Dress sind insgesamt 240 Chargen Dress. Gesamte Maschinenkapazität: 400 Chargen Dress. Die Kapazitätsauslastung beträgt  $240/400 \cdot 100 = 60\%$  2
- 1.1.2  $400 \text{ Chargen} / 60 \text{ Chargen pro Mitarbeiter} = 6,67 \text{ Mitarbeiter} \rightarrow 7 \text{ Mitarbeiter}$   
Vier Mitarbeiter sind bereits beschäftigt, d.h. es müssen drei weitere Mitarbeiter eingestellt werden. 2
- 1.1.3 Verkauf in Periode 1: 3  
 $160 \text{ Chargen DRESS} \cdot 480,00 \text{ €} = 76.800,00 \text{ €}$  Umsatzerlöse plus 19% Umsatzsteuer =  $91.392,00 \text{ €}$ , davon werden nur 80% bezahlt (20% sind Forderungen) d.h. es sind  $73.113,60 \text{ €}$  an Zahlungseingängen brutto zu erwarten  
 Verkauf in Periode 0:  
 $200 \text{ Chargen DRESS} \cdot 500,00 \text{ €} = 100.000,00 \text{ €}$  Umsatzerlöse plus 19% Umsatzsteuer =  $119.000,00 \text{ €}$ , davon werden noch die restlichen 20%, d. h.  $23.800,00 \text{ €}$  Zahlungseingang  
 $\rightarrow$  gesamte Zahlungseingänge:  $96.913,60 \text{ €}$
- 1.1.4  $10.000,00 \text{ €}$  Maschinenkosten ( $100,00 \text{ €}$  pro Charge zusätzliche Maschinenkapazität \* 100 Chargen) 2  
 $+ 5.000,00 \text{ €}$  Leiharbeiter  
 $= 15.000,00 \text{ €}$  zusätzliche Kosten
- 1.1.5 Berechnen Sie die variablen Kosten pro Dress. 2  

Rohstoffe (Shirt)	100,00 €	
Hilfsstoffe (Farben)	80,00 €	
Betriebsstoff (Energie)	3,00 €	Summe: 183,00 €
- 1.1.6 Buchungssätze für den Absatz und die Beschaffung: 3
- 1.
- | Konto             | Soll       | Haben      |
|-------------------|------------|------------|
| 2400 Forderungen  | 125.664,00 |            |
| 5000 Umsatzerlöse |            | 105.600,00 |
| 4800 Umsatzsteuer |            | 20.064,00  |
- 2.
- | Konto                        | Soll      | Haben     |
|------------------------------|-----------|-----------|
| 4400 Verbindlichkeiten a LuL | 20.944,00 |           |
| 2800 Bank                    |           | 20.944,00 |
- 1.2.1 Erklärung von Unternehmenszweck, -umfeld, -verpflichtungen (Arbeitsplätze) und -zielen (Setzen von Trends, deutschlandweite Vermarktung). 3



Das Unternehmensleitbild umschreibt

- das Erscheinungsbild eines Unternehmens in der Öffentlichkeit (auch "Unternehmensphilosophie" oder einfach "Image")
- übereinstimmendes Denken und Handeln sowohl der Mitarbeiter als auch der Unternehmensleitung
- Management von Identität stiftenden Vorgängen und Abläufen innerhalb des Unternehmens und deren Nutzung sowohl nach außen als auch nach innen.

Ziele nach innen: geschlossenes Unternehmensbild steigert das „Wir-Gefühl“ (Hinarbeiten auf ein gemeinsames (Unternehmens-) Ziel) und damit auch Arbeitszufriedenheit, Motivation und Transparenz → Steigerung der Produktivität und Leistung

Ziele nach außen: Profilierung des Unternehmens, um sich im Zuge zunehmender Konkurrenz und steigender Marktanforderungen von Mitbewerbern positiv abzuheben

- 1.2.2 Nicht erwähnte Adressaten (Anspruchsgruppen) sind z. B. Mitarbeiter und Staat, Konkurrenz, Kreditgeber. 2  
Beispiel zur Vervollständigung des Leitbildes: "Wir fördern gesundheits- und familiengerechte Arbeitsplätze" oder "Unsere Mitarbeiter sind am Gewinn des Unternehmens beteiligt". Oder: "Mit der Wahrnehmung unseres Produktionsauftrages bringen die Steuern auf, die der Staat zur Wahrnehmung seiner Aufgaben braucht".
- 1.2.3
  - Aussagen sind zum Teil leere Floskeln und beinhalten banale Selbstverständlichkeiten. Die Formulierungen „an Wirtschaftlichkeits- und Rentabilitäts Gesichtspunkten orientierte Produktion“ und „Schonen natürlicher Ressourcen“ sind wenig konkrete Formulierungen und gerade bei der Produktion von Oberbekleidung schwer miteinander vereinbar.
  - Formulierung "Die Erwartungen unserer Kunden setzen unseren Qualitätsmaßstab." ist unverbindlich und ungenau.2
- 1.2.4 Corporate Behavior: 3  
  - nach außen: Verhalten gegenüber Kunden: Ausrichtung des Produktionsprogramms konsequent an Kundenbedürfnissen, Einhaltung von Qualitätsgrundsätzen, angemessene und übersichtliche Gestaltung der Preise, ehrliche Verkaufspraktiken, solide und transparent, umfassende Garantie- und Serviceleistungen, schnelle und kulante Regulierung bei Reklamationen und Beschwerden, zuverlässige und termingerechte Lieferung
  - offene Kommunikation mit Lieferanten, schnelle Reaktion auf Probleme, Offenheit und Vertrauen im Umgang mit der Öffentlichkeitnach innen: Kommunikation der Vorgesetzten mit ihren Mitarbeitern (kooperativer Führungsstil), Lösung von Konflikten, transparente Kriterien der Einstellung und Beförderung des Personals, Ausbildung und Mitarbeiterförderung, die Lohnpolitik und die Sozialleistungen.



## 1.2.5 Merkmale des Corporate Design:

3

- (Hausfarben: rot, weiß, blau, weiß) nur bei Farbausdruck zu erkennen,
- Anordnung der Stilelemente: Produktname, Milchkanne /-glas, Kind;
- Schriftarten (weiterhin vier unterschiedliche Schriftarten);
- moderneres Styling des Jungen

Beurteilung: schülerindividuelle Antwort, z. B.: Kind auf Foto mit moderner Frisur und neutralerem T-Shirt, wirkt weniger kleinkindlich und spricht deshalb eher auch ältere Kinder und Erwachsene an; aber alle Gestaltungselemente sind weitgehend gleich, auf den ersten Blick ist kein Unterschied zu erkennen

**Gesamtpunktzahl****30**