

Dipl.-Hdl. Frank Hoffmeister

Industriekaufmann/ Industriekauffrau

Prüfungstrainer Abschlussprüfung Teil 2

Marketing, Vertrieb, Personalwesen
und kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Aufgabenteil

Bestell-Nr. 2606

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:

info.u-form.de/2606

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



BITTE BEACHTEN:

Zu diesem Prüfungstrainer gehört auch noch ein **Lösungsteil**.



1. Auflage 2026 · ISBN 978-3-95532-606-7

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 | E-Mail: uform@u-form.de

Hallo!

Schön, dass du dich für diesen Prüfungstrainer entschieden hast, um dich gezielt auf einen wichtigen Prüfungsbereich im Teil 2 der gestreckten schriftlichen Abschlussprüfung zum Industriekaufmann / zur Industriekauffrau vorzubereiten.

In diesem Buch findest du mehrere komplette Prüfungen für den **Prüfungsbereich „Marketing, Vertrieb, Personalwesen und kaufmännische Steuerung und Kontrolle“**.

Bei der Entwicklung der Aufgaben habe ich mich am aktuellen Prüfungskatalog der AkA (1. Auflage 2023) orientiert. Dieser basiert auf der neuen Ausbildungsverordnung für Industriekaufleute und bildet die Grundlage für die schriftlichen IHK-Abschlussprüfungen.

Die Aufgaben entsprechen in Aufbau und Struktur dem, was dich auch in deiner echten Prüfung erwartet.

Du wirst sowohl gebundene Aufgaben (z. B. Single Choice oder Zuordnungen) als auch offene Fragen und Rechenaufgaben bearbeiten.

Im Lösungsteil findest du zu jeder Aufgabe die richtige Lösung mit einigen Erläuterungen (bei gebundenen Aufgaben/Rechenaufgaben) oder formulierte Lösungsvorschläge (bei offenen Aufgaben).

Gerade bei offenen Fragen gibt es oft mehrere Wege zur richtigen Antwort – die Punktverteilung hilft dir dabei, deine eigene Lösung realistisch einzuschätzen.

Ich wünsche dir viel Erfolg und Ausdauer beim Üben! Ich hoffe, dieser Trainer unterstützt dich optimal auf dem Weg zu einem erfolgreichen Prüfungsergebnis.

Frank Hoffmeister

Ist deine Lieferung vollständig?

Dieser Prüfungstrainer besteht aus zwei Büchern: einem Aufgabenbuch und einem Lösungsbuch. Beide Bücher gehören zusammen und werden ausschließlich als Set verkauft. Hast du nur eines der Bücher erhalten, liegt ein Fehler vor. Bitte melde in diesem Fall deine Falschlieferung:

- **Bei Bestellung über einen Dritthändler (z. B. Amazon, Thalia):**
Reklamiere die Lieferung direkt beim Händler.
- **Bei Bestellung direkt bei u-form:** Teile uns deine Bestellnummer, Auftragsnummer oder Kundennummer mit und schreibe uns eine E-Mail an feedback@u-form.de.
Wir helfen dir schnellstmöglich weiter.



Inhaltsverzeichnis Aufgabenteil

Vorwort	3
Allgemeine Information zum Prüfungsteil 2	5
Unternehmensbeschreibungen TechTool GmbH und GreenBite Lifestyle AG (zum Heraustrennen)	13 - 16

Prüfungen

Prüfung 1: Musterunternehmen: TechTool GmbH	17
Prüfung 2: Musterunternehmen: TechTool GmbH	39
Prüfung 3: Musterunternehmen: GreenBite Lifestyle AG	61
Prüfung 4: Musterunternehmen: GreenBite Lifestyle AG	81
Prüfung 5: Musterunternehmen: GreenBite Lifestyle AG	101

Ausschließlich zum Zweck der besseren Lesbarkeit wird weitestgehend auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Auch wenn mehrheitlich von Mitarbeitern, Kunden, Nutzern etc. die Rede ist, gelten sämtliche Personenbezeichnungen gleichermaßen für alle Geschlechter.



Unternehmensbeschreibung TechTool GmbH

für die Prüfungssimulationen 1 - 2

Firma	TechTool GmbH
Geschäftssitz	Kernbrook 12, 20011 Hamburg
Geschäftsführung	Dr. Lena Becker (Vorsitzende), Tim Roth
Aufsichtsrat	Paul Jansen (Vorsitzender), Marie Klein, Dr. Felix Neumann
Gesamtprokura	Elias Langer, Sophie Böhm
Einzelprokura	Mia Hirth
Geschäftsjahr	1. Januar bis 31. Dezember
Bankverbindung	Hamburgbank AG IBAN: DE83 2007 5001 0000 2736 75 BIC: HHBADEFF123
Produkte	– Akku-Bohrschrauber und Elektrowerkzeuge – Hochdruckreiniger (Heim & Gewerbe) – Rasenmäher, Heckenscheren – Werkbänke für Heimwerker – Lasermessgeräte – Industrietaugliche Handwerkzeuge – zukünftig: Powerstations
Handelsware	Zubehörteile, Akkus, Ladegeräte, Schutzkleidung
Maschinen und Anlagen	CNC-Fräsmaschinen, Spritzgussmaschinen, Roboter-Montage- linien, Laserschneider, Prüfstände, Verpackungslinien
Fertigungsart	Serienfertigung, modulare Bauweise, teilautomatisiert
Rohstoffe	Aluminium, ABS-Kunststoff, Stahl, Kupfer
Fremdbauteile	Akkuzellen, Elektromotoren, Netzteile, Displays
Hilfsstoffe	Schrauben, Schmierstoffe, Dichtungen
Betriebsstoffe	Strom, Druckluft, Kühlmittel, Reinigungsmittel
Beschäftigte	1.800 Mitarbeiter, 20 Auszubildende – gesamt: 1.820
Arbeitnehmervertretung	Betriebsrat, Jugend- und Auszubildendenvertretung
Arbeitszeit	Montag bis Freitag, 8 Stunden im Drei-Schicht-Betrieb
Vertrieb	Online-Shop (B2C), Direktvertrieb, Fachhandel, Industriepartner
Exportländer	EU, Schweiz, Norwegen, Kanada, Südafrika, USA
Besonderheiten	ISO 9001 zertifiziert, Fokus auf Energieeffizienz, CO ₂ -arme Produktion, nachhaltige Verpackungslösungen

Prüfung 1

Zeit: 150 Minuten

Anzahl Aufgaben: 4 Aufgaben mit Unteraufgaben

Punkte: 100 Punkte

Hinweis

Sie sind Mitarbeiter/-in der TechTool GmbH.
Beachten Sie zur Bearbeitung der folgenden Aufgaben die
Unternehmensbeschreibung der TechTool GmbH auf Seite 13.



1. Aufgabe: Marketingmaßnahmen planen und umsetzen

(22 Punkte; ca. 33 Minuten Bearbeitungszeit)

Situation

Die TechTool GmbH befindet sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld und muss daher regelmäßig neue Produkte entwickeln.

Nun sollen Powerstations (tragbare Energiespeicher/Stromquellen) mit faltbaren Solarpanels aus überwiegend nachhaltig hergestellten Materialien entwickelt und im Markt eingeführt werden.

Zur Vorbereitung befasst sich eine Arbeitsgruppe mit der erforderlichen Marktforschung sowie weiteren Marketingmaßnahmen. Sie sind als Industriekaufmann/-kauffrau Mitglied dieser Arbeitsgruppe.

1.1

(2 Punkte)

Im ersten Schritt soll eine intensive Marktforschung durchgeführt werden.

Welches der folgenden Ziele wird mit der Marktforschung vorrangig verfolgt?

1. Steigerung der Mitarbeitermotivation
2. Erkennen der Bedürfnisse und Wünsche von Kunden
3. Automatisierung von Produktionsprozessen
4. Analyse der Maschinenlaufzeiten
5. Optimierung der Lohnabrechnungen

1.2

1.2.1

(1 Punkt)

Erläutern Sie, was unter Sekundärforschung zu verstehen ist.

1.2.2

(2 Punkte)

Geben Sie **je einen** Vor- und Nachteil der Sekundärforschung an.

Vorteil:

Nachteil:

Prüfung 1

1.3

(2 Punkte)

Die Nachhaltigkeit der Powerstations soll durch eine geeignete Produktpolitik sichergestellt werden. Welche Maßnahme ist dazu geeignet?

1. Verwendung von günstigen, aber nicht recyclingfähigen Kunststoffen
2. Kürzung der Garantiezeit zur Minimierung von Servicekosten
3. Nutzung einer modularen Bauweise zur Kostenreduktion
4. Entwicklung langlebiger Produkte mit austauschbaren Komponenten
5. Einführung häufiger Modellwechsel zur Absatzsteigerung

1.4

(4 Punkte)

Erläutern Sie, was Marktsegmentierung bedeutet und warum sie in der vorliegenden Situation für die TechTool GmbH wichtig ist.

1.5

(2 Punkte)

Geben Sie 2 Segmentierungskriterien an, die bei der Vermarktung der Powerstations eine Rolle spielen könnten.

1.6

Situation

Nach der Vorbesprechung zur Marketing-Konzeption sollen Sie den Einsatz von Absatzhelfern prüfen.

Anhand der Marktforschungsergebnisse wird ein Jahresabsatz von 3.500 Stück bei einem Verkaufspreis von 499,00 Euro pro Stück (netto) erwartet.

Zu den Absatzhelfern liegen Ihnen folgende Informationen vor:

Handlungsreisender: 3.000,00 € monatliches Fixum (zzgl. Arbeitgeberanteil zur Sozialversicherung in Höhe von 22 %) und 1 % Umsatzprovision (Arbeitgeberanteil zur Sozialversicherung ist bereits enthalten)

Handelsvertreter: 2,5 % Umsatzprovision, kein Fixum

(5 Punkte)

Gehen Sie davon aus, dass die in der Situation genannten Absatzmengen erreicht werden.

(4 Punkte)

Argumente für den Einsatz von Handlungsreisenden:

2. Aufgabe: Vertriebsprozesse umsetzen (20 Punkte; ca. 30 Minuten Bearbeitungszeit)

Situation

Als Mitarbeiter im Vertrieb liegt Ihnen eine Anfrage vom 02.04.x1 der DIY Inc. aus den USA über 2.000 Hochdruckreiniger P 70 vor.

Nach Rücksprache mit der Verkaufsleiterin sollen die Produkte zum Preis von 710,00 US-\$ pro Stück angeboten werden. Die Lieferung soll CIF Hafen New York erfolgen.

Die Fertigungsleitung teilt hierzu mit, dass die Produktion der Hochdruckreiniger volle 23 Arbeitstage beanspruchen wird (Arbeitswoche von Montag bis Freitag).

Die Transportzeit von Hamburg nach New York beträgt 14 Kalendertage. Aufgrund von Erfahrungen aus der Vergangenheit wird für den Transport bei Exportaufträgen ein Puffer von zwei Kalendertagen eingeplant.

Für die Produktion hat Ihnen die Abteilung Produktionsplanung folgende Informationen mitgeteilt:

- Die variablen Kosten pro Stück betragen 435,00 €.
- Es sind ausreichende Produktionskapazitäten vorhanden.

2.1

(2 Punkte)

Welche Kosten zählen zu den variablen Kosten?

1. Kosten für ABS-Kunststoffe zur Herstellung der Gehäuse
2. Gehaltskosten für Mitarbeitende in der Personalabteilung
3. Mietkosten für Produktionshalle
4. Leasingrate für Betriebs-LKW
5. Zinsen für Bankkredit

2.2

(2 Punkte)

Da die DIY Inc. der TechTool GmbH bisher nicht bekannt ist, möchten Sie Informationen über diesen neuen Kunden einholen.

Geben Sie **2** Informationen an, die zur Abschätzung des Risikos benötigt werden.

2.3

Situation

In der Vergangenheit sind immer wieder Verluste aus Exportgeschäften für die TechTool GmbH entstanden.

Um diese Verluste zu minimieren, hat man Sie damit beauftragt, eine Analyse vorzunehmen.

2.3.1

(2 Punkte)

Erläutern Sie, mit welcher Maßnahme die TechTool GmbH das Währungsrisiko vollständig ausschließen könnte.

2.3.2

(3 Punkte)

Erläutern Sie die Bedeutung der Frachtklausel „CIF Hafen New York“ hinsichtlich Kosten, Versicherung und Gefahrenübergang.

2.4

(3 Punkte)

Nach einigen Verhandlungen ist die DIY Inc. bereit, 677,35 US-\$ netto pro Stück zu zahlen. Geeignete Maßnahmen zur Absicherung des Zahlungseinganges wurden getroffen. Die Fakturierung in US-\$ wurde vereinbart.

Begründen Sie rechnerisch anhand der vorliegenden Angaben, ob Sie den Auftrag annehmen.

Gehen Sie von einem Umrechnungskurs von 1,00 € = 1,15 US-\$ aus.

3. Aufgabe: Personalprozesse umsetzen (23 Punkte, ca. 35 Minuten Bearbeitungszeit)

Situation

Sie sind in der Personalabteilung der TechTool GmbH beschäftigt und begleiten die personellen Vorbereitungen für den Vertrieb und die Produktion der neuen Powerstations.

Hierbei arbeiten Sie vertrauensvoll mit dem Betriebsrat zusammen.

3.1 (2 Punkte)

Zur Vorbereitung der Social-Media-Aktivitäten im Vertrieb soll ein neuer Mitarbeiter eingestellt werden.

Geben Sie **2** Rechte an, die der Betriebsrat hierbei hat.

3.2

Bei den Vorbereitungen zur Produktion der Powerstations zeichnet sich ab, dass es einen Personalbedarf geben wird. Dabei wird eine Versetzung von Mitarbeitenden aus einer anderen Produktionsabteilung geprüft.

Insgesamt besteht ein Personalbedarf von 35 Mitarbeitern im Montagebereich der Powerstations.

3.2.1 (2 Punkte)

Bestimmen Sie den Personalbestand zum 31.12.x1 in der Abteilung „Montage von Akku-Bohrschraubern“.

Hierzu liegt Ihnen folgender Auszug aus der Personalstatistik vor:

Bestand zum 01.01.x1	58
bereits feststehende Abgänge im lfd. Kalenderjahr, davon:	
Kündigung durch Arbeitnehmer	1
Elternzeit	3
Versetzung in eine andere Abteilung	2
Kündigung durch Arbeitgeber	1
bereits feststehende Zugänge im lfd. Kalenderjahr, davon:	
Übernahme aus Berufsausbildungsverhältnissen	1
Einstellungen	2
Rückkehr aus Elternzeit	1
= Bestand zum 31.12.x1	

(2 Punkte)

Wie viele Mitarbeiter könnten – rein rechnerisch – in den Bereich „Montage von Powerstations“ versetzt werden, wenn der Personalbedarf im Bereich „Montage von Akku-Bohrschraubern“ 28 Personen beträgt?

(2 Punkte)

Zur Deckung des verbleibenden Personalbedarfes müssen gezielt Mitarbeitende für die TechTool GmbH gewonnen werden.

Geben Sie **2** Möglichkeiten an, wie Mitarbeitende akquiriert werden können.

4. Aufgabe: Kaufmännische Steuerung und Kontrolle durchführen

(35 Punkte; Bearbeitungszeit ca. 53 Minuten)

Situation

Die TechTool GmbH überprüft regelmäßig den Erfolg ihrer Produkte. Als Mitarbeiter*in im Marketing nehmen Sie an einer Besprechung teil, in der der Erfolg der verschiedenen Produkte überprüft und Vorschläge für weitere Marketing-Entscheidungen vorbereitet werden sollen.

Für das Meeting stellt Ihnen die Controlling-Abteilung folgende Informationen der letzten vier Quartale zur Verfügung:

Produktgruppe	Q1 Umsatz (Mio. EUR)	Q1 DB %	Q2 Umsatz (Mio. EUR)	Q2 DB %	Q3 Umsatz (Mio. EUR)	Q3 DB %	Q4 Umsatz (Mio. EUR)	Q4 DB %
Akku-Bohrschrauber & Elektrowerkzeuge	32,1	34,8	31,5	33,0	29,8	31,0	27,3	29,0
Hochdruckreiniger (Heim & Gewerbe)	24,7	29,0	30,8	30,2	34,7	31,7	35,3	32,0
Rasenmäher, Heckenscheren	15,9	27,4	22,9	28,9	25,9	30,3	29,1	30,0
Werkbänke für Heimwerker	6,6	35,7	7,9	36,7	8,6	37,7	8,7	37,8
Lasermessgeräte	4,9	45,5	5,9	46,5	6,8	47,5	6,9	48,0
Industrietaugliche Handwerkzeuge	20,9	34,2	24,3	35,3	27,6	36,3	28,1	36,4
SUMME	105,1		123,3		133,4		135,4	

4.1

(2 Punkte)

Beschreiben Sie die Umsatzentwicklung insgesamt und geben Sie einen möglichen Problembereich an.

Prüfung 1

4.2

(1 Punkt)

In der Übersicht wird der prozentuale Deckungsbeitrag erwähnt. Beschreiben Sie, wie ein prozentualer Deckungsbeitrag berechnet wird.

4.3

(2 Punkte)

Aufgrund der schwierigen Marktbedingungen wird in der Region Schweiz ein negativer Deckungsbeitrag bei Hochdruckreinigern festgestellt.

Welche Aussage ist zutreffend?

1. Der negative Deckungsbeitrag trägt zur Verbesserung des Betriebsergebnisses bei.
2. Der negative Deckungsbeitrag führt zu einer Umsatzsteigerung.
3. Der negative Deckungsbeitrag führt zu einer Kostensteigerung.
4. Der negative Deckungsbeitrag bewirkt eine Verschlechterung des Betriebsergebnisses.
5. Der negative Deckungsbeitrag bewirkt keine Veränderung des Betriebsergebnisses.



4.4

(2 Punkte)

Situation

In einer Arbeitsgruppe wird die Preispolitik für die neuen Powerstations diskutiert.

Hierzu werden in einem Marketing-Meeting die Einflussfaktoren identifiziert und eine erste Kalkulation des Verkaufspreises vorgenommen.

Erläutern Sie **2** Einflussfaktoren, die bei der Bestimmung des Verkaufspreises zu berücksichtigen sind.

4.5

(2 Punkte)

Warum ist eine Kosten- und Leistungsrechnung in der TechTool GmbH betriebswirtschaftlich sinnvoll?

1. Weil dadurch der steuerrechtliche Gewinn des Unternehmens ermittelt werden kann.
2. Weil dadurch automatisch die Leerkosten verhindert werden.
3. Weil erst darüber eine vollständige Übersicht aller Vermögensgegenstände ermöglicht wird.
4. Weil ausschließlich mit der Kosten- und Leistungsrechnung der Unternehmenserfolg berechnet werden kann.
5. Weil dadurch eine entscheidende Grundlage zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit gegeben ist.



4.6

(2 Punkte)

In der Ergebnistabelle hat die TechTool GmbH kalkulatorische Abschreibungen berücksichtigt.

In welcher Aussage ist der Unterschied zwischen bilanziellen und kalkulatorischen Abschreibungen richtig dargestellt?

1. Die kalkulatorischen Abschreibungen sind grundsätzlich höher als die bilanziellen Abschreibungen.
2. Die kalkulatorischen Abschreibungen beziehen sich nur auf die betriebsnotwendigen Anlagegegenstände, während sich die bilanziellen Abschreibungen auf alle Anlagegegenstände beziehen.
3. Die kalkulatorischen Abschreibungen werden auf der Grundlage der Anschaffungskosten ermittelt, während die bilanziellen anhand der Wiederbeschaffungskosten berechnet werden.
4. Die kalkulatorischen Abschreibungen berücksichtigen die Nutzungsdauer, die in der AfA-Tabelle des Bundesfinanzministerium für die jeweiligen Anlagegüter genannt sind. Die bilanziellen Abschreibungen berücksichtigen die tatsächliche Nutzungsdauer.
5. Die bilanziellen Abschreibungen werden fortgesetzt, solange sich das Anlagegut im Unternehmen befindet. Die kalkulatorischen Abschreibungen erfolgen so lange, bis das Anlagegut auf null abgeschrieben ist.

4.7

(3 Punkte)

Für die Vorkalkulation der Powerstations liegen Ihnen verschiedene Ausgangswerte vor.

Bestimmen Sie die Selbstkosten einer Powerstation. Ergänzen Sie dazu die grauen Felder der Tabelle.

Position	%/€	Einzelwerte in €	Summen
Materialeinzelkosten		80,00 €	
+ Materialgemeinkosten	25 %		
= Materialkosten			
+ Fertigungseinzelkosten			
+ Rest-Fertigungsgemeinkosten	80 %	80,00 €	
+ Maschinenkosten	84,50 €	84,50 €	
= Fertigungskosten			
= Herstellkosten			364,50 €
+ Verwaltungsgemeinkosten	12 %	43,74 €	
+ Vertriebsgemeinkosten	10 %		
= Selbstkosten			

Prüfung 1

4.8

(3 Punkte)

Zu einem späteren Zeitpunkt wird deutlich, dass ein Mitbewerber eine vergleichbare Powerstation zu einem Listenverkaufspreis von 540,00 € anbietet.

Als Entscheidungshilfe zur Reaktion auf diesen Preis bittet die Marketing-Leitung Sie, den Gewinnzuschlag in Euro und in % zu ermitteln, wenn dieser Listenverkaufspreis ebenfalls von der TechTool GmbH verlangt wird. Berücksichtigen Sie bei der Kalkulation 3 % Kundenskonto und 12 % Kundenrabatt.

Hinweis: Sollten Sie in der Aufgabe 4.7 keine Lösung für die Selbstkosten ermittelt haben, gehen Sie von Selbstkosten in Höhe von 445,00 €/Stück aus.

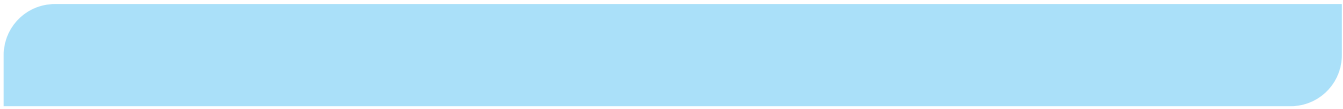
4.9

(2 Punkte)

Zur Vorbereitung der Zielvorgaben für den Vertrieb soll zunächst die Break-even-Menge bestimmt werden.

Welche Beschreibung trifft zu?

1. Bei der Bestimmung der Break-even-Menge werden die Fixkosten nicht mit einbezogen.
2. Die Break-even-Menge ist die Menge, bei der die Summe der variablen Gesamtkosten genauso hoch ist wie die Fixkosten.
3. Die Break-even-Menge ist die Menge, bei der die Summe der Deckungsbeiträge genauso hoch ist wie die Fixkosten.
4. Sind die Umsätze und die Fixkosten gleich hoch, so liegt hier die Break-even-Menge.
5. Der Break-even-Umsatz lässt sich ermitteln, wenn der Verkaufspreis mit den variablen Stückkosten multipliziert wird.



Dipl.-Hdl. Frank Hoffmeister

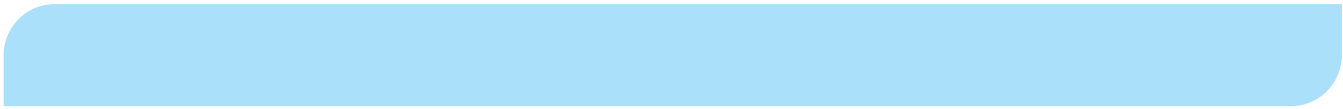
Industriekaufmann/ Industriekauffrau

Prüfungstrainer Abschlussprüfung Teil 2

Marketing, Vertrieb, Personalwesen
und kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Lösungsteil

Bestell-Nr. 2606



Lösung Prüfung 1

1. Aufgabe

1.1

(2 Punkte)

Lösung: 2

Erläuterung:

Vorrangig soll mit der Marktforschung erreicht werden, dass die Bedürfnisse und Wünsche von Kunden erkannt werden. Nur dann lassen sich geeignete Marketingmaßnahmen einleiten.

Erläuterung der falschen Antworten:

Zu 1: Die Steigerung der Mitarbeitermotivation ist kein vorrangiges Ziel der Marktforschung.

Zu 3: Eine Automatisierung von Produktionsprozessen ist kein Ziel, das mit der Marktforschung verknüpft ist.

Zu 4: Sofern eine Analyse der Maschinenlaufzeiten erfolgt, wird damit eine Effizienzsteigerung im Produktionsbereich angestrebt.

Zu 5: Soll eine Optimierung der Lohnabrechnungen erfolgen, besteht das Ziel in einer Ablaufoptimierung im Personalbereich.

1.2

1.2.1

(1 Punkt)

Als Sekundärforschung wird der Teil der Marktforschung bezeichnet, der als Grundlage bereits vorhandene Informationen verwendet.

1.2.2

(2 Punkte)

Vorteile der Sekundärforschung:

- in der Regel preiswerter als Primärerhebungen
- Daten meist schneller zu beschaffen
- bestimmte Daten sind nur so zu beschaffen (z. B. volkswirtschaftliche Gesamtdaten)
- Sekundärdaten dienen oft als Grundlage für neue Primärerhebungen

Nachteile der Sekundärforschung:

- mangelnde Aktualität
- mangelnde Sicherheit und Genauigkeit
- mangelnder Umfang bzw. Detailliertheit
- mangelnde Vergleichbarkeit der Daten
- mangelnde Entscheidungsrelevanz

Bewertungshinweis:

Korrekt genannter Vorteil → 1 Punkt

Korrekt genannter Nachteil → 1 Punkt

1.3

(2 Punkte)

Lösung: 4

Erläuterung:

Um die Nachhaltigkeit der neuen Produkte zu erreichen, sollten diese besonders langlebig sein.

Zusätzlich sollten diese mit Komponenten ausgestattet sein, die relativ leicht ausgetauscht werden können.

Erläuterung der falschen Antworten:

Zu 1: Diese Maßnahme ist nicht nachhaltig, weil nicht recyclingfähige Kunststoffe nach der Nutzung zu Müll werden und die Umwelt belasten. Nachhaltige Produktpolitik setzt dagegen auf recycelbare oder umweltfreundliche Materialien, um Ressourcen zu schonen und Abfall zu reduzieren.

Zu 2: Eine verkürzte Garantiezeit verbessert zwar kurzfristig die Kostenstruktur des Unternehmens, hat aber keinen positiven Effekt auf Nachhaltigkeit. Im Gegenteil: Sie kann zu kürzerer Produktlebensdauer und mehr Elektroschrott führen, da Reparaturen seltener übernommen werden.

Zu 3: Modulare Bauweise kann grundsätzlich nachhaltig sein, weil Bauteile austauschbar sind. In dieser Aussage steht jedoch die Kostenreduktion im Vordergrund, nicht die Nachhaltigkeit. Ohne Fokus auf Reparierbarkeit oder Austauschbarkeit trägt sie nicht zwingend zur Nachhaltigkeit bei.

Zu 5: Häufige Modellwechsel fördern die sogenannte geplante Obsoleszenz, also dass Produkte schneller ersetzt werden sollen. Das führt zu mehr Ressourcenverbrauch und Abfall und ist daher klar nicht nachhaltig.

Recht auf Reparatur

Seit Ende Juli 2026 gelten neue Regelungen zum Recht auf Reparatur. Gleichzeitig wurde das bestehende Gewährleistungsrecht erweitert. Verbraucherinnen und Verbraucher sollen dadurch stärker dazu ermutigt werden, defekte Geräte reparieren zu lassen, anstatt sie direkt durch ein neues Gerät zu ersetzen. Hersteller sind nun unter bestimmten Voraussetzungen verpflichtet, Reparaturen zu fairen Preisen anzubieten und notwendige Ersatzteile bereitzustellen. Dies ist insbesondere nach Ablauf der gesetzlichen Gewährleistungsfrist von Bedeutung. Reparaturen können dazu beitragen, Kosten zu sparen, Ressourcen zu schonen und Elektroschrott zu vermeiden. Eine besondere Regelung gilt bei einem Defekt innerhalb der ersten zwei Jahre: Entscheidet sich der Verbraucher für eine Reparatur statt einer Neulieferung, verlängert sich die Gewährleistungsfrist für das reparierte Gerät von zwei auf drei Jahre.

1.4

(4 Punkte)

Marktsegmentierung bedeutet, den Gesamtmarkt in kleinere, klar abgrenzbare Kundengruppen (Segmente) aufzuteilen, die jeweils ähnliche Bedürfnisse, Merkmale oder Verhaltensweisen aufweisen. Diese Segmente können zum Beispiel geografisch, soziodemografisch, psychografisch oder verhaltensorientiert unterschieden werden (siehe 1.5).

Für die TechTool GmbH ist Marktsegmentierung wichtig, weil das Unternehmen dadurch seine Marketingmaßnahmen gezielter ausrichten kann – etwa auf Heimwerker, Industriepartner oder Outdoor-Nutzer.

So können Produkte, Werbung und Vertrieb besser an die jeweilige Zielgruppe angepasst werden, was die Kundenzufriedenheit erhöht, Ressourcen effizienter nutzt und letztlich den Absatz steigert.

Bewertungshinweis:

Erläuterung des Begriffs → 2 Punkte

Bedeutung für TechTool GmbH → 2 Punkte

1.5

(2 Punkte)

Bei der Vermarktung der Powerstations (tragbare Energiespeicher/Stromquellen) der TechTool GmbH könnten folgende Segmentierungskriterien eine wichtige Rolle spielen:

1. Geografische Kriterien

- Beispiel: Kunden in Regionen mit instabiler Stromversorgung (z. B. ländliche Gebiete, abgelegene Einsatzorte, bestimmte Länder wie Südafrika oder Kanada)
- Relevanz: Bedarf an mobiler Energieversorgung ist regional unterschiedlich.

2. Soziodemografische Kriterien

- Beispiel: Beruf (z. B. Handwerker, Bauleiter), Einkommen (für hochpreisige Geräte)
- Relevanz: Nicht alle Zielgruppen haben dieselben finanziellen Mittel oder Nutzungsbedürfnisse.

3. Psychografische Kriterien

- Beispiel: Lebensstil (z. B. Outdoor-Enthusiasten, Minimalisten, umweltbewusste Konsumenten)
- Relevanz: Kunden mit nachhaltigem Lebensstil bevorzugen umweltfreundliche und CO₂-arme Produkte.

4. Verhaltensorientierte Kriterien

- Beispiel: Kaufverhalten (Markentreue, Qualität statt Preis), Nutzungsverhalten (regelmäßige Nutzung beim Camping oder auf Baustellen)
- Relevanz: Unterschiedliche Nutzungsintensitäten erfordern unterschiedliche Produktfeatures (Kapazität, Ladezeiten, Mobilität).

5. Anwendungsspezifische Kriterien (B2B/B2C)

- Beispiel:
 - B2C: Freizeitnutzer, Wohnmobilbesitzer
 - B2B: Bauunternehmen, Event-Technik-Firmen, Notfall- und Katastrophenschutz
- Relevanz: Unterscheidung der Vermarktung nach privat/gewerblich ermöglicht zielgerichtete Ansprache und Produktentwicklung.

Bewertungshinweis:

Nennung eines passenden Kriteriums → je 1 Punkt

1.6

1.6.1

(5 Punkte)

1. Handlungsreisender

Fixum pro Jahr (brutto):

$$12 \times 3.000,00 \text{ €} = 36.000,00 \text{ €}$$

Arbeitgeberanteil Sozialversicherung (22 %):

$$0,22 \times 36.000,00 \text{ €} = 7.920,00 \text{ €}$$

Provision:

$$1 \% \text{ von } (3.500 \text{ Stück} \times 499,00 \text{ €/Stück}) = 0,01 \times 1.746.500,00 \text{ €} = 17.465,00 \text{ €}$$

Gesamtkosten Handlungsreisender:

$$36.000,00 \text{ €} + 7.920,00 \text{ €} + 17.465,00 \text{ €} = 61.385,00 \text{ €}$$

2. Handelsvertreter

Provision:

$$2,5 \% \text{ von } 1.746.500,00 \text{ €} = 43.662,50 \text{ €}$$

Fazit:

Absatzmittler	Jährliche Gesamtkosten (€)
Handlungsreisender	61.385,00 €
Handelsvertreter	43.662,50 €

Entscheidung:

Der Handelsvertreter ist um $61.385,00 \text{ €} - 43.662,50 \text{ €} = 17.722,50 \text{ €}$ pro Jahr günstiger als der Handlungsreisende.

Unter Kostengesichtspunkten sollte sich die TechTool GmbH für den Handelsvertreter entscheiden.

Bewertungshinweis:

Kosten des Handlungsreisenden korrekt ermittelt → 2 Punkte

Kosten des Handelsvertreters korrekt ermittelt → 2 Punkte

Korrekte Entscheidung anhand des Rechenergebnisses → 1 Punkt

1.6.2

(4 Punkte)

Argumente/Vorteile des Handlungsreisenden:

- Gute Steuerbarkeit (Weisungsbindung)
- Er kann mit Marktforschung, Kundenpflege, Verkaufsförderung usw. betraut werden.
- Exklusive Vertretung der eigenen Firma
- Flexibel einsetzbar
- Direkter Unternehmenskontakt zum Kunden
- Starke Identifikation mit dem Unternehmen

Argumente/Vorteile des Handelsvertreters:

- Geringe Kosten bei geringem Umsatz, einkommensorientierte Arbeitsweise
- Vorhandener eigener Kundenstamm
- Lückenloses, kostengünstiges Erschließen eines Absatzgebietes
- Lohnnebenkosten entfallen
- Kosten zur Errichtung und Verwaltung eines Arbeitsplatzes entfallen
- Evtl. objektiver und glaubwürdiger, weil unabhängig von Produkten eines Unternehmens
- Oft eigenes Auslieferungslager, daher Übernahme von Teilen der Lagerhaltung und Logistik
- Ergänzung des eigenen Sortiments
- Hohe Motivation durch leistungsabhängige Vergütung

Bewertungshinweis:

Korrektur Gesichtspunkt für Handlungsreisenden → je 1 Punkt

Korrektur Gesichtspunkt für Handelsvertreter → je 1 Punkt

2. Aufgabe

2.1

(2 Punkte)

Lösung: 1

Erläuterung:

Die ABS-Kunststoffe zur Herstellung der Gehäuse stellen einen Rohstoff dar (siehe Unternehmensbeschreibung).

Die hierfür anfallenden Kosten sind variable Kosten, da diese Kosten abhängig von der produzierten Menge anfallen.

Bei allen anderen Kosten handelt es sich um beschäftigungsunabhängige Kosten (Fixkosten).

Erläuterung der falschen Antworten:

Zu 2: Diese Kosten gehören zu den Fixkosten, weil sie unabhängig von der Produktionsmenge anfallen. Die Personalabteilung arbeitet grundsätzlich gleich viel, egal ob viele oder wenige Produkte hergestellt werden.

Zu 3: Mietkosten zählen ebenfalls zu den Fixkosten, da sie vertraglich festgelegt sind und sich nicht direkt mit der Produktionsmenge verändern. Egal ob viel oder wenig produziert wird, die Miete bleibt gleich.

Zu 4: Die Leasingrate zählt zu den Fixkosten, da sie monatlich in einer festen Höhe gezahlt wird und unabhängig davon ist, wie stark der LKW genutzt wird. Ob viele oder wenige Transporte durchgeführt werden, die Leasingrate bleibt gleich. Deshalb handelt es sich nicht um variable Kosten, sondern um fixe Kosten.

Zu 5: Zinsen gehören zu den fixen Finanzierungskosten, weil sie regelmäßig in festgelegter Höhe gezahlt werden müssen. Sie hängen nicht direkt von der Produktionsmenge ab und sind daher keine variablen Kosten.

2.2

(2 Punkte)

Mögliche Informationen:

- Bonität des Kunden (Zahlungsfähigkeit, Zahlungsverhalten, Zuverlässigkeit)
- Geschäftliche Situation des Unternehmens
- Eigentümer des Unternehmens
- Entscheidungsträger/Bevollmächtigte des Unternehmens
- Unternehmensimage
- Marktstellung in USA/Nordamerika/Welt

2.3

2.3.1

(2 Punkte)

Durch eine Fakturierung in Euro ist kein Umtausch von einer Fremdwährung in Euro erforderlich.

Auf diese Weise würde das Wechselkursrisiko für die TechTool GmbH ausgeschlossen.

2.3.2

(3 Punkte)

Die Frachtklausel „CIF“ steht für Cost, Insurance, Freight (= Kosten, Versicherung und Fracht) bis zum benannten Bestimmungshafen („Hafen New York“).

Durch die Verwendung der CIF-Klausel sind die oben genannten Aspekte folgendermaßen geregelt:

1. Verteilung der Transportkosten

Der Verkäufer trägt die Versandkosten sowie die Kosten für die Versicherung bis zum Bestimmungshafen New York.

2. Gefahrenübergang

Das Risiko geht mit dem Übergang der Ware über die Schiffsreling im Verschiffungshafen auf den Käufer über.

3. Beförderungsvertrag

Der Verkäufer hat den entsprechenden Beförderungsvertrag abzuschließen.

Bewertungshinweis:

Korrekte Kostenbeschreibung → 1 Punkt

Korrekter Gefahrenübergang → 1 Punkt

Korrekte Versicherungsbeschreibung → 1 Punkt

2.8

(2 Punkte)

Übersetzung der E-Mail:

„**Betreff:** Mängelanzeige – Hochdruckreiniger defekt, Ersatzlieferung erbeten

Sehr geehrte/r Frau/Herr ...,

wir möchten Sie darüber informieren, dass wir bei der Überprüfung unserer kürzlich erhaltenen Lieferung von Hochdruckreinigern (Bestellnummer: 5123849) festgestellt haben, dass 10 Geräte nicht ordnungsgemäß funktionieren.

Diese Einheiten sind defekt und entsprechen nicht den vereinbarten Qualitätsstandards, wodurch sie nicht verwendbar sind. Wir bitten Sie daher, **so schnell wie möglich Ersatz für die 10 mangelhaften Geräte zu liefern**, selbstverständlich ohne zusätzliche Kosten für uns.

Bitte bestätigen Sie den Erhalt dieses Schreibens und teilen Sie uns mit, wann wir mit der Ersatzlieferung rechnen können.

Wir danken Ihnen im Voraus für Ihre schnelle Bearbeitung und hoffen auf eine zügige Lösung.

Mit freundlichen Grüßen“

Mögliche Maßnahmen:

- E-Mail an Kunden schreiben (Eingangsbestätigung, wird bearbeitet, Entschuldigung)
- Umgehend Nachlieferung vorbereiten (Verfügbarkeit, Versandart etc. klären)
- E-Mail an Kunden mit voraussichtlichem Lieferdatum der Nachlieferung schreiben
- Klärung veranlassen, um die Ursachen für die Qualitätsprobleme zu finden
- Lager, Versandabteilung, Buchführung über den Vorgang informieren

3. Aufgabe

3.1

(2 Punkte)

Rechte des Betriebsrates:

- Der Betriebsrat muss vor der Einstellung unterrichtet werden (vgl. § 99 Abs. 1 BetrVG).
- Der Betriebsrat kann verlangen, dass eine interne Stellenausschreibung erfolgt (vgl. § 92 BetrVG).
- Der Betriebsrat hat das Recht, die Bewerbungsunterlagen einzusehen (vgl. § 99 Abs. 1 BetrVG).
- Der Betriebsrat hat das Recht, eine Bewerberliste zu erhalten (vgl. § 99 Abs. 1 BetrVG).
- Der Betriebsrat muss den geplanten Einstellungen zustimmen (vgl. § 99 Abs. 1 BetrVG).

3.2

3.2.1

(2 Punkte)

Bestand zum 01.01.x1	58
– bereits feststehende Abgänge im lfd. Kalenderjahr, davon:	
Kündigung durch Arbeitnehmer	1
Elternzeit	3
Versetzung in eine andere Abteilung	2
Kündigung durch Arbeitgeber	1
+ bereits feststehende Zugänge im lfd. Kalenderjahr, davon:	
Übernahme aus Berufsbildungsverhältnissen	1
Einstellungen	2
Rückkehr aus Elternzeit	1
= Bestand zum 31.12.x1	55

3.2.2

(2 Punkte)

Personalbestand im Bereich „Montage von Akku-Bohrschraubern“	55
abzgl. Personalbedarf im Bereich „Montage von Akku-Bohrschraubern“	28
= Personalüberhang (können in den Bereich „Montage von Powerstations“ versetzt werden)	27

3.2.3

(2 Punkte)

Möglichkeiten zur Akquisition von Mitarbeitenden:

- Stellenanzeigen auf Online-Jobbörsen (z. B. Indeed, StepStone, Monster) schalten
- Stellenanzeigen auf Unternehmenswebsite (z. B. Bereich „Karriere“) einrichten
- Soziale Netzwerke für Stellenanzeigen nutzen (z. B. LinkedIn, XING, Facebook) und ggf. direkte Ansprache von Kandidaten/Kandidatinnen
- Schaltung von Stellenanzeigen in geeigneten Printmedien (Zeitungen, Fachzeitschriften)
- Stellenanzeige im Unternehmen aushängen (z. B. an schwarzen Brettern, im Empfangsbereich)
- Anfragen bei der zuständigen Arbeitsagentur
- Nutzung unternehmensinterner Quellen, z. B. ehemalige Auszubildende ansprechen, die nicht übernommen wurden
- Stellenanzeigen bzw. QR-Codes z. B. auf Firmenfahrzeugen oder am Betriebsgebäude anbringen

4. Aufgabe

4.1

(2 Punkte)

Der gesamte Umsatz hat sich in den letzten vier Quartalen stetig um 30,3 Mio. € erhöht.

Erkennbar ist, dass sich der Umsatz im Bereich Akku-Bohrschrauber & Elektrowerkzeuge in den letzten vier Quartalen von 32,1 auf 27,3 Mio. EUR verringert hat.

Zudem hat sich der prozentuale Deckungsbeitrag bei dieser Produktgruppe von 34,8 % auf 29,0 % verringert.

Bewertungshinweis:

Korrekte Beschreibung → 1 Punkt

Problembereich → 1 Punkt

4.2

(1 Punkt)

Bei einem prozentualen Deckungsbeitrag wird ermittelt, wie hoch der Deckungsbeitrag (Umsatz/Verkaufserlöse – variable Kosten) im Verhältnis zum Umsatz/Verkaufserlös ist.

4.3

(2 Punkte)

Lösung: 4

Erläuterung:

Sofern ein negativer Deckungsbeitrag vorliegt, reichen die Erlöse nicht aus, um die variablen Kosten zu decken.

Dies führt zu einer Verschlechterung des Betriebsergebnisses für die Region Schweiz.

Erläuterung der falschen Antworten:

Zu 1: Ein negativer Deckungsbeitrag bedeutet, dass die Erlöse die variablen Kosten nicht decken. Dadurch entsteht ein Verlustbeitrag. Dieser verschlechtert das Betriebsergebnis und verbessert es nicht.

Zu 2: Ein negativer Deckungsbeitrag sagt nichts über eine Umsatzsteigerung aus. Er bedeutet lediglich, dass ein Produkt unwirtschaftlich ist, weil die variablen Kosten höher sind als der erzielte Preis. Umsatz kann sogar niedrig oder rückläufig sein.

Zu 3: Der negative Deckungsbeitrag entsteht nicht durch steigende Kosten allein, sondern durch das Verhältnis von Preis und variablen Kosten. Die Aussage ist daher falsch, weil er keine direkte Kostensteigerung verursacht, sondern ein Ergebnis aus Preis und Kosten ist.

Zu 4: Das ist falsch, weil ein negativer Deckungsbeitrag das Betriebsergebnis direkt verschlechtert. Jede zusätzliche Einheit erhöht den Gesamtverlust.

4.4

(2 Punkte)

Bei der Bestimmung des Verkaufspreises sind verschiedene Einflussfaktoren zu berücksichtigen:

- Die **Nachfragesituation** beschreibt, wie stark ein Produkt von den Kunden nachgefragt wird. Ist die Nachfrage hoch, kann ein Unternehmen in der Regel einen höheren Verkaufspreis durchsetzen, da Kunden bereit sind, mehr zu zahlen.
Bei geringer Nachfrage hingegen muss der Preis häufig gesenkt werden, um das Produkt überhaupt verkaufen zu können.

- Ein weiterer wichtiger Einflussfaktor sind die **Verkaufspreise der Mitbewerber**. Diese wirken als Orientierung im Markt, da Kunden Preise vergleichen. Liegt der eigene Preis deutlich über dem der Konkurrenz, kann dies zu geringeren Verkaufszahlen führen. Deshalb muss die TechTool GmbH ihre Preise so festlegen, dass sie im Vergleich zu Wettbewerbern wettbewerbsfähig bleiben.
- Die **Kostensituation** der TechTool GmbH ist ein zentraler Einflussfaktor bei der Preisgestaltung, da sie bestimmt, welche Mindestpreise überhaupt wirtschaftlich sinnvoll sind. Dabei werden alle anfallenden Kosten berücksichtigt, zum Beispiel Material-, Produktions-, Personal- und Vertriebskosten. Der Verkaufspreis muss so festgelegt werden, dass diese Kosten gedeckt sind und zusätzlich ein angemessener Gewinn erzielt wird. Steigen die Kosten, etwa durch teurere Rohstoffe oder höhere Löhne, wirkt sich dies in der Regel auch auf den Verkaufspreis aus.
- Die **allgemeine Preisstrategie** der TechTool GmbH legt fest, wie sich das Unternehmen grundsätzlich im Markt positionieren möchte. Bei einer Premiumstrategie werden bewusst höhere Preise angesetzt, um Qualität, Innovation oder Exklusivität zu signalisieren. Ziel ist es, eine starke Markenposition aufzubauen und höhere Gewinnmargen zu erzielen. Bei einer Preis-Mengen-Strategie hingegen werden eher niedrige Preise gewählt, um viele Kunden zu erreichen und durch hohe Absatzmengen Gewinne zu erzielen. Welche Strategie gewählt wird, beeinflusst somit direkt die Höhe und Ausrichtung der Verkaufspreise.

4.5

(2 Punkte)

Lösung: 5

Erläuterung:

Die Kosten- und Leistungsrechnung ist betriebswirtschaftlich sinnvoll, da hierdurch die Wirtschaftlichkeit der betriebszweckbezogenen Tätigkeit dargestellt wird.

Erläuterung der falschen Antworten:

Zu 1: Die Erfassung der gesamten Aufwendungen und Erträge und die Ermittlung des steuerrechtlichen Gewinns ist Aufgabe der Finanzbuchführung.

Zu 2: Leerkosten sind die Kosten der nicht genutzten Kapazität. Eine automatische Verhinderung dieser Kosten wird durch die Kosten- und Leistungsrechnung nicht erreicht.

Zu 3: Eine lückenlose Übersicht aller Vermögensgegenstände wird durch eine ordnungsgemäße Finanzbuchführung sichergestellt.

Zu 4: Der Unternehmenserfolg wird auch ohne eine Kosten- und Leistungsrechnung im Rahmen der Finanzbuchführung ermittelt.

Lösung Prüfung 1

4.6

(2 Punkte)

Lösung: 2

Erläuterung:

Die bilanziellen Abschreibungen beziehen sich auf sämtliche Anlagegüter, die im Betrieb eingesetzt werden. Bei der Bestimmung der kalkulatorischen Abschreibungen werden hingegen nur die betriebsnotwendigen Wirtschaftsgüter berücksichtigt.

Erläuterung der falschen Antworten:

Zu 1: Die bilanziellen Abschreibungen können durchaus höher als die kalkulatorischen Abschreibungen sein.

Das ist beispielsweise der Fall, wenn die geschätzte, tatsächliche Nutzungsdauer in der Kosten- und Leistungsrechnung deutlich höher als die Nutzungsdauer ist, die in der AfA-Tabelle angesetzt wird.

Zu 3: Die kalkulatorischen Abschreibungen werden von den Wiederbeschaffungskosten berechnet, während die Anschaffungs-/Herstellungskosten Ausgangspunkt für die Bestimmung der bilanziellen Abschreibungen sind.

Zu 4: Kalkulatorische Abschreibungen können unabhängig von gesetzlichen Vorgaben vorgenommen werden. Bei der Berechnung der bilanziellen Abschreibungen hingegen müssen die Vorgaben des Gesetzgebers eingehalten werden.

Zu 4: Die kalkulatorischen Abschreibungen können fortgesetzt werden, solange der Anlagegegenstand im Betrieb eingesetzt wird.

Bei den bilanziellen Abschreibungen hingegen dürfen die jährlichen Abschreibungen nur so lange berechnet werden, bis die Nutzungsdauer des Gegenstandes laut der AfA-Tabelle des Bundesfinanzministeriums erreicht ist.

4.7

(3 Punkte)

Position	%/€	Einzelwerte in €	Summen
1. Materialeinzelkosten (MEK)		80,00 €	
2. + Materialgemeinkosten (MGK)	25 %	20,00 €	
= Materialkosten			100,00 €
3. + Fertigungseinzelkosten (FEK)		100,00 €	
5. + Fertigungsgemeinkosten (FGK)	80 %	80,00 €	
4. + Maschinenkosten (MK)	84,50 €	84,50 €	
= Fertigungskosten			264,50 €
6. = Herstellkosten (HK)			364,50 €
7. + Verwaltungsgemeinkosten (VwGK)	12 %	43,74 €	
8. + Vertriebsgemeinkosten (VtGK)	10 %	36,45 €	
= Selbstkosten (SK)			444,69 €

Bewertungshinweis:

Korrektur Wert (fett gedruckt) → je 0,5 Punkte

4.8

(3 Punkte)

Position	%	Einzelwerte in €	
Selbstkosten			444,69 €
+ Gewinnaufschlag	3,65423 %	16,25 €	
= Barverkaufspreis			460,94 €
+ Skonto	3 %	14,26 €	
= Zielverkaufspreis			475,20 €
+ Rabatt	12 %	64,80 €	
= Listenverkaufspreis			540,00 €



Der **Gewinnaufschlag** wird mithilfe der sog. **Differenzkalkulation** ermittelt. Dabei rechnet man zunächst rückwärts vom gegebenen Listenverkaufspreis hoch bis zum Barverkaufspreis. Die Differenz zwischen dem so ermittelten Barverkaufspreis und den gegebenen Selbstkosten stellt den Gewinnaufschlag dar.

Ausgangspunkt ist der Listenverkaufspreis von 540,00 €/Stück.

Im ersten Schritt werden hiervon 12 % Rabatt und damit $540,00 \text{ €} \times 12 / 100 = 64,80 \text{ €}$ abgezogen.

Im zweiten Schritt werden vom verbleibenden Zielverkaufspreis 3 % Skonto und damit $475,20 \text{ €} \times 3 / 100 = 14,26 \text{ €}$ abgezogen.

Damit ergibt sich ein Barverkaufspreis von 460,94 €.

Der Gewinn ergibt sich aus der Differenz zwischen dem Barverkaufspreis von 460,94 € und den Selbstkosten von 444,69 € (siehe Aufgabe 4.7). Sie beträgt 16,25 €.

Zur Ermittlung des Gewinnzuschlags in Prozent wird dieser Wert ins Verhältnis zu den Selbstkosten gesetzt:

Selbstkosten = 444,69 € = 100 %

Gewinnzuschlag = 16,25 € = x %

=> $16,25 \text{ €} \times 100 / 444,69 \text{ €} = 3,65423 \text{ %}$

Alternativ mit dem Ausgangswert von 445,00 €/Stück für die Selbstkosten:

Position	%	Einzelwerte in €	
Selbstkosten			445,00 €
+ Gewinnaufschlag	3,58202 %	15,94 €	
= Barverkaufspreis			460,94 €
+ Skonto	3 %	14,26 €	
= Zielverkaufspreis			475,20 €
+ Rabatt	12 %	64,80 €	
= Listenverkaufspreis			540,00 €

Bewertungshinweis:

Korrekte Ermittlung des Euro-Betrages → 2 Punkte

Korrekte Ermittlung des Gewinnzuschlags → 1 Punkt

4.9

(2 Punkte)

Lösung: 3

Erläuterung:

Der Deckungsbeitrag gibt an, wieviel vom Verkaufspreis nach Abzug der variablen Kosten zur Deckung der Fixkosten zur Verfügung steht. Im Break-even-Punkt reicht die Summe der Deckungsbeiträge gerade aus, um die Fixkosten zu decken.

Erläuterung der falschen Antworten:

Zu 1: Die Break-even-Menge kennzeichnet die Menge, bei der die Gesamtkosten den Gesamterlösen entsprechen. Die Fixkosten werden bei der Ermittlung der Gesamtkosten mit einbezogen.

Zu 2: Siehe 1. Für die Bestimmung der Break-even-Menge ist unerheblich, in welchem Verhältnis fixe und variable Kosten zueinander stehen.

Zu 4: Siehe 1.

Zu 5: Der Break-even-Umsatz lässt sich ermitteln, indem der Verkaufspreis mit der Break-even-Menge multipliziert wird.

4.10

(2 Punkte)

Lösung: 3

Erläuterung:

Da es sich um eine kurzfristige Verbindlichkeit handelt („Zahlungsziel 60 Tage“), wird gemäß § 256a HGB der Devisenkassamittelkurs zum Bilanzstichtag 31.12.x1 zur Bewertung verwendet. Die Bewertung muss daher zu 1 EUR = 0,019 TYR erfolgen.

Die anderen Kurse dürfen nicht gewählt werden.

4.11

(2 Punkte)

Lösung: 5

Erläuterung:

Der Istbestand liegt um $570 - 520 = 50$ Stück über dem Sollbestand. Bei einem solchen Mehrbestand (Ist > Soll) wurde der Lagerbestand in der Buchhaltung bisher zu niedrig ausgewiesen. Im Jahresabschluss muss indes der tatsächliche Bestand angesetzt werden.

Es erfolgt eine Ertragsbuchung in Höhe der Bestandsveränderung. Dadurch wirkt sich die Korrektur gewinnerhöhend aus.

Erläuterung der falschen Antworten:

Zu 1: Es handelt sich nicht um einen Umsatzerlös, sondern um eine Bestandskorrektur.

Zu 2: Die Korrektur hat eine Wirkung auf den Gewinn und ist damit erfolgswirksam ist.

Zu 3: Der Bestand wird erhöht und nicht vermindert.

Zu 4: Inventurdifferenzen sind zwingend im aktuellen Jahresabschluss zu berücksichtigen.