

2022

Fachoberschule

Original-Prüfungen
mit Lösungen

**MEHR
ERFAHREN**

Hessen

Wirtschaft und

Original-Prüfungsaufgaben
2021 zum Download



STARK

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Hinweise und Tipps zur zentralen Abschlussprüfung

1	Ablauf der schriftlichen Abiturprüfung	I
2	Inhalte der Prüfung	I
3	Leistungsanforderungen	II
4	Bewertung	II
5	Vorbereitung	II
6	Weiterführende Informationen	V
7	Analyse der Stoffstruktur und Zuordnung der Prüfungsaufgaben	VI

Original-Abschlussprüfungen

Abschlussprüfung 2018

Vorschlag A: Aufgabenstellung	2018-1
Vorschlag A: Lösungsvorschlag	2018-8
Vorschlag B: Aufgabenstellung	2018-25
Vorschlag B: Lösungsvorschlag	2018-32

Abschlussprüfung 2019

Vorschlag A: Aufgabenstellung	2019-1
Vorschlag A: Lösungsvorschlag	2019-7
Vorschlag B: Aufgabenstellung	2019-21
Vorschlag B: Lösungsvorschlag	2019-26

Abschlussprüfung 2020

Vorschlag A: Aufgabenstellung	2020-1
Vorschlag A: Lösungsvorschlag	2020-6
Vorschlag B: Aufgabenstellung	2020-21
Vorschlag B: Lösungsvorschlag	2020-28

Abschlussprüfung 2021

Online als PDF zum Download www.stark-verlag.de/mystark

Das Corona-Virus hat auch im vergangenen Schuljahr die Prüfungsabläufe beeinflusst. Um Ihnen die Prüfung 2021 schnellstmöglich zur Verfügung stellen zu können, bringen wir sie in digitaler Form heraus.

Sobald die Original-Prüfungsaufgaben 2021 zur Veröffentlichung freigegeben sind, können sie als PDF auf der Plattform **MyStark** heruntergeladen werden.

Jeweils zu Beginn des neuen Schuljahres erscheinen die neuen Ausgaben der Abiturprüfungsaufgaben mit Lösungen.

Autoren

Roland Hegerl
Christiane Bitz
Sebastian Kreß

Vorwort

Liebe Schülerinnen und Schüler,

mit diesem Buch geben wir Ihnen eine optimale Hilfestellung zur Vorbereitung auf die **Abschlussprüfung 2022 an der Fachoberschule in Hessen** im Fach **Verwaltung und Wirtschaft**.

- Sie erhalten im ersten Teil des Buches zahlreiche **Informationen zur Abschlussprüfung**, deren Kenntnis für die gezielte Vorbereitung hilfreich und wichtig ist. Dazu gehören u. a. Hinweise zum genauen Ablauf der Prüfung sowie alles Wissenswerte zur Struktur und zu den Anforderungen der Prüfungsaufgaben. Sie finden dort darüber hinaus viele **praktische Hinweise**, die Ihnen in der Vorbereitung auf die Abschlussprüfung helfen.
- Der Band enthält die vom hessischen Kultusministerium gestellten **Original-Abschlussprüfungen 2018 bis 2021**. Damit können Sie sich ein genaues Bild davon machen, wie die Prüfung in den letzten Jahren ausgesehen hat.
- Zu sämtlichen Aufgaben im Buch wurden von unseren Autoren **vollständige, kommentierte Lösungsvorschläge** sowie separate **Tipps zum Lösungsansatz** ausgearbeitet, die Ihnen das selbstständige Lösen der Aufgaben erleichtern.

Sollten nach Erscheinen des Bandes noch wichtige Änderungen in der Abitur-Prüfung 2022 vom Kultusministerium bekannt gegeben werden, finden Sie aktuelle Informationen dazu im Internet unter:

www.stark-verlag.de/mystark.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Vorbereitung und bei Ihrer Abschlussprüfung!

Die Autoren und der Verlag

Hinweise und Tipps zur zentralen Abschlussprüfung

1 Ablauf der schriftlichen Abschlussprüfung

Die Aufgaben der Abschlussprüfung zur Erlangung der allgemeinen Fachhochschulreife werden zentral vom Hessischen Kultusministerium gestellt und sind für alle Schülerinnen und Schüler der 12. Klassen der Fachoberschulen verbindlich vorgeschrieben.

Die Bearbeitungszeit der Prüfung beträgt 240 Minuten. Vor dieser Zeit haben Sie eine 30-minütige Einlesezeit in die Prüfungsvorschläge. Nach dieser halben Stunde kann entweder Vorschlag A oder Vorschlag B gewählt werden.

Als Hilfsmittel sind ein Wörterbuch der deutschen Rechtschreibung, der im Fach Mathematik eingeführte wissenschaftliche Taschenrechner, sowie eine Liste der fachspezifischen Operatoren „Wirtschaft und Verwaltung“ zugelassen.

2 Inhalte der Prüfung

In der Prüfung des Faches „Wirtschaft und Verwaltung“ werden aktuell nachfolgende Lern- und Prüfungsbereiche zugrunde gelegt, in welchen insgesamt 100 Bewertungseinheiten (Punkte) erreicht werden können.

- Entwicklung eines Marketingkonzepts (1)
- Rechnungswesen als Grundlage betriebswirtschaftlicher Entscheidungen (2)
- Unternehmensgründung (3)
- Prozesse der Leistungserstellung im Industrie- und Dienstleistungsbereich (4)
- Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen und deren Auswirkungen auf die Beschäftigung (5)

Tendenziell werden in den Bereichen (1) und (4) die meisten Punkte (25 Bewertungseinheiten) vergeben. Die geringste Punktezahl erhält der Bereich (2).

Diese Aufteilung ist der unterschiedlichen Anzahl der zu unterrichtenden Stunden während des Schuljahres geschuldet.

Eine jährlich aktualisierte Übersicht über die prüfungsrelevanten Themen erhalten Sie über die Homepage des Hessischen Kultusministeriums. Hier kann bereits sehr früh vor der eigentlichen Prüfungen der Erlass „Zentrale Abschlussprüfung in der Fachoberschule; Hinweise zur Vorbereitung und Durchführungsbestimmungen“ eingesehen werden.

3 Leistungsanforderungen

Die Prüfung verlangt problemlösendes Denken. Das bedeutet, dass komplexe betriebswirtschaftliche sowie volkswirtschaftliche Problemstellungen beschrieben werden, welche Sie erkennen und analysieren müssen. Es sind Lösungen zu erarbeiten, darzustellen und begründet zu belegen.

Es werden drei Anforderungsbereiche an die Art der Lösung zu Grunde gelegt:

Anforderungsbereich I: Reproduktion, z. B. Nennen, Wiedergeben, Kennzeichnen

Anforderungsbereich II: Transfer, z. B. Erklären, Analysieren, Entscheiden

Anforderungsbereich III: Reflexion, z. B. Bewerten, Entwickeln, Beurteilen

4 Bewertung

Die bei den einzelnen Teilaufgaben maximal erreichbaren Bewertungseinheiten (BE) finden Sie bei den jeweiligen Aufgaben. Insgesamt können in der Abschlussprüfung 100 BE erreicht werden. Die folgende Tabelle stellt die Umrechnung der in Prozent erreichen BE in Punkte dar:

Punkte	15	14	13	12	11	10	09	08
Prozent	ab 96	ab 91	ab 86	ab 81	ab 76	ab 71	ab 66	ab 61
Punkte	07	06	05	04	03	02	01	00
Prozent	ab 56	ab 51	ab 46	ab 41	ab 34	ab 27	ab 20	unter 20

5 Vorbereitung

Beschäftigen Sie sich rechtzeitig mit der Operatorenliste für das Schwerpunktfach Wirtschaft und Verwaltung. Sie finden Sie hier Definition und Zuordnung zum Anforderungsbereich.

Operator(en)	Definition	AFB
abschätzen/ einschätzen	durch begründete Überlegungen Größenordnungen angeben	II-III
abschließen	Geschäftsvorfälle buchen, Kontensalden ermitteln und diese auf Gegenkonten verbuchen	II
analysieren	Merkmale eines Textes, Sachverhalts oder Zusammenhangs kriterienorientiert bzw. aspektgeleitet erschließen und zusammenhängend verdeutlichen	II
angeben/ beschriften	Sachverhalte, Begriffe oder Daten ohne Erläuterungen, Begründungen und Lösungswege aufzählen	I
anwenden	einen bekannten Sachverhalt oder eine bekannte Methode auf eine neue Problemstellung beziehen	II
auswerten	Daten, Einzelergebnisse oder Sachverhalte zu einer abschließenden Gesamtaussage zusammenführen	II
begründen	einen Sachverhalt bzw. eine Aussage durch Argumente stützen	II-III
berechnen	anhand vorgegebener Daten durch Rechenoperationen zu einem Ergebnis gelangen und die Rechenschritte dokumentieren	I-II
beschreiben	Aussagen, Sachverhalte, Strukturen o.Ä. in eigenen Worten strukturiert und fachsprachlich verdeutlichen	I-II
bestätigen/ nachweisen/ widerlegen/ zeigen	die Gültigkeit einer Aussage, z.B. einer Hypothese oder einer Modellvorstellung, für richtig/falsch erklären	II-III
bestimmen/ ermitteln	einen Zusammenhang oder einen möglichen Lösungsweg aufzeigen und das Ergebnis formulieren (Die Wahl der Mittel kann unter Umständen eingeschränkt sein.)	II-III
beurteilen	zu einem Sachverhalt oder einer Aussage unter Verwendung von Fachwissen und Fachmethoden eine begründete Einschätzung geben	III
bewerten/ Stellung nehmen	wie Operator „beurteilen“, aber zusätzlich die eigenen Maßstäbe begründet darlegen	III
buchen	Buchungssätze von Geschäftsvorfällen in T-Konten eintragen und/oder Buchungssätze bilden	I-II
darstellen	Sachverhalte o.Ä. und deren Bezüge sowie Zusammenhänge aufzeigen	I-II
definieren	einen Vorgang oder Begriff exakt bestimmen, um ihn von anderen Begriffen abzugrenzen, ohne ihn selbst zu nennen	I

Hessen Wirtschaft und Verwaltung
Abschlussprüfung Fachoberschule 2020
Vorschlag A

Aufgabenstellung

- 1 Die Freshleisure GmbH ist eine mittelständische Anbieterin von Kleidung, die ursprünglich für sportliche Aktivitäten entworfen wurde und in anderen Umgebungen getragen wird. Das Unternehmen stellt bisher Yoga- und Strumpfhosen sowie Sneakers und Shorts her.
- 1.1 Aufgrund eines allgemeinen Umsatzrückgangs im Jahr 2019 beschließt das Unternehmen, die eigene Produktpalette zu überprüfen.
- 1.1.1 Erklären Sie die Begriffe Marktwachstum und relativer Marktanteil. (2 BE)
- 1.1.2 Erstellen Sie mithilfe der Daten aus Material 1 eine 4-Felder-Matrix für das Portfolio der Freshleisure GmbH (Grenze Marktwachstum: 0 %; Grenze relativer Marktanteil: 1) (4 BE)
- 1.1.3 Erläutern Sie das Produktpotfolio der Freshleisure GmbH und ermitteln Sie geeignete Normstrategien für zwei Produkte des Unternehmens. (6 BE)
- 1.1.4 Nennen Sie drei Kritikpunkte am Instrument der Portfolioanalyse. (3 BE)
- 1.2 Die Freshleisure GmbH möchte das Image des modischen Basketball-Sneakers *GlizzzerX* mithilfe einer geeigneten kommunikationspolitischen Maßnahme verbessern. Der Schuh soll deutschlandweit an Frauen im Alter von 14 bis 30 Jahren verkauft werden.
- 1.2.1 Geben Sie jeweils die Bezeichnung des Kommunikationsinstruments an.
- Einer überregionalen Zeitung wird eine Broschüre über die Vorzüge des neuen Sneakers beigefügt.
 - Eine Influencerin stellt auf ihrem Internetvideokanal über Mode, Make-up und Fitness den Sneaker vor.
 - Auf einem hessischen Radiosender läuft täglich ein 15-Sekunden-Spot.
 - Die Hauptfigur aus einer Vorabendserie trägt regelmäßig die Sneakers der Freshleisure GmbH.
 - Das Unternehmen schult die Verkäuferinnen und Verkäufer mehrerer Schuhketten.
- (5 BE)
- 1.2.2 Beurteilen Sie die Erfolgschancen der ersten beiden Kommunikationsinstrumente in Aufgabe 1.2.1. (4 BE)

Material 1 Produktpalette der Freshleisure GmbH

Produkt	Yogahosen	Strumpfhosen	Sneakers	Shorts
Marktwachstum	2 %	-4 %	5 %	-1 %
relativer Marktanteil	0,7	1,1	0,1	0,15
Umsatzanteil	15 %	50 %	10 %	25 %

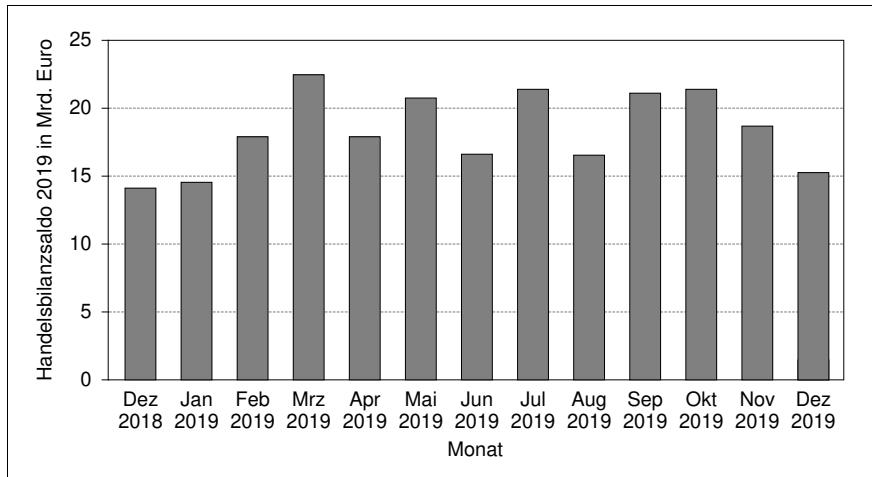
Material 2 Personelle Veränderungen der Freshleisure GmbH

	Einkauf	Produktion	Vertrieb
Aktueller Stellenbestand	5	20	8
Bedarfsveränderung	+ 20 %	+ 15 %	- 25 %

Bereits bekannte zusätzliche Änderungen des Personalbestands:

- Ein Kollege in der Abteilung Produktion hat seine Kündigung eingereicht.
- Eine Kollegin kehrt in die Abteilung Einkauf aus der Elternzeit zurück.
- Ein Kollege in der Abteilung Produktion geht in Rente.
- Eine Auszubildende in der Produktion wird übernommen.
- Eine Mitarbeiterin wird aus dem Vertrieb in die Abteilung Einkauf versetzt.

Material 3 Handelsbilanzsaldo in Deutschland 2019 (saison- und kalenderbereinigte Werte in Milliarden Euro)



eigene Darstellung, Daten nach: Statistisches Bundesamt (2020)

Lösungsvorschlag

1.1.1 Das **Marktwachstum** stellt die prozentuale Veränderung eines Absatz- bzw. Umsatzvolumens innerhalb eines bestimmten Marktes und eines bestimmten Zeitraums dar.

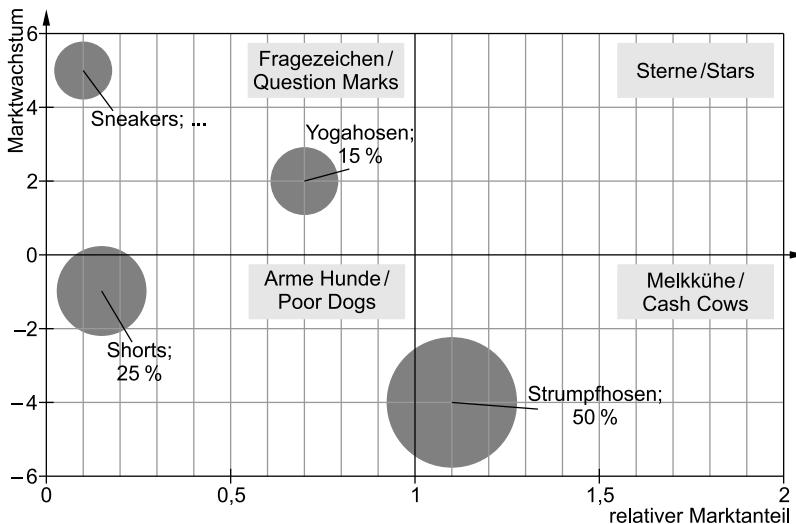
Der **relative Marktanteil** bezeichnet den Anteil eines bestimmten Marktteilnehmers im Vergleich zum Marktanteil des größten Konkurrenten.

1.1.2

TIPP Mithilfe der Portfolioanalyse/4-Felder-Matrix lassen sich Produkte anhand ihres Marktwachstums und des relativen Marktanteils ordnen, um daraus Strategien für Unternehmen zu formulieren.

In der Aufgabenstellung sind die relativen Marktanteile gegeben. Siehe hierzu auch Material 1 „Produktpalette der Freshleisure GmbH“. Sollten diese nicht gegeben sein, lassen sich die Daten leicht berechnen, indem Sie den eigenen absoluten Marktanteil durch den absoluten Marktanteil des stärksten Konkurrenten teilen. Dabei ergibt sich der absolute Marktanteil aus dem Verhältnis der verkauften Stückzahlen des Unternehmens zur gesamten verkauften Menge des Marktes oder aus dem Verhältnis des Umsatzes eines betrachteten Produktes zum gesamten Marktaumsatz. Ist der relative Marktanteil größer als 1, so bedeutet dies eine Marktführerschaft des betrachteten Unternehmens.

4-Felder-Matrix für das Portfolio/Portfolioanalyse der Freshleisure GmbH



1.1.3

TIPP Der erste Teil der Aufgabe besteht darin, die erstellte Portfoliomatrix zu erläutern. Dies bedeutet, dass die Matrix mithilfe von Informationen mit dem betrachteten Unternehmen in Beziehung gesetzt wird. Somit muss herausgearbeitet werden, ob das Unternehmen mit seinen Produkten im Markt gut aufgestellt ist oder nicht. Häufige Fehlerquellen beziehen sich auf die Einteilung des Marktwachstums oder des Marktanteils. Im betrachteten Fall handelt es sich um ein negatives Marktwachstum, was auf einen immer kleiner werdenden Markt hindeutet.

Im zweiten Teil der Aufgabenstellung soll eine auf die betrachtete Unternehmung zugeschnittene Normstrategie ermittelt werden. Häufige Fehlerquellen stellen hier oftmals die zu allgemeine Beschreibung der Strategie dar. Nehmen Sie einerseits konkrete Produkte (laut Aufgabenstellung zwei Produkte) detailliert als Ausgangspunkt, bleiben Sie dennoch so knapp wie möglich in Ihren Ausführungen.

Das Portfolio der Freshleisure GmbH ist unausgeglichen. Das betrachtete Unternehmen hat mit den Produkten *Sneakers* und *Yogahosen* zwei relativ kleine question marks im Sortiment. Beide Produkte werden auf weiterhin wachsenden Märkten angeboten. Das mit einem Umsatzanteil von 50 % größte Produkt, die *Strumpfhosen*, stellt eine cash cow dar. Alle drei Produkte sind grundsätzlich als positiv zu bewerten. Jedoch fehlt dem Unternehmen ein Produkt, welches in die Kategorie der stars einzuordnen ist. Weiterhin negativ zu betrachten ist das Produkt *Shorts*, da es sich um einen poor dog handelt, dessen Umsatz mit 25 % sehr groß ist und sich zudem in einem eher schrumpfenden Markt befindet. Auch die cash cow des Unternehmens befindet sich in einem schrumpfenden Markt, weshalb die betrachtete Unternehmung eine weiterführende Strategie erarbeiten sollte.

Hinsichtlich des Produktes *Shorts* lässt sich die Normstrategie der Desinvestition anführen, da es sich in einem schrumpfenden Markt befindet. Für die *Strumpfhosen* bietet sich die Abschöpfungsstrategie an. Bei den *Sneakers* und *Yogahosen* sollte die Investitionsstrategie verfolgt werden, da die beiden Produkte möglicherweise zu stars werden könnten.

1.1.4 Ein erster Kritikpunkt ist, dass die Portfoliomatrix lediglich auf zwei Entscheidungskriterien (hier: Marktwachstum und relativer Marktanteil) zurückgreift. So werden Synergieeffekte zwischen einzelnen Produkten nicht berücksichtigt. Synergieeffekte sind z. B. Kostenersparnisse bei der Herstellung von Produkten. Im vorliegenden Fall könnten beispielsweise freie Kapazitäten ausgenutzt werden. Zweitens werden Reaktionen der weiteren Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmer nicht berücksichtigt. Als dritter Kritikpunkt können die Achsenabschnitte genannt werden. Diese werden nicht klar definiert bzw. basieren auf eigenen Maßstäben. Ebenso durchlaufen Produkte in der Realität

nicht immer und automatisch alle Felder des Portfolios, wodurch eine abgeleitete Strategie auch einen negativen Einfluss auf ein Produkt haben könnte.

- 1.2.1** Wird einer überregionalen Zeitung eine Broschüre beigefügt, die über die Vorteile der neuen Sneakers informiert, handelt es sich um eine klassische Absatzwerbung. Eine Influencerin, die auf ihrem Internetvideokanal über Mode, Make-up und Fitness den Sneaker vorstellt, nutzt Online-Marketing bzw. Social Media Marketing. Eine weitere klassische Absatzwerbung ist darin zu sehen, dass auf einem hessischen Radiosender täglich ein 15-Sekunden-Spot ausgestrahlt wird. Trägt die Hauptfigur aus einer Vorabendserie die Sneakers der Freshleisure GmbH regelmäßig, so handelt es sich um Product Placement. Im letzten Fall werden die Verkäuferinnen und Verkäufer mehrerer Schuhketten geschult, wodurch es sich um ein Kommunikationsinstrument der Verkaufsförderung handelt.

1.2.2

TIPP Bei der Beurteilung von Erfolgschancen geht es darum, dass man mithilfe von Fachwissen eine begründete Entscheidung treffen muss, die einen positiven oder auch negativen Erfolg schlüssig nachvollziehen lässt. Hierzu ist es wichtig, das jeweilige Kommunikationsinstrument mit der Zielgruppe des Produktes in Beziehung zu setzen. Die fehlende Beziehung stellt eine häufige Fehlerquelle dar.

Die Broschüre in der überregionalen Zeitschrift wird die Zielgruppe nicht erreichen und somit ihr Ziel verfehlen. Ein Großteil der Jugendlichen und jungen Erwachsenen liest keine Zeitung, weshalb die Zielgruppe nichts über dieses Kommunikationsinstrument von dem Sneaker erfährt. Ein Erfolg ist somit als nicht wahrscheinlich einzuschätzen.

Anders sieht es im zweiten Kommunikationsinstrument aus. Internetvideokanäle sind für Jugendliche und junge Erwachsene von immer größerer Bedeutung. Eine Influencerin, die regelmäßig Videos über Mode, Sport und Kosmetik veröffentlicht, scheint für die Verkaufsförderung vielversprechend zu sein. Wenn der Sneaker in einem Video vorgestellt wird, könnte dies einen Einfluss auf das Verkaufsverhalten der Follower bzw. Abonnentinnen und Abonnenten haben.

- 2.1** Bei der Gründung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) muss ein Gesellschaftsvertrag notariell aufgelegt werden. In diesem Vertrag muss u. a. der Betrag des Stammkapitals sowie der von jeder Gesellschafterin oder jedem Gesellschafter zu leistenden Kapitaleinlage enthalten sein. Als weitere Voraussetzung ist die Eintragung der GmbH in das Handelsregister zu nennen. Die Stammeinlage muss in Höhe von insgesamt 25 000 € vorliegen, wobei die Stammeinlagenanteile nominal mindestens 1 € betragen müssen.



© STARK Verlag

www.pearson.de
info@pearson.de

Der Datenbestand der STARK Verlag GmbH
ist urheberrechtlich international geschützt.
Kein Teil dieser Daten darf ohne Zustimmung
des Rechteinhabers in irgendeiner Form
verwertet werden.



Pearson

STARK