

# KLAUSUREN

für Lehrkräfte



## MEHR ERFAHREN

Wirtschaft

Baden-Württemberg

Klausuren online 



# STARK

# Inhalt

Vorwort

## Theorie

---

<b>1 Gestaltung und Umfang von Klausuren</b>	<b>3</b>
1.1 Anzahl, Dauer und Inhalte der Klausuren in der Oberstufe .....	3
1.2 Gestaltung von Klausuren .....	3
1.3 Operatoren .....	5
1.4 Materialien .....	7
1.5 Verteilung von Verrechnungspunkten .....	8
<b>2 Der Operator „gestalten“</b>	<b>9</b>
2.1 Leserbrief .....	9
2.2 Kommentar .....	10
2.3 Strategie .....	11
<b>3 Korrektur von Klausuren</b>	<b>12</b>
3.1 Korrekturtipps .....	12
3.2 Korrekturzeichen .....	12
3.3 Holistische Korrektur .....	13

## Praxis

---

### Wirtschaftliches Handeln im Sektor Haushalt

Klausur 1 Preise unter Kontrolle: Eingriffe am Zuckermarkt .....	17
Klausur 2 Markt und Staat: Wirtschaftsordnung in der Bundesrepublik Deutschland .....	24

### Wirtschaftliches Handeln im Sektor Unternehmen

Klausur 3 Der deutsche Fitnessmarkt – einsteigen oder nicht? .....	32
Klausur 4 Von Analyse- und Marketinginstrumenten .....	40
Klausur 5 Erfolgszahlen? – Bewertung von Unternehmen .....	49
Klausur 6 Wie ökonomisch ist E-Mobility? .....	57

### Wirtschaftliches Handeln im Sektor Staat

Klausur 7 Der Einfluss des Staates am Beispiel der Mietpreisbremse .....	64
Klausur 8 Portugal – ein Senkrechstarter? .....	71

### **Wirtschaftliches Handeln im Sektor Ausland**

Klausur 9	Investieren oder nicht – die Deutsche Zahlungsbilanz .....	76
Klausur 10	Von Notenbanken und Wechselkursen .....	82
Klausur 11	Globalisierung – Auswirkungen und Gestaltungsmöglichkeiten .....	90
Klausur 12	Südkorea zwischen Protektionismus und Freihandel .....	97

### **Autoren**

Dr. Gerhard Altmann:	Theorie, Klausuren 1, 3, 11
Joachim Traub:	Klausuren 7, 9, 10
Martina Tuda:	Klausuren 2, 4, 12
Dr. Gideon Maier:	Klausuren 5, 6, 8

# Vorwort

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

im schulischen Alltag ist das Konzipieren und Korrigieren von Klausuren eine zentrale Aufgabe – egal, ob am Beginn Ihrer Lehramtslaufbahn oder nach vielen Jahren Erfahrung. Gerade in Fächern wie Wirtschaft, in denen es das **Aktualitätsgebot** und der eigene Anspruch verbieten, veraltete Klausuren zu stellen, ist dies oft extrem zeitintensiv. In der Oberstufe werden außerdem besondere Ansprüche an die **Kompetenzorientierung** gestellt.

Der vorliegende Band hilft Ihnen nicht nur dabei, den **Konzeptions- und Korrekturaufwand zu reduzieren**, sondern gleichzeitig durch angemessene und faire Aufgaben das Leistungsniveau der Schüler zu ermitteln und eine **transparente und konstruktive Beurteilung** vorzunehmen.

Wir hoffen, dass das vorliegende Buch dadurch auch einen Beitrag zur bestmöglichen Vorbereitung Ihrer Schülerinnen und Schüler auf die Abiturprüfungen leistet.

Gleichzeitig eignet sich diese Sammlung natürlich auch, um in Ihrer Wirtschaftsfachschaft **gemeinsame Standards** für die Erstellung und Bewertung von Kursstufenklausuren zu diskutieren und zu entwickeln.

Die Autoren dieses Bandes und der Verlag wünschen Ihnen **viel Erfolg** beim Einsatz der Klausuren im Unterricht sowie bei Ihrer eigenen Klausurerstellung.

## Info

Alle in diesem Band enthaltenen Klausuren und Erwartungshorizonte können Sie auch direkt aus dem **Download-Bereich** als Word- oder PDF-Datei herunterladen, bearbeiten und ausdrucken.



# 1 Gestaltung und Umfang von Klausuren

## 1.1 Anzahl, Dauer und Inhalte der Klausuren in der Oberstufe

Im **vierstündigen Kernfach** (ab 2019/2020 fünfstündiges Leistungsfach) Wirtschaft werden in den ersten drei Halbjahren zwei Klausuren, im letzten Halbjahr eine Klausur geschrieben. Dabei ist es ratsam, zumindest einmal in der Kursstufe eine Langzeitklausur anzusetzen.

Jede Klausur sollte mehrere Standards des Bildungsplanes abdecken, also **thematisch nicht zu eng** gefasst sein.

Der Bildungsplan (2004) sieht im vierstündigen Kurs folgende Themen vor:

1. Wirtschaftliches Handeln im Sektor Haushalt
2. Wirtschaftliches Handeln im Sektor Unternehmen
3. Wirtschaftliches Handeln im Sektor Staat
4. Wirtschaftliches Handeln im Sektor Ausland

Es bietet sich allerdings nicht immer an, die Themen in der oben genannten Reihenfolge zu unterrichten. Vielmehr kann die Auswahl an Schwerpunktthemen im Abitur eine Umstellung ratsam erscheinen lassen.

Ab dem Abitur 2019 sind (bis auf Weiteres) folgende Themen als Schwerpunktthemen ausgewiesen:

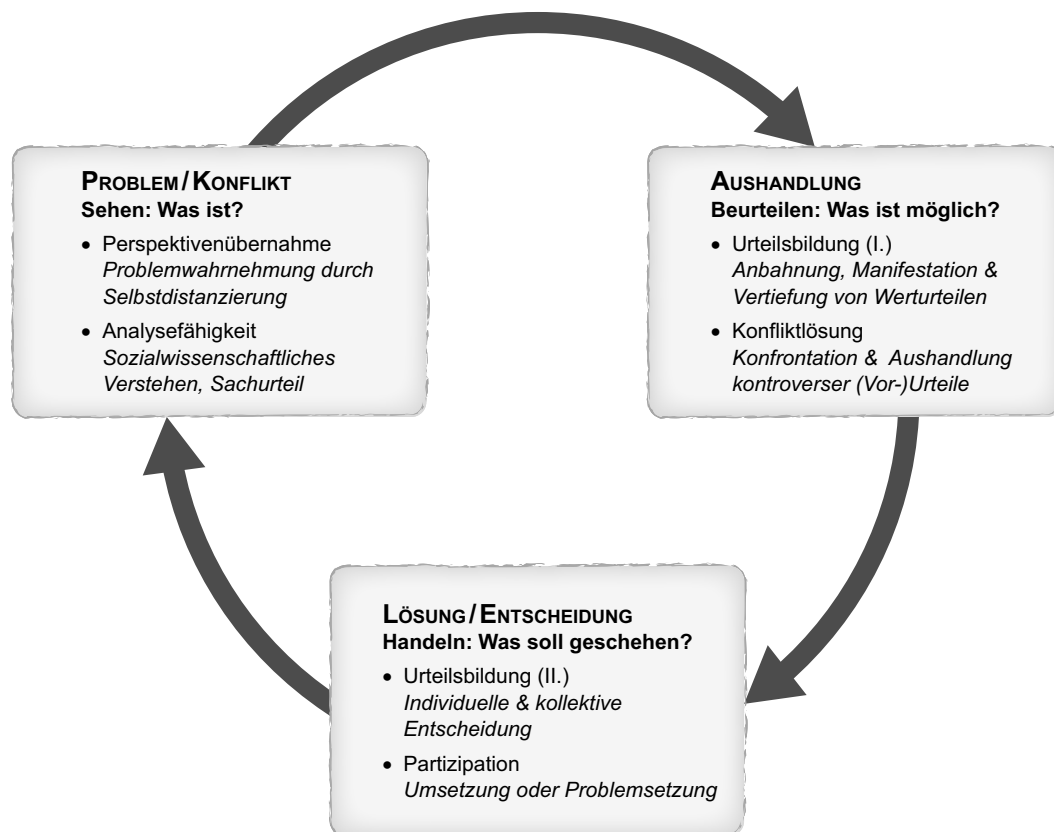
1. Wirtschaftliches Handeln im Sektor Staat (ohne den Standard: Reichweite und Grenzen wirtschaftspolitischen Handelns angesichts nationaler, europäischer und globaler Interdependenzen)
2. Wirtschaftliches Handeln im Sektor Ausland (ohne die globalen Problemfelder: Schaffung von globalen Sozialstandards und Umweltstandards, Entschuldung von Entwicklungsländern)

## 1.2 Gestaltung von Klausuren

Bei der Erstellung von Klausuren in der Oberstufe sind Sie in der konkreten Ausgestaltung relativ frei, sollten jedoch darauf achten, dass Sie im Fall von Parallelkursen in Bezug auf Umfang und Niveau Absprachen treffen. Generell hat es sich bewährt, die folgenden Aspekte bei der Konzeption von Klausuren zu berücksichtigen:

- Wenn möglich, sollte eine **Kontextualisierung** verfasst, zumindest aber durch eine prägnante, problemorientierte Fragestellung in Form einer Überschrift ein klarer thematischer Zusammenhang formuliert werden.
- Die Klausur muss **materialgestützt** konzipiert werden: Mögliche Materialien sind – auch im Abitur – Karikaturen, Grafiken und grafische Darstellungen (Mindmaps, Flussdiagramme, Karten, Statistiken) und natürlich verschiedene Textsorten.
- Die (Teil-)Aufgaben **bauen aufeinander auf**, können aber dennoch weitgehend unabhängig voneinander gelöst werden.
- Zu beachten sind die zentralen didaktischen Prinzipien der **Aktualität** und der **Kontroversität**.

- Es empfiehlt sich, wenigstens einmal vor dem Abitur eine **Langzeitklausur** im Umfang von mindestens vier Schulstunden zu schreiben, um die Schülerinnen und Schüler mit der Materialfülle sowie mit der zeitlichen Disposition vertraut zu machen.
- Es hat sich bewährt, die Aufgabenkonstruktion an das fachdidaktische Modell des Politikzyklus (nach Andreas Petrik) anzulehnen und dem „**didaktischen Dreischritt**“ zu folgen:  
 „**Was ist?**“ (i. d. R. Anforderungsbereich I und II)  
 „**Was ist möglich?**“ (i. d. R. Anforderungsbereich II)  
 „**Was soll geschehen?**“ (i. d. R. Anforderungsbereich III)



Quelle: Andreas Petrik: Ein politikdidaktisches Kompetenz-Strukturmodell. In: Ingo Juchler (Hrsg.): Kompetenzen in der politischen Bildung. Wochenschau-Verlag: Schwalbach/Ts. 2010, S. 146





## Erfolgszahlen? – Bewertung von Unternehmen

Name: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_

### Aufgabenstellung

- 1 Erstellen Sie, soweit möglich und sinnvoll, aus M 1 *oder* M 2 eine vereinfachte Bilanz und GuV für die Jahre 2012 und 2016. 10 BE
- 2 Bewerten Sie anhand dreier ausgewählter betriebswirtschaftlicher Kennzahlen die jeweilige wirtschaftliche Situation des Unternehmens aus M 1 *oder* M 2. 8 BE
- 3 Erörtern Sie zwei passende Maßnahmen zur Verbesserung der Situation eines der beiden Unternehmen. 12 BE

#### M 1

#### Zahlen aus dem Geschäftsbericht der Flux AG

In Mio. Euro	2012	2016
Prod.-/Umsatzkosten	3.840	3.480
Gemeinkosten	650	826
Umsatz	4.200	3.600
Anlagevermögen	1.230	70
Ergebnis pro Aktie (in €)	0,06	– 6,9
Gewinn	6,61	– 808
Mitarbeiter (absolut)	9.100	8.480
Eigenkapital	140	– 1.822
Bilanzsumme	2.220	1.540
Kurzfristige Kredite u. Ä.	300	550

**M 2 Zahlen aus dem Geschäftsbericht der Menssie AG**

In Mio. Euro	2012	2016
Produktionskosten	57.000	56.800
Gemeinkosten	15.215	16.400
Umsatz	78.296	83.049
Anlagevermögen	45.338	47.081
Ergebnis pro Aktie (in €)	5,1	6,6
Gewinn	4.457	5.347
Mitarbeiter (absolut)	370.000	351.000
Eigenkapital	31.301	34.815
Bilanzsumme	107.000	125.600
Kurzfristige Kredite u. Ä.	42.500	31.000

## ERWARTUNGSHORIZONT

### Info

*Bildungsplanbezug*

#### 2 Wirtschaftliches Handeln im Sektor Unternehmen

Die Schülerinnen und Schüler können

- sich einen Überblick über die grundlegenden Entscheidungen verschaffen, die Unternehmen treffen müssen (Produktidee, Rechtsform, Finanzierung und Standortwahl);
- die ökonomischen, sozialen und ökologischen Aufgaben von Unternehmen unterscheiden und die Vereinbarkeit von Unternehmenszielen und unternehmerischer Verantwortung beurteilen;
- die Bedeutung grundsätzlicher Marketingentscheidungen, der Wahl der Rechtsform und des Standorts für den Erfolg eines Unternehmens darlegen;
- die Bedeutung von Investitionen und ihrer Finanzierung für das Unternehmen und die Volkswirtschaft beschreiben.

*Bearbeitungszeit*

90 Minuten

### Aufgabe 1

#### ■ Bilanzen

**Hinweis:** *Indirekt erschlossene Werte sind kursiv.*

**Bilanz Flux AG 2012** (in Millionen €)

Aktiva	Passiva
Anlagevermögen: 1.230	Eigenkapital: 140
Umlaufvermögen: 990	Fremdkapital: 2.080
	Langfristige Kredite: 1.780
	Kurzfristige Kredite u. Ä.: 300
Bilanzsumme: 2.220	Bilanzsumme: 2.220

**Bilanz Flux AG 2016** (in Millionen €)

Aktiva	Passiva
Anlagevermögen: 70	Eigenkapital: – 1.822
Umlaufvermögen: 1.470	Fremdkapital: 3.362
	Langfristige Kredite: 2.812
	Kurzfristige Kredite u. Ä.: 550
Bilanzsumme: 1.540	Bilanzsumme: 1.540

**Bilanz Menssie AG 2012** (in Millionen €)

Aktiva	Passiva
Anlagevermögen: 45.338	Eigenkapital: 31.301
Umlaufvermögen: 61.662	Fremdkapital: 75.699
	Langfristige Kredite: 33.199
	Kurzfristige Kredite u. Ä.: 42.500
Bilanzsumme: 107.000	Bilanzsumme: 107.000

**Bilanz Menssie AG 2016** (in Millionen €)

Aktiva	Passiva
Anlagevermögen: 47.081	Eigenkapital: 34.815
Umlaufvermögen: 78.519	Fremdkapital: 90.785
	Langfristige Kredite: 59.785
	Kurzfristige Kredite u. Ä.: 31.000
Bilanzsumme: 125.600	Bilanzsumme: 125.600

**■ Gewinn- und Verlustrechnungen – verkürztes Raster**

Umsatzerlöse
– Produktions- bzw. Umsatzkosten
– Gemeinkosten
+/- hier nicht aufgeführte Positionen wie Abschreibungen, Einnahmen aus Wertpapieren usw. – siehe Rechnerdifferenzen!
= Gewinn

**■ Hinweis zur Korrektur**

Nicht verwertet werden können für Aufgabe 1:

- die Angaben zur Mitarbeiterzahl
- die Ergebnisse pro Aktie (die ja als Gewinnerwartungen nicht immer parallel zur tatsächlichen Gewinnentwicklung verlaufen)

### ■ Die Gewinn- und Verlustrechnungen von Flux AG und Menssie AG

in Mio €	Flux AG 2012	Flux AG 2016	Menssie AG 2012	Menssie AG 2016
Umsatzerlöse	4.200	3.600	78.296	83.049
Produktions-/Umsatzkosten	3.840	3.480	57.000	56.800
Gemeinkosten	650	826	15.215	16.400
Sonstige betrbl. Aufwendungen bzw. Erträge*	jeweilige Rechnungs Differenz			
Gewinn/Verlust	6,61	– 808	4.457	5.347

\* Weitere Kosten- bzw. Gewinnfaktoren: u. a. Abschreibungen, Erträge aus Wertpapieren und Finanzgeschäften

## Aufgabe 2

### ■ Möglicher Einstieg

Um die wirtschaftliche Situation eines Unternehmens bewerten zu können, kann man auf verschiedene **Unternehmenskennzahlen** zurückgreifen. Die **Aussagekraft** der betrieblichen Kennzahlen ist dabei **unterschiedlich**.

### ■ Berechnungen

Anhand der vorliegenden Geschäftszahlen lassen sich u. a. berechnen:

a) Eigenkapitalrentabilität =  $\frac{\text{Gewinn}}{\text{Eigenkapital}} \cdot 100\%$

b) Gesamtkapitalrentabilität =  $\frac{\text{Gewinn}}{\text{Gesamtkapital}} \cdot 100\%$

c) Umsatzrentabilität =  $\frac{\text{Gewinn}}{\text{Umsatzerlöse}} \cdot 100\%$

d) Goldene Bilanzregel bzw. Anlagendeckungsgrad (ist das AV durch EK + langfristiges Fremdkapital gedeckt?)

$$\text{Anlagendeckungsgrad II} = \frac{\text{langfristiges Fremdkapital} + \text{Eigenkapital}}{\text{Anlagevermögen}} \cdot 100\%$$

e) Eigenkapitalquote =  $\frac{\text{Eigenkapital}}{\text{Gesamtkapital}} \cdot 100\%$

a)–c) lassen Aussagen über die **Rentabilität** zu, d) und e) über die **Stabilität** eines Unternehmens. **Nicht** berechnen lässt sich indes z. B. die **Liquidität** oder der Cashflow der Unternehmen, ganz abgesehen von etwa deren **Nachhaltigkeit** oder **Gerechtigkeit**.

	Flux AG 2012	Flux AG 2016	Menssie AG 2012	Menssie AG 2016
Eigenkapitalrentabilität	4,7 %	nicht möglich	14,2 %	15,4 %
Gesamtkapitalrentabilität	0,3 %	– 52,5 %	4,2 %	4,3 %
Umsatzrentabilität	0,2 %	– 22,4 %	5,7 %	6,4 %
Anlagendeckungsgrad II	156,1 %	nicht möglich	142,3 %	200,9%
Eigenkapitalquote	6,3 %	– 118,3 %	29,3 %	27,7 %

### ■ Mögliche Bewertung der Flux AG

Die vorliegenden Zahlen lassen bei der Bewertung der **Flux AG** kaum eine andere Deutung zu, als dass das Unternehmen **kurz vor bzw. schon in der Insolvenz** steht. Das Unternehmen erleidet hohe Verluste. 2012 stimmte zwar die Eigenkapitalrentabilität noch, allerdings war dies nur einer verheerend **geringen EK-Quote** geschuldet. Zwei weitere aussagekräftige Werte zeigen die Schwäche der Flux AG: Die **Gesamtkapitalrentabilität** gibt Auskunft über die tatsächliche Rentabilität bzw. Ertragskraft des Unternehmens, die **Umsatzrentabilität** offenbart dessen Produktivität – beide Werte sind bereits 2012 mit 0,3 bzw. 0,2 % desolat niedrig und fallen 2016 tief ins Minus.

### ■ Mögliche Bewertung der Menssie AG

Die Menssie AG überzeugt nahezu mit allen Zahlen: **hoher, gesteigerter Umsatz** und **verbesserte Umsatzrentabilität**; gleichzeitig sinkt die Mitarbeiterzahl, was das Unternehmen noch rentabler (allerdings nicht unbedingt sozialer) dastehen lässt. Die **Gesamtkapitalrentabilität** ist leicht gestiegen (die Eigenkapitalrentabilität ebenfalls).

Zusätzlich ist es dem Unternehmen gelungen, sein **Eigenkapital zu erhöhen** (allerdings nicht die EK-Quote) und insbesondere die **kurzfristigen Kredite zu vermindern**. Dadurch ist die finanzielle Situation deutlich stabiler geworden. Die „Goldene Bilanzregel“, dass das Anlagevermögen durch Eigenkapital + langfristiges Fremdkapital gedeckt sein soll, wurde hier längst erfüllt (**Anlagendeckungsgrad II**).

## Aufgabe 3

### ■ Möglicher Einstieg

Grundsätzlich kann die wirtschaftliche Situation eines Unternehmens sowohl durch **Umsatzsteigerungen** als auch durch **Kostensenkungen** verbessert werden ( $\text{Gewinn} = \text{Umsatz} - \text{Kosten}$ ). Der Umsatz ( $\text{Umsatz} = \text{Preis} \times \text{Menge}$ ) wiederum kann entweder durch Preiserhöhungen, die nicht zu Umsatzeinbußen führen (!), oder durch die Steigerung der Absatzmenge gelingen. Kostensenkungen können durch Senkung des Inputs bei gleichbleibendem Output erreicht werden.

### ■ Mögliche Maßnahmen zur Verbesserung der Situation der Flux AG

- **Stärkung der Solvenz/der Zahlungsfähigkeit des Unternehmens:** Zusätzliche Kredite helfen angesichts der hohen Verschuldung (s. Passiva in der Bilanz) nicht weiter. Eine Finanzierung durch einen zusätzlichen Investor bzw. Großaktionär könnte infrage kommen.
- **Allerdings** ist ein Investor in dieser Situation wohl schwer zu finden; und falls doch jemand ein solches finanzielles Risiko einzugehen bereit ist, so wird dieser vermutlich einen großen Anteil der Entscheidungsbefugnis im Unternehmen beanspruchen.
- **Kostenprobleme beheben:** Es fällt auf, dass 2016 bei immensen Verlusten der Umsatz noch immer recht hoch ist; d. h. das Unternehmen hat ein Kostenproblem. Wenn man die GuV anschaut, fällt auf, dass bei insgesamt sinkenden Zahlen die Gemeinkosten steigen, also diejenigen Kosten, die nicht einem bestimmten Produkt oder Gut zuordenbar sind; dies dürfte auch in den noch immer relativ hohen Mitarbeiterzahlen seine Ursache haben. Deshalb müssen die Kosten gesenkt werden – eventuell in Form von (weiteren) Mitarbeiterentlassungen.
- **Allerdings** bringen Kürzungen leicht weitere Umsatzeinbußen mit sich. Wenn z. B. die Öffentlichkeit noch stärker auf die Misere aufmerksam wird, besteht die Gefahr, dass die Kunden sich weiter vom Unternehmen abwenden.

### ■ Mögliches Fazit

Die **Möglichkeiten** zur Verbesserung der Situation der Flux AG sind **eingeschränkt**, da das Unternehmen bereits sehr schlecht dasteht. Falls ein Investor gefunden würde, wäre das eine geeignete Maßnahme, allerdings scheint es fraglich, ob dies gelingt. Auch Kosteneinsparungen sind schwer durchzusetzen.

### ■ Mögliche Maßnahmen zur Verbesserung der Situation der Menssie AG

**Hinweis:** *Dieses Unternehmen steht, wie in den vorigen Aufgaben gesehen, rundum gut da. Deshalb kann es lediglich um etwaige Optimierungen gehen.*

- **Kritische Betrachtung des hohen Fremdkapital-Anteils:** Von 2012 auf 2016 ist die Eigenkapitalquote leicht gesunken. Besser wäre eine Steigerung.
- **Allerdings** ist eine Erhöhung des Eigenkapitals nicht immer leicht zu bewerkstelligen und hat Folgen z. B. für die Leitung des Unternehmens.
- **Kritische Betrachtung der gesunkenen Mitarbeiterzahlen:** Die Produktionskosten konnten trotz gestiegenem Umsatz leicht reduziert werden, vermutlich u. a. wegen der erheblichen Personalreduktion. Hier stellt sich die Frage, inwieweit ein solches Vorgehen dem gesellschaftlichen Ansehen schadet. Daher könnte überlegt werden, wieder mehr Mitarbeiter einzustellen, um dem Stigma des unsozialen Unternehmens zu entgehen und ein Signal des Erfolgs zu setzen.
- **Allerdings** sind Mitarbeiter immer auch Kostenrisiken – es stellt sich u. a. die Frage, wie schnell Mitarbeiter im Krisenfall entlassen werden können.
- **Weitere Steigerung von Umsatzrentabilität und Gesamtkapitalrentabilität:** Hierfür könnten die gestiegenen Gemeinkosten wieder gesenkt werden, d. h. diejenigen Kosten, die nicht einem einzelnen Erzeugnis zugewiesen werden können, sondern insgesamt im Unternehmensprozess anfallen. Somit würde der Jahresüberschuss steigen und damit auch die Rentabilitäten.
- **Allerdings** ist aus den vorliegenden Zahlen relativ schwer abzuleiten, durch welche Maßnahme dieses Resultat erzielt werden könnte.

### ■ Mögliches Fazit

Da die Mensie AG sehr gut dasteht, sind die Maßnahmen zur Verbesserung stärker darauf fokussiert, **weiter zu optimieren**, als darauf, eine neue strategische Ausrichtung zu suchen. Eine weitere **Erhöhung des Eigenkapitals** kann genauso in Angriff genommen werden wie beispielsweise eine **Reduktion der Gemeinkosten**. Um das Unternehmen erfolgreich in die Zukunft zu tragen, spielt auch das **Image** eine große Rolle. In diesem Zuge könnten gestiegene Mitarbeiterzahlen ein positives Signal sein, das auch auf Aktionäre und Bewerber ausstrahlt und dazu führen kann, dass man die besten Mitarbeiter akquirieren kann. So könnte bei den Maßnahmen verstärkt darauf geachtet werden, dass neben der bloßen Verbesserung der Zahlen auch die Wirkung in der Öffentlichkeit im Auge behalten wird.





© **STARK Verlag**

[www.stark-verlag.de](http://www.stark-verlag.de)  
[info@stark-verlag.de](mailto:info@stark-verlag.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.

**STARK**