

2022

Berufliches Gymnasium

Original-Prüfungsaufgaben

**MEHR
ERFAHREN**

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften NRW

Betriebswirtschaftslehre

- + Schwerpunktthemen 2022
- + Übungsaufgaben

Original-Prüfungsaufgaben

2021 zum Download



STARK

Inhalt

Vorwort
Stichwortverzeichnis

Hinweise und Tipps zum Abitur 2022

1	Grundlage der schriftlichen Abiturprüfung	I
2	Ablauf der Prüfung	I
3	Inhalte und Schwerpunktthemen	II
4	Hinweise zu den Arbeitsaufträgen – die Operatoren	III
5	Leistungsanforderungen	VI
6	Methodische Hinweise und Zeitmanagement	VII

Übungsaufgaben

Aufgabe 1: Kosten- und Leistungsrechnung	
Aufgabenstellung	ÜA-1
Lösungsvorschläge	ÜA-10
Aufgabe 2: Prozess der Leistungsverwertung	
Aufgabenstellung	ÜA-18
Lösungsvorschläge	ÜA-24
Aufgabe 3: Investition	
Aufgabenstellung	ÜA-33
Lösungsvorschläge	ÜA-38
Aufgabe 4: Selbstfinanzierung/Veränderungsprozesse	
Aufgabenstellung	ÜA-44
Lösungsvorschläge	ÜA-53

Zentrale Abitur-Prüfungsaufgaben

Abiturprüfung 2016	
Aufgabenstellung	2016-1
Lösungsvorschläge	2016-14
Abiturprüfung 2017	
Aufgabenstellung	2017-1
Lösungsvorschläge	2017-12

Abiturprüfung 2018	
Aufgabenstellung	2018-1
Lösungsvorschläge	2018-11
Abiturprüfung 2019	
Aufgabenstellung	2019-1
Lösungsvorschläge	2019-13
Abiturprüfung 2020	
Aufgabenstellung	2020-1
Lösungsvorschläge	2020-13
Abiturprüfung 2021	www.stark-verlag.de/mystark

Das Corona-Virus hat auch im vergangenen Schuljahr die Prüfungsabläufe beeinflusst. Um Ihnen die Abiturprüfung 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 (Zugangscode siehe Umschlaginnenseite).

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


Autoren:

Tobias Ibers (Übungsaufgaben, Lösungen ab 2017)
 Lambert Lucas (Hinweise & Tipps)
 Andrea Lütgemeier (Lösungen 2016)

Vorwort

Liebe Schülerin, lieber Schüler,

Sie haben Betriebswirtschaftslehre als zweites, Profil bildendes Leistungskursfach belegt und werden in diesem Fach Ihr Abitur ablegen. Dieses Buch hilft Ihnen, sich gezielt und effektiv auf die zentralen Abschlussprüfungen in dem Kurs vorzubereiten:

- Im ersten Teil finden Sie zahlreiche **Informationen zum Abitur**, deren Kenntnis für die gezielte Vorbereitung hilfreich und wichtig ist. Dazu gehören vor allem die **Schwerpunktthemen** und die **gültigen Operatoren** für das Abitur 2022.
- Der Aufgabenteil beginnt mit **Übungsaufgaben**. Die Aufgaben legen dabei jeweils einen Schwerpunkt auf **einzelne Kursthemen**, sodass Sie sich hiermit auch schon auf die Klausuren während der Qualifikationsphase vorbereiten können.
- Durch die **Original-Abituraufgaben der Jahre 2016 bis 2021** können Sie sich ein genaueres Bild davon machen, wie die Prüfungen bisher ausgesehen haben und wie die für 2022 relevanten Inhalte bereits konkret eingesetzt worden sind.
- Sämtliche Aufgaben im Buch enthalten **vollständige, schülergerechte Lösungsvorschläge**. Den größten Lerneffekt erzielen Sie, wenn Sie zunächst versuchen, die Aufgaben selbstständig zu lösen, und erst anschließend Ihre Antwort mit dem Vorschlag im Buch vergleichen.
- Jedem Lösungsvorschlag sind konkrete  **Hinweise** vorangestellt, die Ihnen Hilfestellungen zum Herangehen an die jeweilige Aufgabenstellung geben.
- Ein **Stichwortverzeichnis** erleichtert Ihnen die gezielte Nutzung des Bandes und ermöglicht einen schnellen Zugriff auf zentrale Sachverhalte.

Sollten nach Erscheinen dieses Bandes noch wichtige Änderungen zum Zentralabitur 2022 vom Schulministerium Nordrhein-Westfalen bekannt gegeben werden, finden Sie aktuelle Informationen dazu im Internet unter:

www.stark-verlag.de/mystark

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg beim Abitur!

Die Autoren und der Verlag

Mögliche Notenabsenkung

Die errechnete Punktzahl aus inhaltlicher Leistung und Darstellungsleistung führt zu einer Note. Diese kann um ein bis zwei Notenpunkte abgesenkt werden, wenn Sie die Regeln zu Rechtschreibung und Zeichensetzung missachten.

6 Methodische Hinweise und Zeitmanagement

Vorbereitung auf die Prüfung

- Bereiten Sie sich langfristig vor.
- Arbeiten Sie kontinuierlich im Unterricht mit und bearbeiten Sie den behandelten Stoff nach. Lösen Sie Aufgaben selbstständig.
- Lesen Sie nicht nur die Lösungen der Aufgaben durch. Ein kurzfristiges Nachvollziehen von Aufgaben in den Tagen vor der Prüfung täuscht Sie, da Sie die „Knackpunkte“ der Aufgabe beim Nachvollziehen zwar verstehen werden, jedoch nur beim selbstständigen Lösen eigene Lösungsstrategien entwickeln.
- Erstellen Sie Übersichten von abgeschlossenen Themengebieten, die Sie kurz vor der Prüfung zum Auffrischen in kurzer Zeit verwenden können. Denken Sie an Arbeitsteilung und tauschen Sie Übersichten mit Ihren Mitschülern aus.
- Arbeiten Sie in Teams. Häufig erkennt man erst beim Erklären, was man noch nicht verstanden hat. Für den Zuhörer ist es oft hilfreich, den Lernstoff aus einem anderen Mund zu hören. Lehrer sprechen manchmal eine andere (Fach-)Sprache als Schüler. Wenn Fragen im Team nicht geklärt werden können, fragen Sie bei anderen Mitschülern oder beim Fachlehrer nach.
- Lassen Sie sich beim Üben nicht durch Musik, Fernseher oder andere Arbeiten ablenken.
- Arbeiten Sie im Unterricht mit. Sie erhalten so ein Feedback über Ihr Arbeiten und können (hoffentlich) Erfolgserlebnisse bei richtigen Antworten sammeln.

Bearbeitung der Prüfung

- Lesen Sie die Aufgabenstellung genau durch und markieren Sie wichtige Teile (z. B. Werte) mit einem Textmarker.
- Achten Sie auf ein zügiges Arbeitstempo. Berücksichtigen Sie immer die vorgesehene Bearbeitungszeit. Die Punkteverteilung ist dafür ein grober Richtwert, dessen Beachtung Ihnen helfen kann, nicht in Zeitnot zu geraten. Beachten Sie außerdem, dass am Ende der Bearbeitungszeit noch Zeit zur Korrektur der Klausur verbleiben sollte.
- Achten Sie immer auf die Operatoren; sie bestimmen die Anforderung der jeweiligen Aufgabe. Wenn mehr als ein Operator in einer Teilaufgabe erscheint, bearbeiten Sie die Aufgabe in der Reihenfolge der genannten Operatoren. Eine Vermischung der Operatoren bei der Bearbeitung einer Aufgabenstellung führt zu Punktabzug.

- Bearbeiten Sie die Prüfungsklausur möglichst in der angegebenen Reihenfolge, halten Sie sich jedoch bei Schwierigkeiten nicht zu lange mit einer Teilaufgabe auf. Geben Sie bei einer Teilaufgabe jedoch auch nicht zu früh auf, denn oft genügen schon wenige zusätzliche Punkte für ein besseres Gesamtergebnis.
- Rechnen Sie auch bei offensichtlich falschen Zwischenergebnissen weiter, Folgefehler werden in der Regel beachtet.
- Fehlen Ihnen bei zusammenhängenden Aufgaben Zwischenschritte, so treffen Sie sinnvolle Annahmen für Zwischenergebnisse, damit Sie weiterrechnen können. Weisen Sie jedoch angenommene Werte klar aus.
- Achten Sie beim Arbeiten auf eine saubere Darstellung. Dies erleichtert nicht nur dem Lehrer das Nachvollziehen Ihrer Lösung, sondern hilft auch Ihnen bei der Überprüfung. Außerdem erhalten Sie dafür im Rahmen der Bewertung der Darstellungsleistung zusätzliche Punkte.
- Beschriften Sie Rechnungen und Werte und geben Sie zumindest bei Endergebnissen die Bezeichnungen mit an. Nichtzuordenbare Teile können nicht bewertet werden.
- Nutzen Sie Möglichkeiten zur Veranschaulichung. Zeichnen Sie Funktionen in Diagramme oder entwerfen Sie Schaubilder oder Tabellen für den Vergleich verschiedener Alternativen. Übersichten helfen häufig, den richtigen Lösungsansatz zu finden.
- Bedenken Sie, dass bei den Operatoren des Anforderungsbereichs III häufig die Ausgangssituation und der Vorspann der jeweiligen Aufgabenstellung einbezogen werden sollten. Die Berücksichtigung der Gesamtsituation zeichnet häufig insgesamt gelungene Prüfungsarbeiten aus.

Aufgabenstellung

Beschreibung der Ausgangssituation

Die Sprotect AG produziert in Deutschland Sporttextilien. Sie ist durch ihre hochwertige Trainingsbekleidung bekannt geworden. In den letzten Jahren erweiterte die Sprotect AG ihr Produktprogramm um Outdoorbekleidung, Sportunterwäsche und Bademode.

Mit ihren Qualitätsprodukten hat sich die Sprotect AG als einheimische Herstellerin am Markt erfolgreich etabliert. Eine Kundenanalyse hat ergeben, dass das Unternehmen mit seinen Produkten in erster Linie die mittlere Altersgruppe der 35- bis 60-Jährigen anspricht. Diese Kunden sind sehr zufrieden mit den Textilien der Sprotect AG und vertrauen als Stammkunden der Qualität der Produkte.

In jüngster Zeit hat sich allerdings der Preis- und Kostendruck für die Sprotect AG deutlich erhöht, da zunehmend Anbieter auf den Markt drängen, die ihre Sporttextilien vorwiegend in Niedriglohnländern Asiens produzieren lassen. Dies hat sich negativ auf die Umsatz- und Gewinnentwicklung der Sprotect AG ausgewirkt.

Daher denkt das Unternehmen über neue Strategien nach, um die Umsatz- und Gewinnentwicklung langfristig zu stabilisieren.

Vertriebsvorstand Martin Masuhr berichtet in der Vorstandssitzung begeistert vom Besuch der ISPO (Internationale Fachmesse für Sportartikel und Sportmode) in München. Dort zeichnen sich Trends zu intelligenten High-Tech-Textilien ab. Diese Textilien können die Vitaldaten wie z. B. Herzfrequenz oder Energieverbrauch des Nutzers erfassen. Sie übertragen diese zur Auswertung auf eine Smartwatch oder das Smartphone, um die Gesundheit zu überwachen und das Training zu unterstützen.

Der Vertriebsvorstand schlägt vor, auf die aktuellen Marktentwicklungen zu reagieren und in der strategischen Geschäftseinheit „Trainingsbekleidung“ smarte Textilien anzubieten. Die notwendige Technologie kann in Zusammenarbeit mit deutschen Instituten, die in der Forschung smarter Textilien weltweit führend sind, entwickelt werden.

Bei der Sprotect AG stehen folgende Aufgaben an:

- Bestimmung der aktuellen Wettbewerbssituation mit Hilfe von Informationen aus der Portfolio-Analyse und dem Controlling (**Aufgabe 1**)
- Überlegungen zur Preiskalkulation und Preisgestaltung eines neuen Produktes (**Aufgabe 2**)
- Durchführung einer dynamischen Investitionsrechnung und Ausarbeitung eines Strategievorschlages zur Innenfinanzierung der geplanten Produktionsausweitung (**Aufgabe 3**)

Aufgabe 1

64 Punkte

Aufgrund der Veränderungen des Marktes für Sportbekleidung soll in einem Strategie- und Planungsmeeting ein Überblick über die aktuelle Situation der Sprotec AG gewonnen werden.

- 1.1 **Arbeiten Sie** ausgehend von der aktuellen Situation der Sprotec AG **heraus**, inwiefern der Trend nach intelligenter Kleidung die Unternehmenssituation verbessern könnte. Berücksichtigen Sie hierbei die Informationen der **Ausgangssituation** und der **Anlage 1**.

12

- 1.2 Der Leiter des Rechnungswesens liefert folgende Zahlen für die vier strategischen Geschäftseinheiten:

	A Sportunter- wäsche	B Outdoor- Kleidung	C Bademode	D Trainings- bekleidung
Umsatz 2018 [EUR]	5.890.000	13.770.000	2.520.000	16.240.000
Gesamtkosten 2018 [EUR]	5.720.000	12.500.000	2.630.000	16.600.000
Wirtschaftlichkeit 2017	1,05	1,20	1,00	1,35

Berechnen Sie die Wirtschaftlichkeit der vier strategischen Geschäftseinheiten für das Jahr 2018 und

4

werten Sie diese mit Bezug auf die Vorjahreswerte **aus**.

6

- 1.3 Zur weiteren Vorbereitung strategischer Geschäftsentscheidungen soll eine Analyse der aktuellen Marktpositionierung mit Hilfe der Portfolio-Matrix erfolgen.

Hierzu liegen folgende Unternehmens- und Gesamtmarktdaten vor:

	SGE			
	A Sportunter- wäsche	B Outdoor- Kleidung	C Bademode	D Trainings- bekleidung
Umsatz Sprotec AG 2018 [EUR]	5.890.000	13.770.000	2.520.000	16.240.000
Umsatz stärkster Mitbewerber 2018 [EUR]	4.200.000	8.100.000	4.200.000	17.150.000
Umsatz Gesamtmarkt 2018 [EUR]	60.000.000	130.000.000	48.000.000	82.000.000
Umsatzprognose Gesamtmarkt 2019 [EUR]	62.400.000	144.300.000	48.000.000	85.740.000

$$\text{Relativer Marktanteil} = \frac{\text{eigener Umsatz}}{\text{Umsatz des stärksten Mitbewerbers}}$$

Stellen Sie die vier strategischen Geschäftseinheiten der Sprotec AG unter Berücksichtigung der jeweiligen Umsatzerlöse in einem Portfolio **dar (Anlage 2)** und 12

analysieren Sie auf der Basis des Portfolios die vier strategischen Geschäftseinheiten und die Gesamtsituation der Sprotec AG. 12

Hinweis: Falls Sie die Produkt-Portfolio-Matrix nicht erstellen können, platzieren Sie die Strategischen Geschäftseinheiten nach Ihrer Wahl in den verschiedenen Quadranten der Matrix und erstellen Sie Ihre Analyse und Empfehlungen für dieses so entstandene Portfolio.

Unterbreiten Sie dem Vorstand jeweils **einen Vorschlag** zur Entwicklung der einzelnen SGE. Berücksichtigen Sie hierbei auch die Ergebnisse der Wirtschaftlichkeitsanalyse aus 1.2. 8

1.4 **Diskutieren Sie** vor dem Hintergrund Ihrer Ergebnisse den Vorschlag des Vertriebsvorstandes, für die SGE „Trainingsbekleidung“ smarte Sportshirts zu entwickeln. 10

Aufgabe 2

53 Punkte

Die strategische Geschäftseinheit Trainingsbekleidung war als umsatzstärkstes Segment das Standbein der Sprotec AG. Problematisch ist jedoch die aktuelle Gewinnsituation.

Die Marktforschung hat ergeben, dass Käufer von hochwertiger Trainingsbekleidung auch ein starkes Interesse an smarter Sportbekleidung zeigen.

Unter diesem Aspekt sind die Daten des Rechnungswesens einer genaueren Betrachtung zu unterziehen, um verschiedene Handlungsalternativen abzuwägen.

2.1 Folgende Informationen liegen für die strategische Geschäftseinheit Trainingsbekleidung aus dem Jahr 2018 vor:

	Hosen	Shirts	Jacken
Umsatzerlöse [EUR]	3.000.000,00	7.000.000,00	6.240.000,00
Absatzmenge [Stück]	100.000	350.000	156.000
var. Stückkosten [EUR]	20,00	18,00	26,00

Die fixen Kosten der SGE Trainingsbekleidung betragen insgesamt 4.244.000,00 EUR.

Material zu Aufgabe 1 (Anlage 1)

Smart Clothing: Elektronik in Textilien als Technologie der Zukunft

Der Handel mit Kleidung ist ein Multi-Milliarden-Geschäft. Allein mit Sportbekleidung wird in Deutschland jährlich mehr als eine Milliarde Euro umgesetzt. Kombiniert man die Kleidung mit intelligenten elektronischen Systemen, entsteht ein faszinierender Zukunftsmarkt: Smart Clothing. Seine Möglichkeiten und seine Größe sind bisher kaum abzuschätzen. Laut eines Marktforschungsberichtes des Digitalverbands Bitkom steigt der globale Umsatz mit intelligenter Kleidung bis zum Jahr 2021 um rund ein Drittel.

Das Shirt misst die Herzfrequenz, und wenn es beim Joggen kühl und dunkel wird, schalten sich automatisch Licht und Heizung in den Fasern ein. Daten werden automatisch an eine App übertragen.

Was nach Science-Fiction klingt, beschäftigt derzeit Entwicklerteams in aller Welt. Die technischen Voraussetzungen für Produkte dieser Art bestehen; viele Innovationen sind schon auf dem Markt. Deutsche Forscher sind weltweit führend bei der Entwicklung intelligenter Kleidung. Die Zusammenarbeit einheimischer Textilhersteller mit den europäischen Forschungsgruppen bietet somit eine Chance, der asiatischen Konkurrenz in der Textilproduktion im Wettbewerb um smarte Kleidung voraus zu sein.

Die größten Chancen der intelligenten Kleidung, neben der Leistungskontrolle und -steigerung im Sport, liegen im Gesundheitswesen. Grundlage ist die ständige, unkomplizierte Überwachung der Atem- und Herzfunktion und vieler weiterer Körperwerte sowie die Ortungsmöglichkeit des Trägers. Immer präzisere Daten werden helfen, viele Leben zu retten. Auch liegt ein großer Fokus auf neuen Entwicklungen im Bereich Entertainment und Lifestyle. Immer mehr Funktionen des Smartphones und der Smartwatch werden in die Kleidung integriert. Dazu zählen auch das Abspielen von Musikdateien und die Telefonfunktion.

Hightech zum Anziehen ist im Kommen: Ein Viertel aller Hobbysportler (25 Prozent) hat Interesse an smarter Sportbekleidung. Das entspricht 14 Millionen Menschen allein in Deutschland. Unter smarter Sportbekleidung versteht man zum Beispiel T-Shirts mit Sensoren, die die Atem- und Herzfrequenz messen und die Daten an ein Smartphone senden, oder Socken, die den Druck beim Abrollen des Fußes während des Joggens aufzeichnen. Zahlreiche Sportartikelhersteller und IT-Unternehmen entwickeln derzeit solche Produkte. Laut Umfrage treiben 81 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren hin und wieder Sport, das sind 57 Millionen Menschen.

Vor allem junge Freizeitsportler zeigen laut der Bitkom-Umfrage Interesse an der smarten Sportkleidung: Bei den Befragten im Alter von 14 bis 29 Jahren ist fast ein Drittel (30 Prozent) offen dafür. Aber auch bei den Sportlern ab 65 Jahren sind 23 Prozent interessiert. Mit rund 27 Prozent sind die männlichen Freizeitsportler der Hightech-Kleidung gegenüber etwas aufgeschlossener als die weiblichen (23 Prozent).

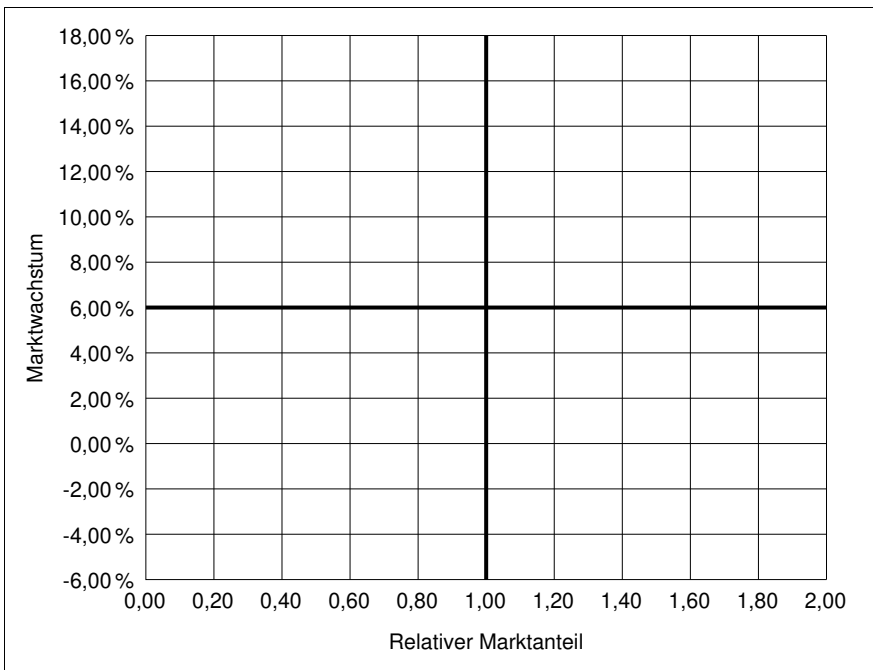
„Im Moment stecken viele Produkte noch in der Entwicklung oder sind recht teuer. Aber es ist nur eine Frage der Zeit, bis intelligente T-Shirts, Socken oder Schuhe den Massenmarkt erobern und sich im Breitensport durchsetzen“, erklärt Timm Lutter vom Bitkom.

Z. 1- 23 nach https://www.ispo.com/knowhow/id_78814738/intelligente-kleidung-so-koennte-smart-clothing-unseren-alltag-veraendern.html

ab Z. 26 nach <https://www.bitkom-research.de/Presse/Pressearchiv-2015/Jeder-vierte-Hobbysportler-interessiert-sich-fuer-intelligente-Sportbekleidung>

Material zu Aufgabe 1 (Anlage 2)

Portfolio-Matrix



§ 256a Währungsumrechnung

Auf fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten sind zum Devisenkassamittelkurs am Abschlussstichtag umzurechnen. Bei einer Restlaufzeit von einem Jahr oder weniger sind § 253 Abs. 1 Satz 1 und § 252 Abs. 1 Nr. 4 Halbsatz 2 nicht anzuwenden.

Lösungsvorschläge

Aufgabe 1

1.1 *Um die aktuelle Situation der Sprotec AG herauszuarbeiten, bedienen Sie sich der in der Beschreibung der Ausgangssituation aufgezeigten Aspekte. Achten Sie darauf, Punkte zu finden, die sich verändern bzw. verbessern lassen. Nutzen Sie ausschließlich die Angaben der Ausgangssituation und der Anlage 1 und lassen Sie sich nicht dazu verleiten, eigene Ideen zu entwickeln, die möglicherweise als unzutreffend angesehen werden. Verwenden Sie also nicht zu viel Zeit für weitere Aspekte, die sich gegebenenfalls finden ließen.*

Außerdem: Achten Sie auf den Operator! Herausarbeiten ist ein Operator des Anforderungsbereiches II. Daraus können Sie eine adäquate Bewertung ableiten und erkennen, dass es für jeden Aspekt nicht nur einen Punkt gibt. Entsprechend müssen Sie nicht zwingend 12 Argumente aufführen.

Ausgangssituation: Die Sprotec AG ist ein etablierter einheimischer Produzent hochwertiger Sportbekleidung mit vielen **Stammkunden** der Altersgruppe zwischen 35–60 Jahren, die insbesondere die **hohe Qualität** der Produkte schätzen. Das Produktprogramm umfasst neben den klassischen Sporttextilien Outdoorbekleidung, Sportunterwäsche und Bademode. Die Geschäftsentwicklung zeigt einen **Gewinn- und einen Umsatzrückgang**, die auf einen **verschärften Wettbewerb** mit Anbietern zurückzuführen sind, die in Billiglohnländern produzieren. Bis auf die unterschiedlichen Produktionsstandorte verfügen die Produkte der Sprotec AG anscheinend über **wenig differenzierende Merkmale** gegenüber den Konkurrenzprodukten, sodass sie unter **enormem Preis- und Kostendruck** stehen. Die Sprotec AG verfügt nicht über eigene Technologien zur Herstellung smarter Textilien, sodass sie bei der Produktentwicklung auf externe Anbieter/Institute angewiesen ist.

Intelligente Kleidung ist ein **Zukunftstrend**, der **hohe Wachstumschancen** auf den Absatzmärkten erwarten lässt und neue Gewinn- und Umsatzchancen generiert, indem **neue Zielgruppen** erschlossen werden (vgl. Anlage 1). Insbesondere jüngere Freizeitsportler bis 29 Jahre und auch Senioren über 65 Jahre interessieren sich für intelligente Sportbekleidung. Als smarte Funktionen könnten für eine jüngere Käuferschicht neben Leistungskontrolle und -steigerung vor allem auch Lifestyle- und Entertainmentelemente attraktiv sein. Für die ältere Käuferschicht wird wohl die Gesundheitsüberwachung eine große Rolle spielen, die

idealerweise auch das Interesse eher unsportlicher Menschen für Produkte der Sprotec AG weckt und diese als Kunden gewinnt.

Im Bereich smarter Technologien sind **deutsche Forscher führend** und die **räumliche Nähe** könnte die Sprotec AG zur Umsetzung einer smarten Produktpalette nutzen, indem **Kooperationen** eingegangen werden, an denen die deutschen Forscher interessiert sein könnten.

Smarte Produkte in Verbindung mit den angesprochenen Innovationen und einer hohen Qualität könnten der Sprotec AG dazu verhelfen, **Wettbewerbsvorteile** zu generieren und sich so von der Konkurrenz abzuheben. Eine weitere Chance ergibt sich, wenn sich die intelligente Kleidung in den nächsten Jahren im **Massenmarkt** durchsetzt. Dann könnte die Sprotec AG durch ihre **Marktpräsenz** (aufgrund des frühen Einstiegs heute) den Markt abschöpfen.

1.2 *Der formulierte Arbeitsauftrag ist konkret. Demnach sollen Sie zuerst die Wirtschaftlichkeit berechnen. Denken Sie bei Ihren Rechnungen stets daran, zunächst die Formel und anschließend den Rechenweg darzustellen. Da es sich um eine einfache Rechnung mit nur einem Rechenschritt handelt, erhalten Sie für jedes Teilergebnis einen Punkt.*

Bei der Auswertung wird von Ihnen mehr verlangt. Hierbei müssen Sie erkennen, welche Aussagen sich aus den Werten ableiten lassen. Die Antwort, dass sich die Werte verbessert oder verschlechtert haben, geht in die richtige Richtung, reicht aber für das Erreichen der vollständigen Punktzahl nicht aus.

$$\text{Wirtschaftlichkeit} = \frac{\text{Leistung}}{\text{Kosten}}$$

Die Leistung entspricht dem Umsatz eines Unternehmens oder einer Geschäftseinheit. So ergeben sich für das Jahr 2018 folgende Werte:

	A Sportunter- wäsche	B Outdoor- Kleidung	C Bademode	D Trainings- bekleidung
Umsatz 2018 [EUR]	5.890.000,00	13.770.000,00	2.520.000,00	16.240.000,00
Gesamtkosten 2018 [EUR]	5.720.000,00	12.500.000,00	2.630.000,00	16.600.000,00
Wirtschaftlich- keit 2017	1,05	1,20	1,00	1,35
Wirtschaftlich- keit 2018	1,03	1,10	0,96	0,98
Zur Kontrolle: Gewinn	170.000,00 €	1.270.000,00 €	-110.000,00 €	-360.000,00 €

Im Vergleich zu den Wirtschaftlichkeitswerten aus 2017 zeigt sich eine **Minde-
rung der Wirtschaftlichkeit** in allen vier Geschäftsfeldern. Die Bereiche der Sportunterwäsche und Outdoor-Kleidung weisen mit **Werten über 1 noch eine positive Wirtschaftlichkeit** aus, das heißt, die Erträge übersteigen die Kosten. In den Bereichen der Bademode und Trainingsbekleidung, die zusammen fast die Hälfte der Umsätze erzielen, ist dies nicht der Fall. Die Segmente arbeiten mit **Werten unter 1 unwirtschaftlich** und verursachen Kosten, die durch die vereinnahmten Erträge nicht gedeckt werden können.

Die genaue Betrachtung der Werte zeigt, dass der Bereich der **Trainingsbekleidung** die **höchsten Einbußen** verzeichnet. Hier ist die Wirtschaftlichkeit **um 27,4 %** gesunken. Da in diesem **umsatzstärksten Bereich** die Wirtschaftlichkeit 2018 negativ ist, kann die **Entwicklung als bedrohlich** bezeichnet werden. Den nächsthöheren **Einbruch** verzeichnet **mit –8,3 %** das nach Umsätzen **zweitstärkste Segment**, die Outdoor-Kleidung. Auch hier sind die Auswirkungen für die AG bedeutend, aufgrund der immer **noch positiven Wirtschaftlichkeit** aber **noch nicht bedrohlich**.

- 1.3 In der Darstellung sollen Sie gemäß dem Operator des Anforderungsbereiches I zunächst die Geschäftsfelder in einer Portfolio-Matrix verorten. Für diese Eintragungen werden Ihnen schon zahlreiche Hilfestellungen gegeben. So reicht es aus, die gegebene Formel zur Berechnung des relativen Marktanteils anzuwenden und die Werte als Koordinaten der Abszisse zu verwenden. Dann berechnen Sie das jeweilige Marktwachstum, um den entsprechenden Ordinatenwert zu ermitteln.

	A Sportunter- wäsche	B Outdoor- Kleidung	C Bademode	D Trainings- bekleidung
relativer Marktanteil	1,40	1,70	0,60	0,95
Marktwachstum [%]	4,00	11,00	0,00	4,56

Die Einheiten sind bereits mit den Achsenbeschriftungen verzeichnet.

Kennzeichnen Sie zunächst die Punkte im Koordinatenkreuz. Erst dann können Sie die absoluten Umsatzhöhen der Geschäftsbereiche berücksichtigen, so wie es die Aufgabenstellung vorsieht. Dies gelingt Ihnen, indem Sie unterschiedlich große Kreise um Ihre eingetragenen Punkte ziehen. Die absoluten Größen der Kreise sind dabei nicht relevant. Entscheidend ist ihre relative Größe zueinander, sodass der größte Kreis dem umsatzstärksten Geschäftsfeld und der kleinste dem umsatzschwächsten Geschäftsfeld entspricht.

Nutzen Sie diese Gelegenheit, durch eine strukturierte Beantwortung der Aufgabe relativ einfach Punkte zu sammeln! Für die Eintragung eines jeden Koordinatenwertes und für die Kennzeichnung jedes Umsatzvolumens erhalten Sie einen Punkt = 12 Punkte für diesen Aufgabenteil.



© **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.