

für Lernende der Ausbildungs- und Prüfungsbranche «Branche einfügen»

Name/Vorname
des Kandidaten:

Kandidatennummer:

Prüfungskreis:

Lehrbetrieb:

Bitte beachten Sie Folgendes:

- Die Prüfung besteht aus dem hier vorliegenden schriftlichen Teil.
Die Zeit- und Punkteverteilung erfolgen gemäss der nachstehenden Tabelle.

Aufgaben	Richtzeit	Mögliche Punkte	Erreichte Punkte	Note
Branchenspezifische Aufgaben	70 Minuten	60 Punkte		
Allgemeine Kenntnisse (tronc commun)	50 Minuten	40 Punkte		
Total	120 Minuten	100 Punkte		

- Diese Serie umfasst 16 Aufgaben: Bitte kontrollieren Sie Ihre Prüfungsunterlagen auf Vollständigkeit.
- Setzen Sie Ihren Namen/Vornamen, die Kandidatennummer, den Prüfungskreis und den Lehrbetrieb in die bezeichneten Zeilen auf diesem Blatt.
- Lesen Sie die Fragen ganz genau, bevor Sie mit der Beantwortung beginnen.
- Die Aufgaben dürfen in beliebiger Reihenfolge gelöst werden.
- Als Hilfsmittel ist ein nicht schreibender und nicht programmierbarer Taschenrechner zugelassen.
- Beachten Sie in den einzelnen Aufgaben, in welcher Form Sie die Antworten geben müssen (ganze Sätze, Stichworte usw.).
- Sie haben 120 Minuten Zeit, um die Aufgaben zu lösen.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Erreichte Anzahl Punkte und Visa der Experten / Expertinnen zu den korrigierten Aufgaben:

Branchenspez. Aufgaben 1-8:	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8
Erreichte Anzahl Punkte:								
Visum:								

Tronc commun Aufgaben 9 – 16	A 9	A 10	A 11	A 12	A 13	A 14	A 15	A 16
Erreichte Anzahl Punkte:								
Visum:								

Unterschriften Experten / Expertinnen:

Punkte

Lösung 1

8 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.2.1.1: Dienstleistungen kennen

Aufgabe

In touristischen Betrieben werden hauptsächlich Dienstleistungen verkauft. Zählen Sie vier zentrale Dienstleistungen **Ihres Lehrbetriebes** für Ihre Gäste auf und beschreiben Sie den jeweiligen Kundennutzen.

Sie erhalten für jede zentrale Dienstleistung und den passenden Kundennutzen je 1 Punkt, total 8 Punkte.

Ihr Lehrbetrieb:

Dienstleistungen	Kundennutzen
1)	
2)	
3)	
4)	

Korrekturhinweise: Bitte oben stehenden Lehrbetrieb beachten und entsprechend bewerten

HG: Übernachtung, Verpflegung, Taxi bestellen, Weckruf, Concierge-DL...

T: Skipässe, Skilehrervermittlung, Reservierung, Gästeinformation

Keine internen Kunden (Dienstleistungen und Leistungsträgern und Partner)

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 2**6 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.7.4.1: Markt- und Produktziele des Lehrbetriebes beschreiben****Ausgangslage**

Nachfolgend sind zwei Beschreibungen von touristischen Leistungsträgern je nach Ihrer Ausbildungsrichtung aufgeführt.

Tourismusbüro:

Das Tourismusbüro befindet sich in einer Bergregion und generiert 1 Mio. Logiernächte (80% im Winter und 20% im Sommer). Die Infrastruktur besteht aus drei Bergbahnen, einem Badensee, Sportzentrum, Kinderspielplatz und einem Hochseilgarten.

Ziele:

- Anteil der Familien um 10% steigern durch Lancierung eines Familien-Packages
- 5% Steigerung der Logiernächte im Sommer der Schweizer Gäste (von 20 auf 25%)
- Schaffung eines Passes für alle drei Bergbahnen zur Benützung im Sommer

Hotelbetrieb:

Das Businesshotel befindet sich in einer mittelgrossen Stadt in der Schweiz, hat 150 Betten und ist im 4-Sterne-Bereich kategorisiert. Das Hotel verfügt zudem über Seminarräumlichkeiten und eine Fit-/ Wellness-Anlage. Die Bettenauslastung beträgt 70%.

Ziele:

- Steigerung der Auslastung an den Wochenenden um 10% durch die Lancierung eines Weekend-Package
- Steigerung der Logiernächte um 5% der Gäste aus dem süddeutschen Raum
- Lancierung eines Schnupper-Monats-Angebots für externe Fit- und Wellnessgäste aus der Stadt und der Agglomeration

Erreichte
Punktezah
pro Seite:

Punkte

Aufgabe

Wählen Sie einen Leistungsträger auf der vorherigen Seite aus. In Ihrer Auswahl sind Sie frei.

- a) Erklären Sie mit eigenen Worten den Unterschied zwischen einem Markt- und Produktziel. Sie erhalten 1 Punkt für die korrekte Erklärung.
- b) Suchen Sie sich aus dem ausgewählten Beispiel je ein Markt- und ein Produktziel aus und fügen Sie diese in die folgende Tabelle ein. Nennen Sie pro Ziel je zwei sinnvolle konkrete Massnahmen, durch die Sie die definierten Ziele erreichen werden. Für die korrekte Nennung der Ziele erhalten Sie je ½ Punkt und je 1 Punkt pro sinnvolle Massnahme. Total 5 Punkte.

Gewählter Leistungsträger: _____	
a) Unterschied zwischen Markt- und Produktziel (1Punkt):	
Marktziele: Quantitative Zielsetzung, wie ich meine Wettbewerbsfähigkeit in den Märkten erhöhen kann (geografisch oder Gästegruppen) Produktziele sind qualitative Zielsetzungen, um mich mittels Angebotsattraktivität von meinen Mitbewerbern abzuheben. Weitere sinnvolle Lösungen nach Ermessen der Korrekturexperten	
b) Auflistung je eines Markt- und eines Produktzieles:	
Marktziel (korrekte Wahl ½ Punkt)	Produktziel (korrekte Wahl ½ Punkt)
T: - 5% Steigerung LN /10% Steigerung Anteil Familien HG: Steigerung LN 5% aus Süddeutschland - Gäste aus der Stadt und Agglo ins Hotel bringen	T: - Lancierung Familien-Package,- Gestaltung Bergbahnenpass Sommer HG: - Lancierung Weekend-Package / Lancierung Schnupper-Monats-Angebot Fit-/Wellnessbereich
Massnahme zu Marktziel (pro sinnvolle Massnahme 1 Punkt, total 2 Punkte):	Massnahme zu Produktziel (pro sinnvolle Massnahme 1 Punkt, total 2 Punkte):
1) Messteilnahme Fespo ZRH um	1) Kooperation mit tour. LT
Marktpotential der Zürcher zu erhöhen	
2) Inseratekampagne Schweizer Familie	2) weitere sinnvolle Lösungen
	nach Ermessen der Korrekturexperten

Erreichte Punktezah
pro Seite:

Korrekturhinweis: Nachvollziehbare Lösungen gemäss Betrieb im Ermessen der Korrekturexperten

Punkte

Lösung 3

5 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.7.4.3: Freizeiteinrichtungen des Ortes aufzeigen

Ausgangslage:

Ein deutsches Ehepaar (50+) informiert sich bei Ihnen an der Réception bzw. am Informationsdesk, über mögliche Aktivitäten im Ort / in der Region. Das Paar hat eine Woche Urlaub gebucht.

Aufgabe:

Nennen Sie fünf mögliche Aktivitäten/Angebote, welche für die Gäste in Frage kommen. Welche Massnahmen treffen Sie oder wie sollen die Gäste vorgehen, damit die Angebote in Anspruch genommen werden können?
Pro Angebot und sinnvolle Massnahme erhalten Sie je ½ Punkt, total 5 Punkte.

Ort/Region::

Aktivität/Angebot:	Massnahmen/Vorgehen
1)	
2)	
3)	
4)	
5)	

Korrekturhinweis: Nachvollziehbare Lösungen gemäss Ort/Region im Ermessen der Korrekturexperten

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 4**5 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.1.3.3: Beschwerden formulieren****Ausgangslage**

Sie arbeiten an einer Réception bzw. an einem Informationsdesk. Der Informationsfluss zwischen den Mitarbeitenden funktioniert sehr schlecht. Es sind keine Abläufe bestimmt, in welcher Art und Weise dieser zu erfolgen hat. Somit gehen wichtige Informationen verloren, z. B. beim Schichtwechsel. Ihr Betrieb verfügt über eine Ideenbox für Anregungen und Verbesserungsvorschläge von Mitarbeitenden.

Aufgabe

Erstellen Sie ein Schreiben zu Händen der Geschäftsleitung. Formulieren Sie darin **zwei Vorschläge**, um den Informationsfluss zu verbessern und zeigen Sie pro Vorschlag eine sinnvolle Umsetzungsmöglichkeit auf. Achten Sie auf Form und Aufbau des Schreibens. Sie erhalten pro Vorschlag und pro sinnvolle Umsetzungsmöglichkeit je 1 Punkt, und einen weiteren Punkt für die Form, total 5 Punkte.

Korrekturhinweis: gemäss Aufgabenstellung:

Möglicher sinnvoller Aufbau:

Sachlage -> Auswirkungen -> Lösungsvorschläge

Form: Anrede, Datum, Betreff, Unterschrift

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 5**12 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.2.2.3: Verkaufsformen kennen****Ausgangslage**

Sie haben während Ihrer Lehrzeit verschiedene Verkaufsformen kennengelernt.

Aufgabe

Nennen Sie je zwei direkte und indirekte Verkaufsformen und zählen Sie je einen Vor- und Nachteil auf.

Sie erhalten je 1 Punkt für die korrekte Verkaufsform sowie für den passenden Vorteil und Nachteil, total 12 Punkte.

Direkte Verkaufsformen	Vorteil	Nachteil
1) Telefon, Persönlich, z. B. Walk-in		
2) Internet über eigene Buchungsmaschine		
Indirekte Verkaufsform	Vorteil	Nachteil
1) Tourist Office (TO)		
2) Internet über fremde Buchungsplattform, GDS		

Korrekturhinweis: E-Mail, Fax, Brief ist keine eigentliche Verkaufsform = nur mit je ½ Pkt. zu bewerten

 Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 6**8 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.5.1.1: Informationskanäle benützen zur Branchenentwicklung****Ausgangslage**

Sie sind die rechte Hand des Präsidenten eines regionalen Hotelier- oder Tourismusvereins im Schweizer Mittelland und helfen ihm, die nächste Delegiertenversammlung vorzubereiten. In der mittelfristigen Marketingplanung soll vermehrt der nordamerikanische Markt (USA, Kanada) bearbeitet werden. Der Präsident will an dieser DV aufzeigen, wie sich dieser aufgeführte Markt gesamtschweizerisch entwickelt und welches Potential für die Region erwartet werden kann.

Aufgabe

Sie stellen im Auftrag des Präsidenten aktuelle Zahlen zum nordamerikanischen Markt zusammen.

- a) Nennen Sie je vier konkrete Institutionen/Organisationen, von denen Sie wichtige Informationen erhalten.
Für jede korrekte Quelle erhalten 1 Punkt, total 4 Punkte.

1) **Bundesamt für Statistik**

2) **STV / ST / hotelleriesuisse, GastroSuisse**

3) **Tourismusorganisation / Destination, Botschaften**

4) **Flughafen/Airlines**

- b) Nennen Sie vier zentrale Informationen, welche Sie von diesen Quellen beziehen.
Für jede korrekte Information erhalten Sie 1 Punkt, total 4 Punkte.

1) **Logiernächte**

2) **durchschnittliche Aufenthaltsdauer**

3) **Ankünfte, Passagierzahlen Airlines**

4) **durchschnittliche Ausgaben, Aufenthaltsmotive (Business/Leisure)**

 Erreichte
Punktezah
pro Seite:

Punkte

Lösung 7

10 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.5.1.3: Kurzfristige Veränderungen der Branche aufzeigen

Leistungsziel-Nr. 1.7.1.4: Beitrag des Lehrbetriebes für die Region aufzeigen

Ausgangslage

Die Tourismusbranche befindet sich im stetigen Wandel. Insbesondere äussere Faktoren (z.B. Globalisierung) führen zu Veränderungen.

Aufgaben

- a) Nennen Sie zwei aktuelle Einflussfaktoren, welche die Tourismusbranche betreffen und beschreiben Sie die Auswirkungen.
Sie erhalten für den Einflussfaktor mit der passenden Auswirkung je 2 Punkte, total 4 Punkte.

Einflussfaktor	Auswirkung
1) starker CHF/ schwacher Euro/USD	Tourismusangebot wird teurer
2) Klimaveränderung/Schnee	Sichere Schneegrenze steigt.

Korrekturhinweis: Weitere sinnvolle und nachvollziehbare Lösungen

- b) Beschreiben Sie stichwortartig, welche Konsequenzen (Massnahmen) Ihr Lehrbetrieb aufgrund dieser Auswirkungen ziehen kann.
Sie erhalten pro korrekte Massnahme je 1 Punkt, total 2 Punkte.

1) Nachfrage aus den Ländern mit tiefen Währungen sinkt: Ziehe mich aus betroffenen Markt zurück, Spezielles Package...

2) Rückgang an Ski/Snowboardfahrern: Alternative Angebote, Konzentration auf Sommer.

Korrekturhinweis: Weitere sinnvolle und nachvollziehbare Lösungen

Erreichte Punktezah
pro Seite:

Punkte

- c) Die Tourismusbranche ist wichtig für die regionale Volkswirtschaft. Beschreiben Sie anhand von zwei Beispielen den volkswirtschaftlichen Nutzen der Tätigkeit des Lehrbetriebs für Ihre Region. Welche Auswirkungen können durch die veränderten Gegebenheiten entstehen. Sie erhalten für den Nutzen und die volkswirtschaftliche Auswirkung je 1 Punkt, total 4 Punkte.

Volkswirtschaftlicher Nutzen	Volkswirtschaftliche Auswirkung
Arbeitsplätze Steuerbeiträge	Abwanderung
Wertschöpfung Wirtschaftl. Ausgleich	Weniger Lohn, sinkendes Kaufkraft

 Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 8

6 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.7.1.6: Qualitätsentwicklung und -sicherung im Tourismus darlegen

Ausgangslage

Sie haben während Ihrer Lehre verschiedene Qualitäts-Labels kennen gelernt.

Aufgabe

Nennen Sie **zwei** unterschiedliche Qualitätslabels, beschreiben Sie den **Unterschied** und zeigen Sie **je einen Vorteil** für das **Unternehmen** und den **Kunden / Gast** auf. Sie erhalten pro Q-Label 1 Punkt, für die Beschreibung des Unterschieds 2 Punkte und ½ Punkt für jeden sinnvollen Vorteil, total 6 Punkte.

Qualitäts-labels		
Unterschied		
Vorteil Kunde/Gast		
Vorteil Unternehmen/ Ort		

Korrekturhinweis: Lösungen gemäss separatem Lösungsblatt

Erreichte
Punktezah
pro Seite:

Punkte

Lösung 9**6 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.1.1.3: Kundenbedürfnisse erfragen****Ausgangslage:**

Sie empfangen einen angemeldeten Kunden zum ersten Mal in Ihrem Büro. Sie wissen nur, dass sich dieser Kunde erstmals für Ihre Produkte und Dienstleistungen interessiert.

Aufgaben:

- a) Begründen Sie verständlich in einem Satz, weshalb Sie in einem solchen Erstgespräch vor allem offene Fragen stellen (keine Beispiele aufführen). Sie erhalten 2 Punkte für die korrekte Beantwortung.

Mindestens ein Aspekt muss genannt werden.

- Mit offenen Fragen werden die Kunden zum Erzählen aufgefordert.
- Ich erfahre mehr als nur mit einer Antwort auf eine geschlossene Frage.
- Der Kunde fühlt sich nicht bedrängt, sondern kann seine Anliegen und Bedürfnisse besser einbringen.

Korrekturhinweise:

- Orthografiefehler werden nicht berücksichtigt.
- Falls nur Stichworte: ½ Punkt Abzug.

- b) Formulieren Sie nachstehend vier offene Fragen in ganzen Sätzen, die Sie vom Kunden zwischen der Begrüßung und der Verabschiedung auf jeden Fall beantwortet haben möchten.

Sie erhalten pro sinnvolle offene Frage 1 Punkt, total 4 Punkte.

Beispielantworten:

- Womit kann ich Ihnen dienen?
- Für welchen Zweck/bei welchen Gelegenheiten benötigen Sie unsere Produkte/Dienstleistungen?
- Welche Preisvorstellungen haben Sie?
- Wozu möchten Sie dieses Produkt/diese Dienstleistung in Anspruch nehmen?

Korrekturhinweise:

- Verlangt werden ganze Sätze in Frageform.
- Andere sinnvolle Fragestellungen sind möglich.
- Fragen müssen klar und offen gestellt werden.
- Orthografiefehler werden nicht berücksichtigt.
- Falls nur Stichworte: pro Frage ½ Punkt Abzug.

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 10**4 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.1.2.2: Kundenbedürfnisse erfassen und weiterleiten****Ausgangslage:**

Sie arbeiten beim Inside Magazin "whats-up", in welchem die Festanlässe der Region publiziert werden. Einer Ihrer Kunden möchte im nächsten Magazin mit einem Inserat auf seinen Sommeranlass aufmerksam machen. Sie treffen sich mit ihm zu einem Gespräch. Die Anliegen und Bedürfnisse des Kunden sollen aufgenommen werden.

Aufgabe:

Nennen Sie stichwortartig vier mögliche und plausible Anliegen/Bedürfnisse, die Sie beim Kunden im Hinblick auf die Gestaltung des Inserates abklären wollen. Pro sinnvoll genanntes Stichwort erhalten Sie 1 Punkt, total 4 Punkte.

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Blickfang (Attraktion)- Kostengünstig- Platzierung des Inserates | <ul style="list-style-type: none">- Grösse des Inserates- einfarbig/mehrfarbig |
|--|---|

Korrekturhinweis:

Weitere sinnvolle Lösungen sind möglich.

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Lösung 11

5 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.4.4.1: Ziele erreichen

Ausgangslage:

Wenn Sie eine umfangreiche Aufgabe lösen müssen, gehen Sie systematisch vor. Die "Sechs-Stufenmethode IPERKA" ist ein Instrument, um zielorientiert vorzugehen.

1. Information
2. Planung
3. Entscheidung
4. Realisation
5. Kontrolle
6. Auswertung

Aufgaben:

- a) Geben Sie in Stichworten je zwei Gründe an, weshalb die folgenden beiden Phasen dieser Methode für eine erfolgreiche Projektabwicklung von Bedeutung sind. Je sinnvolle Antwort erhalten Sie 1 Punkt, total 2 Punkte.

IPERKA-Stufe	Erklärung
Kontrolle	Ist wichtig, um keine wesentlichen Punkte zu vergessen. Zudem ermöglicht die Kontrolle, kurzfristige Änderungen/Anpassungen vorzunehmen. Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser.
Auswertung	Ermöglicht Fehlerbehebung, Weiterentwicklung, Prozessoptimierung, Ergebnisanalyse.

- b) Thema Stellenbesetzung: Ordnen Sie die folgenden Fragen/Aussagen den entsprechenden Stufen der IPERKA-Methode zu. Je korrekte Bestimmung erhalten Sie ½ Punkt, total 3 Punkte.

Fragen / Aussagen	Sechs-Stufenmethode IPERKA					
	1	2	3	4	5	6
Ist die richtige Person gefunden worden?					X	(X)
Die Stelle wird im Internet publiziert.			(X)	X		
Vereinbaren von Terminen für die Bewerbungsgespräche.		X		(X)		
Welche Aufgaben werden der Stelle zugeteilt?	X	(X)				
Die Bewerbungsgespräche werden durchgeführt.				X		
Was muss im Bewerbungsverfahren verbessert werden?						X

Korrekturhinweis:

Es werden keine Teilpunkte vergeben.

Erreichte Punktezah
pro Seite:

Punkte

Lösung 12**4 Punkte****Leistungsziel-Nr. 2.1.3.1: Informationen beschaffen****Ausgangslage:**

Sie arbeiten im Sekretariat eines Grossbetriebes. In dieser Funktion müssen Sie täglich viele Fragen von internen oder externen Kunden beantworten.

Aufgabe:

Sie haben entschieden, die häufigsten Fragen auf einer Liste zusammenzustellen. Die Liste wollen Sie nun mit Hinweisen auf mögliche Datenquellen ergänzen. Ergänzen Sie die folgende Tabelle mit unterschiedlichen und sinnvollen Informationsquellen, die intern vorhanden sein könnten. Für jede korrekte Antwort erhalten Sie ½ Punkt, total 4 Punkte.

Fragen	Informations-/Datenquelle
Direkte Telefonnummer der Abteilung Marketing	Internes Telefonbuch
Zuständige Personen für Büromaterial	Organigramm / Stellenbeschreibung / interne Telefonliste
Preise von verschiedenen Produkten	Produktkataloge, Preislisten, Werbung
Namen der Bevollmächtigten / Unterschriftsberechtigten des Betriebes	Interne/s Weisung / Reglement / Zuständigkeitsordnung / Handelsregister
Umsatz des Betriebes im 2010	Jahresbericht 2010
Telefonnummern des Kunden XY	Kundendatei
Lieferungstermin, Art	Verkaufskonditionen
Zahlungskonditionen	Allgemeine Geschäftsbedingungen AGB

 Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Lösung 13**5 Punkte****Leistungsziel-Nr. 2.1.4.2: Umgang mit Daten des Lehrbetriebes****Ausgangslage:**

Sie arbeiten in der Administration eines mittleren Betriebes und führen einen Lernenden in das Aufgabengebiet ein. Sie haben Zugriff auf verschiedene Daten und wollen dem Lernenden aufzeigen, wie mit unterschiedlichen Daten umgegangen werden muss.

Aufgabe:

Zeigen Sie mit Hilfe der untenstehenden Tabelle auf, ob es sich bei den erwähnten Beispielen um vertrauliche oder öffentliche Informationen handelt.

Welche Konsequenzen ergeben sich bei Nichteinhaltung der Vertraulichkeit (nur bei vertraulichen Daten)?

Für die korrekt ausgefüllte Tabelle erhalten Sie total 5 Punkte.

Daten/Informationen	vertraulich	öffentlich	Konsequenz
Kundendatei des Unternehmens	X (½)		Vertrauensverlust, Verschaffen eines Vorteils für die Konkurrenz (1 Punkt)
Jahresbericht des Unternehmens		X (½)	
Salärabrechnung der Mitarbeiter	X (½)		Daten- und Personenschutzbestimmungen werden verletzt (1 Punkt)
Strategiepapiere	X (½)		Mitbewerber können vertrauliche Informationen strategisch nutzen. Verstoss gegen OR-Bestimmung [Art. 321] (1 Punkt)

Korrekturhinweise:

Punkte-Verteilung gemäss Angaben in der Lösung.

Falls beim Jahresbericht "vertraulich" mit der Begründung Familien-AG oder ähnlich angekreuzt wird, ebenfalls gelten lassen.

Lösung 14**4 Punkte****Leistungsziel-Nr. 3.3.7.1: Erwartungen von Anspruchsgruppen erkennen****Ausgangslage:**

Ein Unternehmen steht in Beziehung zu verschiedenen Anspruchsgruppen. Die Anspruchsgruppen haben Erwartungen und stellen Ansprüche an die Unternehmung.

Aufgaben:

- a) Beschreiben Sie in Stichworten zu jeder der beiden aufgeführten Gruppe je zwei typische Erwartungen/ Ansprüche dieser Gruppe gegenüber der Unternehmung. Je sinngemäße korrekte Erwartung/Anspruch erhalten Sie ½ Punkt, total 2 Punkte.

Anspruchsgruppe	Erwartungen/Ansprüche
Mitarbeitende	<ul style="list-style-type: none"> - Leistungsgerechte Entlohnung und Sozialleistungen (die Begriffe "Lohn" / "besserer oder mehr Lohn" allein genügen nicht!) - Positives Arbeitsklima - Sicherer Arbeitsplatz - Anerkennung - usw.
Kapitalgeber	<ul style="list-style-type: none"> - Gute Rendite auf dem eingebrachten Kapital (z.B. Zinsen, Dividenden, steigende Aktienkurse) - Sicherheit - Langfristiger Erfolg - usw.

- b) Unter der Aufgabe a) haben Sie Erwartungen/Ansprüche der **Kapitalgeber** gegenüber der Unternehmung formuliert. Beschreiben Sie daraus die sich ergebenden Spannungsfelder gegenüber den Unternehmungszielen oder den Ansprüchen/Erwartungen anderer Anspruchsgruppen der Unternehmung. Sie erhalten für Ihre Ausführungen in ganzen Sätzen insgesamt 2 Punkte.

Die Ansprüche der Kapitalgeber (siehe Lösung a) können Spannungsfelder z.B. zu der Anspruchsgruppe "Mitarbeitende" (Erwartungen hinsichtlich Lohn, Sozialleistungen usw.) aber auch zu Unternehmungszielen (wie z.B. Investitionen, Markterweiterung usw.) erzeugen.

Andere sinnvolle Ausführungen sind auch möglich.

Korrekturhinweis:

Bei fehlenden ganzen Sätzen ½ Punkt Abzug.

Lösung 15**6 Punkte****Leistungsziel-Nr. 3.3.8.1: Offerten beurteilen****Ausgangslage:**

Ein kaufmännischer Kleinbetrieb bestellt üblicherweise seinen Papierbedarf bei einem Grossisten. Die Ortspapeterie zeigt sich an einer Zusammenarbeit interessiert und unterbreitet der Firma folgende Konditionen:

	Ortspapeterie	Grossist
Rabatte	7%	15%
Zahlungsbedingungen	innert 10 Tage 2% Skonto	30 Tage netto
Lieferfrist	Ab Lager abholbereit	Lieferung innerhalb 5 Tagen
Mindestbestellmenge	5 Karton zu 2500 Blatt A4	10 Karton zu 2500 Blatt A4
Preis pro Karton	CHF 49.50 inkl. MWSt	CHF 44.90 inkl. MWSt
Porto	CHF 0.00	CHF 20.00

Aufgaben:

- a) Bestimmen Sie den **Kaufpreis für 10 Kartons** unter Ausnutzung aller offerierten Konditionen bei jedem Lieferanten. (Rechnungsweg offen legen)
Pro Berechnung je Lieferant erhalten Sie 2 Punkte, total 4 Punkte.

Ortspapeterie:Bruttopreis: $49.50 \times 10 = 495.00$

Nettopreis:

 $((495.00 \times 0.93) \times 0.98) = 451.14$ **Grossist:**Bruttopreis: $44.90 \times 10 = 449.00$

Nettopreis inkl. Porto:

 $(449.00 \times 0.85) + 20.00 = 401.65$ **Korrekturhinweise:**

Teilpunkte möglich im Ermessen der Korrektoren.

Richtiger Lösungsansatz $1\frac{1}{2}$ Punkte;

richtiges Resultat zusätzlich $\frac{1}{2}$ Punkt.

- b) Bestimmen Sie drei wichtige Kriterien für die Beurteilung von Offerten.
Begründen Sie in Stichworten, für welche der unter a) aufgeführten Varianten Sie sich entscheiden.
Für eine korrekte Antwort erhalten Sie 2 Punkte.

Kriterien der Beurteilung / Entscheid mit Begründung:

Berücksichtigung der Lieferanten vor Ort / Preis / Liefertermin /

Zahlungsbedingungen / Entscheid für Grossist (preislich günstiger).

Korrekturhinweise:

Andere Argumente wie z.B. Ortslieferant, Lieferfrist können zu anderen Begründungen führen. Die Begründung muss mit der Lösung übereinstimmen und nachvollziehbar sein.

Punkteverteilung:

Drei Kriterien je $\frac{1}{2}$ Punkt, total $1\frac{1}{2}$ Punkte

Entscheid mit Begründung $\frac{1}{2}$ Punkt

Punkte

Lösung 16**6 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.4.2.2 / 1.4.2.3: Finanzwirtschaftliche Ziele kennen/umsetzen****Ausgangslage:**

Es gehört zur Führung eines Betriebes mit finanziellen Zielen zu arbeiten. Diese Ziele können Kosten, Umsatz, Gewinn etc. und auch die Liquidität betreffen. Es kommt immer wieder vor, dass Unternehmungen finanziell in Bedrängnis geraten.

Aufgaben:

- a) Nennen bzw. erläutern Sie in Stichworten vier mögliche Ursachen für einen finanziell schlechten Geschäftsgang. Achten Sie darauf, dass sich die Ursachen eindeutig voneinander unterscheiden.
Sie erhalten pro genannte Ursache jeweils 1 Punkt, total 4 Punkte.

Mögliche Ursachen:	Zum Beispiel zählen auch folgende Stichwörter:
Ungenügendes oder fehlendes Marketing	Falsches oder veraltetes Sortiment, ungenügende Anpassung an veränderte Kaufgewohnheiten, Nichtbeachtung oder Falsch-einschätzung der Konkurrenz, einseitige Bindung an einen oder wenige Grossabnehmer
Falsche Dispositionen langfristiger Art	Fehleinschätzung der Zukunft, veraltete Produktionsanlagen, ungenügende Auslastung der Anlagen, Überkapazität, zu starke Diversifikation
Ungenügendes Rechnungswesen	Fehler im Finanzmanagement, keine oder ungenügende Kostenrechnung und Kalkulation, ungenügende Kontrolle
Versagen der Geschäftsleitung	Nichterkennen von neuen Entwicklungsrichtungen, falsche und ehrgeizige Projekte, ungeschickte Führung, Spekulationsgeschäfte, falsche Finanzierung
Weitere Ursachen:	Starke Konkurrenz durch Billig-Lohn-Länder, Währungseinflüsse, übersetzte Lohnforderungen, unattraktive Arbeit, unattraktive Arbeitsbedingungen, Reduzierung wichtiger Dienstleistungen, Mitarbeiter falsch eingesetzt

Korrekturhinweise:

Je genannte Ursache und deren kurze Erläuterung erhält der Kandidat 1 Punkt, total 4 Punkte. Halbe Punkte sind möglich.

 Erreichte Punktezahl pro Seite:

Punkte

- b) Unternehmen können in Liquiditätsschwierigkeiten geraten. Schlagen Sie stichwortartig zwei Massnahmen vor, wie die Liquidität verbessert werden kann. Sie erhalten pro plausible Massnahme 1 Punkt, total 2 Punkte.

Mögliche Antworten:

- | | |
|---|---|
| - Ausgabenbremse/-sperre | - Mahnwesen bei Debitoren straffen |
| - Beschränkung auf notwendige Investitionen | - Bitte um Stundung von Lieferantenkrediten |
| - Anpassungen des Mitarbeiterbestandes | - Fremd- oder Eigenkapitalbeschaffung |

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Lösung zu Aufgabe 8, LZ 1.7.1.6

Merkmale sowie Vorteile sind nicht abschliessend aufgeführt.

	Q, QQ, QQQ	Safety in Adventure	ISO	Familien willkommen	Enjoy Switzerland	HACCP
Merkmale	<ul style="list-style-type: none"> -3 Stufen -Serviceketten -Gästabefragung, Mitarbeiterbefragung, Mystery Person, Basis- und Führungsprofil -Beurteilung Gesamtunternehmen durch verschiedene Aspekte 	<ul style="list-style-type: none"> - Sicherheit für Outdoor/Indoor-Adventure-Veranstalter 	<ul style="list-style-type: none"> - Gesamtbeurteilung des Unternehmens - Prozesse & Arbeits-abläufe - Audit 	<ul style="list-style-type: none"> - Familienfreundliche Orte 	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisierung Bevölkerung - Angebotsgestaltung - Gästelenkung - Usw. 	<ul style="list-style-type: none"> - Komplettes Hygiene-Konzept für einen Betrieb - Kritische Kontrollpunkte werden vom Betrieb bestimmt
Verbreitung	National auf dem Weg zu international	National	International	National	National	National (EU-harmonisiert)
Kontrollstelle	STV	SQS	SQS	STV	ST	Kanton (Lebensmittelinspektorat)
Freiwillig Ja/Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein
Vorteile Kunden/Gast	<ul style="list-style-type: none"> - Gast kann sich auf einfache Weise einbringen (Feedbacks) 	<ul style="list-style-type: none"> - Sicherheitsstandard vorhanden - Regelmässige Kontrolle 	<ul style="list-style-type: none"> Siehe Q 	<ul style="list-style-type: none"> - Gewissheit, einen familienfreundlichen Ort anzutreffen - Klare Deklaration 	<ul style="list-style-type: none"> - Gewissheit, dass der Ort Gästefreundlich ist (Lenkung, Angebot, usw.) 	<ul style="list-style-type: none"> Hygiene-Standard gesichert
Vorteile Unternehmen/Ort/Region	<ul style="list-style-type: none"> - Vermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> - Vermarktung - Versicherungsschutz 	<ul style="list-style-type: none"> - Transparente und standardisierte Arbeitsabläufe - Vermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> - Klare Positionierung 	<ul style="list-style-type: none"> - Ort wird aus Gästesicht fit gemacht 	<ul style="list-style-type: none"> - Permanente Kontrolle