

Matura 2003

Allgemeine Hinweise

- Die Prüfung umfasst folgende Bereiche:
 - Teil 1: Unternehmungsmodell/Leistungswirtschaftliches Konzept (43 Punkte)
 - Teil 2: ZGB, OR/Gesellschaftsrecht (54 Punkte)
 - Teil 3: Finanzwirtschaftliches Konzept (47 Punkte)
 - Teil 4: Kostenrechnung (36 Punkte)
- Die Punkte der einzelnen Aufgaben sind in Klammern angegeben; maximal sind **180 Punkte** möglich. Die zur Verfügung stehende Zeit beträgt **180 Minuten**. Als Faustregel gilt, dass Du für jede Aufgabe etwa so viele Minuten wie angegebene Punkte benötigen solltest.
- Erlaubte Hilfsmittel: Taschenrechner, OR und ZGB.
- Formuliere die Antworten stichwortartig und kurz, falls es in der Aufgabenstellung nicht ausdrücklich anders verlangt wird.
- Gib die Lösungswege an und argumentiere wenn immer möglich unter Zuhilfenahme der entsprechenden Fachbegriffe.
- Gesetzesartikel sind so genau wie möglich, das heisst mit Absätzen, Ziffern etc. anzugeben.
- Benutze für jeden Prüfungsteil einen separaten Antwortbogen.
- Achte auf eine übersichtliche und gut leserliche Darstellung.

Wir wünschen Dir viel Erfolg!

Sybille Schaad, Patrik Waibel

Teil 1: Unternehmungsmodell/Leistungswirtschaftliches Konzept (43 Punkte)

1.1 Marktanteils-Marktwachstums-Matrix/Strategie (16)

Ausgangslage:

In einem international hart umkämpften Markt kauft und verkauft die Xerxes AG einerseits Kühlsysteme (z.B. Kühlschränke, standardisierte Kühlgrossanlagen und Spezialanlagen für Hotels, Krankenhäuser u.a.m.), bietet Beratungsdienstleistungen beispielsweise für Restaurationsgrossbetriebe oder Spitäler an und entwickelt und verkauft mikroprozessoren gesteuerte Kühlsteuerungen an andere Anbieter. Zum anderen hat sie diversifiziert und eine Firma gekauft, welche elektrische Cheminées herstellt und vertreibt.

Früher hat die Xerxes AG ihre Kühlsysteme noch selber hergestellt. Als vor zehn Jahren aber grosse Investitionen nötig geworden wären, hat sich die Geschäftsleitung entschlossen, einen Teil der Immobilien (Fabrikationsgebäude) zu verkaufen und sich auf den Handel, die Forschung und Entwicklung sowie die Beratung zu spezialisieren. Mit dem Erlös aus dem Immobilienverkauf hat sie zum einen eine Beteiligung von rund 40% bei einem der zuverlässigsten Kühlsystemfabrikanten in der Schweiz erworben. Von diesem Produzenten beschafft sie sich mit Ausnahme aussergewöhnlicher Spezialanfertigungen alle ihre Handelsprodukte.

Produkt- und Marktdaten:

Bei den Kühlschränken besteht ein leichtes Marktwachstum von 1%; die Xerxes AG hat 5% Marktanteil, der grösste Konkurrent 15%. Die Qualität dieses Produktes wie auch die Marketinganstrengungen sind durchschnittlich im Vergleich zur Konkurrenz.

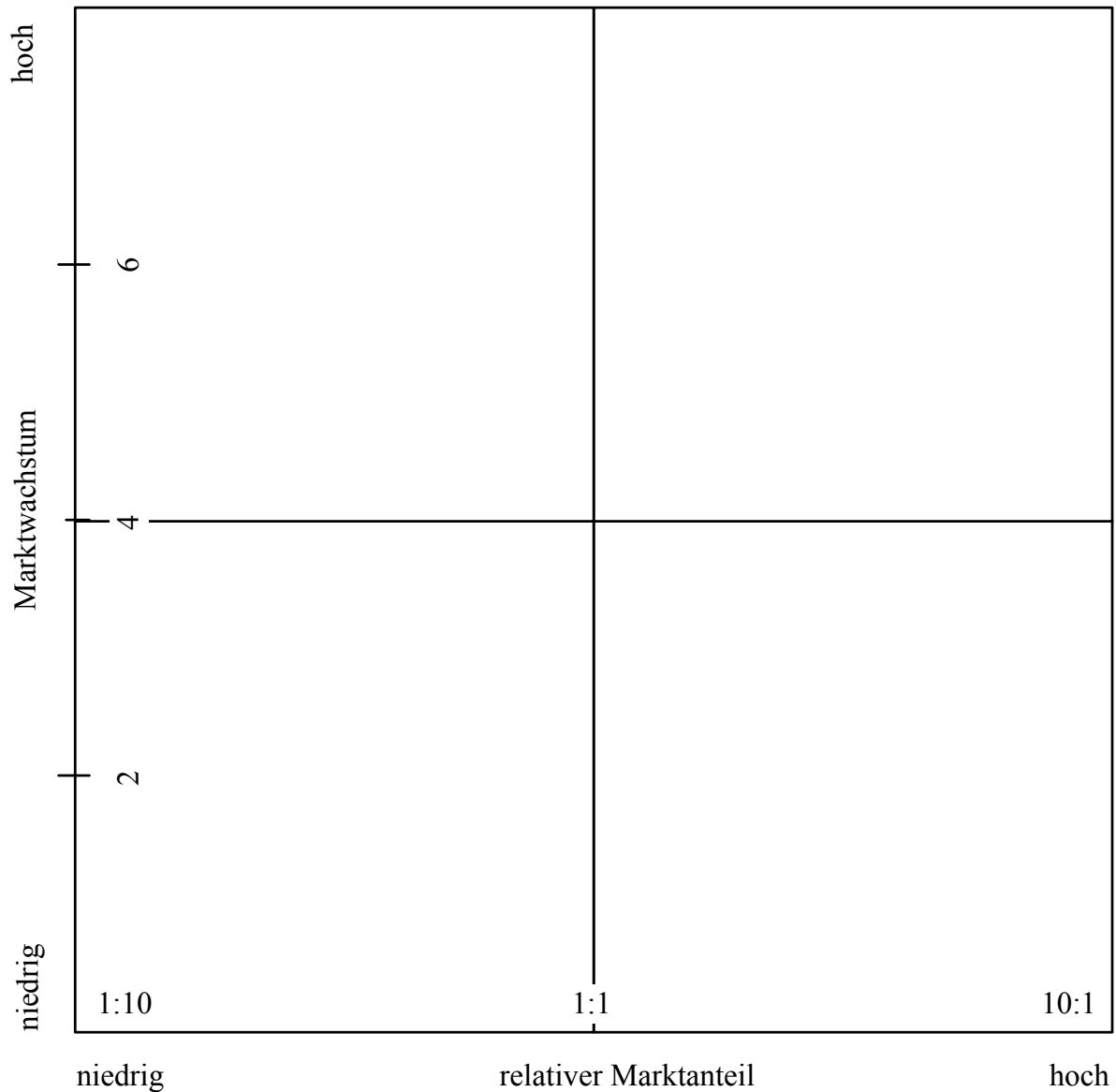
Bei den Kühlgrossanlagen wächst der Markt um jährlich 5%; die Xerxes AG hat 15 % Marktanteil, der grösste Konkurrent 10%. Die Xerxes AG macht mit den Kühlgrossanlagen 40% des Umsatzes und ist im Bereich der kundenorientierten Beratung die Nummer 1, da sich die Berater durch ein überdurchschnittliches Know-how auszeichnen.

Bei den elektrischen Cheminées ist der Markt leicht wachsend (1%), wobei sich vier Konkurrenten den schweizerischen Markt aufteilen. Die Xerxes AG hat 40%, der zweitgrösste Konkurrent 20% Marktanteil. Mit diesem Produkt macht die Xerxes AG 10% ihres Umsatzes.

Bei den mikroprozessoren gesteuerten Kühlsteuerungen besteht ein Marktwachstum von gegenwärtig 5%, wobei Marktanalysten davon ausgehen, dass dieses Wachstum auch in den nächsten Jahren noch anhalten wird. Die Xerxes ist auf diesem Markt mit einem Marktanteil von 8% die Nummer 2 nach der Alpha AG mit 24%.

a) Die nachfolgende Grafik zeigt eine Marktanteils-Marktwachstums-Matrix gemäss der Boston Consulting Group (BCG).

Positioniere **auf dem beiliegenden Lösungsblatt** die Geschäftsfelder der Xerxes AG in der Matrix und trage in die vier Felder die jeweiligen Begriffe ein, mit denen die Produkte in diesen Sektoren bezeichnet werden. (6)



b) Zeige kurz auf, was die Xerxes AG typischerweise mit ihren Geschäftsfeldern in der Zukunft machen sollte, indem Du jeweils Aussagen zur Normstrategie und zur Höhe der damit verbundenen Investitionen machst. (6)

c) Welche Strategie würdest Du bei angespannter Liquiditätslage und einer konservativen (risikoscheuen) Geschäftsleitung empfehlen? Begründe Deine Antwort und zeige je eine wichtige Chance und Gefahr bei Deiner Strategie auf. (4)

1.2 Umweltsphären/Strategie/Marketing-Mix (13)

Sachverhalt für die Aufgaben 1.2-1.3, 2.1-2.4:

Dieter Motschitz hat vor gut zehn Jahren das Energy-Getränk „Red Taurus“ auf den Markt gebracht und erfolgreich in aller Welt vermarktet. Weit über eine Milliarde Getränkedosen werden pro Jahr verkauft. Zielgruppe dieses Getränks sind Jugendliche in ihrer Klubphase.

Nun beweist Dieter Motschitz ein zweites Mal sein Gespür für den Zeitgeist, denn er bringt mit „Kombuthe“ ein Antiprogramm zum chemielastigen Aufputschgetränk für die Technojugend. „Kombuthe“ ist an sich ein uraltes Gärgetränk auf der Basis eines Hefepilzes aus China. Der leicht säuerliche, perlende Saft ist vollkommen natürlich und soll hoch gesund sein. Zielpublikum sind jene, die der Klubphase entwachsen sind und merken, dass sie etwas für ihren Körper tun sollten. „Karriereorientiert, beansprucht, körperorientiert, über dreissig“ - so soll der „Kombuthe“-Käufer aussehen.

Dieter Motschitz ist nicht der einzige, der die Vorzüge des Hefepilzes „Kombuthe“ erkannt hat. Angeblich sollen die Hollywood-Stars Julia Roberts, Catherine Zeta-Jones und René Zellweger „Kombuthe“ täglich trinken und so ihre jugendliche Frische erhalten. „Kombuthe“ ist allerdings nur ein Vertreter der Sparte Wellness-Getränke und die gehört derzeit unter den Softdrinks zu der am schnellsten wachsenden Unterkategorie: Getränke mit zugesetzten Vitaminen, Mineralien oder Biotinen (biologische Wirkstoffe).

Dieter Motschitz sieht sich nach den ersten ermutigenden Tests mit „Kombuthe“ nun vor der Aufgabe in der Schweiz die Produktions- und Abfüllanlagen aufzubauen, die Distribution um dieses neue Getränk zu erweitern sowie die Marketingstruktur für „Kombuthe“ zu entwickeln. Dazu sind verschiedene Problemstellungen zu lösen ...

Dieter Motschitz hat sich vor der Lancierung des neuen Produktes „Kombuthe“ intensiv Gedanken gemacht, ob das Getränk kommerziellen Erfolg haben wird. Zu diesem Zweck hat er im Rahmen einer so genannten SWOT-Analyse (Stärken-Schwächen-Chancen-Gefahren-Analyse) die diversen Umweltsphären untersucht.

- a) Beschreibe kurz eine konkrete Entwicklung in einer der Umweltsphären, welche die Lancierung von „Kombuthe“ positiv beeinflusst, und ordne die von Dir beschriebene Entwicklung der entsprechenden Umweltsphäre zu. (3)
- b) Die fortschreitende Globalisierung (ökonomische Umweltsphäre) bietet einer Getränkeabfüllerin wie der Red Taurus AG grosse Chancen. Beschreibe konkret, wie sich diese Chancen in der Unternehmensstrategie der Red Taurus AG auswirken können. (3)
- c) Nachfolgend wird aus dem Marketing-Mix für das Getränk „Kombuthe“ der Bereich „Price“ beschrieben:

Wie schon beim erfolgreichen Produkt „Red Taurus“ positionieren wir „Kombuthe“ an der Spitze des Preissegmentes von alkoholfreien Getränken, da „Kom-

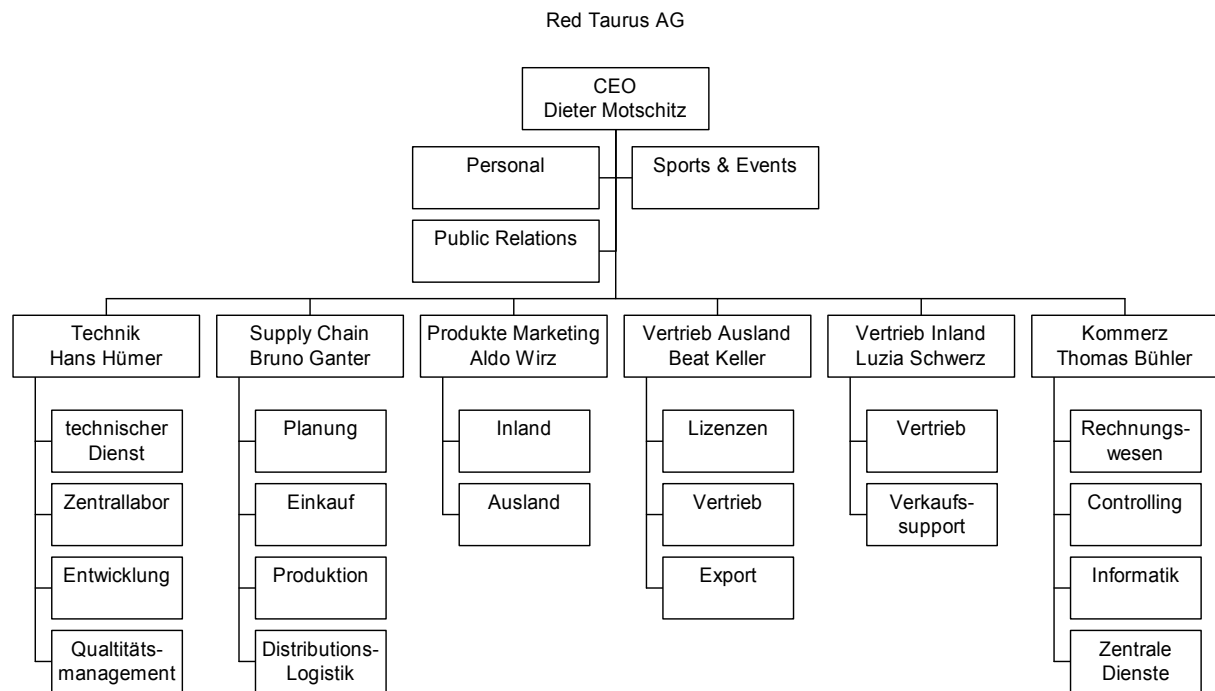
buthe“ einzigartig ist und derzeit keine Konkurrenz hat. Wir sind uns aber bewusst, dass bald Nachahmerprodukte auf dem Markt sein werden, die uns dann wahrscheinlich preislich unterbieten werden; eine Erfahrung, wie wir es bei „Red Taurus“ machten. Wir werden dann aber ganz klar den Konkurrenzkampf nicht auf der preislichen Ebene ausfechten.

Vervollständige den Marketing-Mix, indem Du für die drei weiteren Bereiche je zwei konkrete Aussagen machst. Achte auf die Kohärenz (Widerspruchsfreiheit) Deiner Ausführungen zum „Price“ wie auch zum einführenden Sachverhalt. (7)

1.3 Organisation (14)

Die Red Taurus AG, die „Red Taurus“ für Europa produziert und in der Schweiz vertreibt, hat ihren Sitz in Schönenwerd (SO). Die Red Taurus AG beschäftigt 85 Personen in Schönenwerd. Die Produktion für andere Kontinente und der Vertrieb im Ausland werden durch Lizenzen und Tochtergesellschaften bewältigt, aber doch von Schönenwerd aus koordiniert. Der Umsatz der Red Taurus AG beträgt 360 Mio. Fr. Der weltweite Umsatz von „Red Taurus“ wird auf ca. 1 Mia. Fr. geschätzt.

Die Red Taurus AG mit Sitz in Schönenwerd (SO) und den Markenrechten an „Red Taurus“ hat derzeit folgendes Organigramm:



- Erkläre kurz, was man unter dem Begriff „Kontrollspanne“ versteht. (2)
- Wie groß ist die Kontrollspanne von Dieter Motschitz und welcher Richtwert gilt für die optimale Grösse der Kontrollspanne? (2)
- Beschreibe kurz zwei Umstände, unter denen eine grössere Kontrollspanne vertretbar ist. (2)
- Nenne zwei Besonderheiten bzw. Merkmale, welche eine Stabstelle von einer Linienstelle unterscheidet, und gib ein Beispiel für eine Stabstelle aus dem obigen Organigramm. (3)
- Nach welchen zwei Kriterien wurde die Organisation der Red Taurus AG gegliedert? (2)

f) CEO Dieter Motschitz spürt, dass er im Zusammenhang mit der Produkteinführung von „Kombuthe“ zusehends an seine Leistungsgrenzen kommt und möchte daher die Führung straffen, indem er die direkte Verantwortlichkeit für einige Bereiche abgibt.

Mache drei Änderungsvorschläge für die Organisation der Red Taurus AG, welche den CEO Dieter Motschitz wirksam entlasten würden. (3)

Teil 2: ZGB, OR/Gesellschaftsrecht (54 Punkte)

2.1 Familienrecht/Erbrecht (18)

Daniel Lang, Prokurist in der Informatikabteilung der Red Taurus AG, stirbt unerwartet bei einem Autounfall. In erster Ehe war Daniel mit Claudia verheiratet. Aus dieser Beziehung ging die Tochter Lara hervor. Aus der zweiten Ehe mit Edith stammt das erst jährige Söhnchen Samuel. Zudem lebt Daniel's Mutter Klara noch. Bei der Heirat mit Edith hatte Daniel bereits Fr. 35'000.- Ersparnes; Edith verfügte zu jenem Zeitpunkt über persönliche Gegenstände im Wert von Fr. 90'000.-, darunter einige Gemälde. Während der Dauer dieser zweiten Ehe durfte Edith von einem Onkel aus Amerika eine Schenkung von Fr. 40'000.- entgegennehmen. Durch geschickte Anlage zog Edith aus dieser Schenkung Dividenden im Umfange von Fr. 20'000.-, die auf einem Bankkonto liegen. Daniel konnte während der Ehe mit Edith dank seinem guten Einkommen Fr. 250'000.- zur Seite legen.

- a) Die Eheleute unterstanden dem ordentlichen Güterstand.
Wie heisst dieser? (1 Gesetzesartikel verlangt) (2)
- b) Nimm die güterrechtliche Auseinandersetzung vor. Berechne den güterrechtlichen Anspruch der überlebenden Ehefrau Edith und den Nachlass Daniel's. (3 Gesetzesartikel verlangt) (8)
- c) Daniel hat alle seine gesetzlichen Erben zugunsten seiner Ehefrau Edith auf den Pflichtteil gesetzt.
Nimm die erbrechtliche Teilung vor. Bestimme, wer wieviel erbt. (3 Gesetzesartikel verlangt) (8)

2.2 Vertragsrecht (13)

Fränky Maurer ist Leiter des technischen Dienstes der Red Taurus AG und damit auch für den Einkauf des Heizöls für die Geschäftsliegenschaft zuständig. Er erhielt am 4. April 2003 vom Brennstoffhändler folgendes Flugblatt:

„Profitieren Sie von unseren speziellen Lieferbedingungen, günstiger geht's nicht, trotz Krise am Golf!!

<u>Bestellmenge</u>	<u>Preis pro 100 l</u>
1'000 – 4'000 l	Fr. 44.50 / 100 l
4'001 – 8'000 l	Fr. 42.50 / 100 l
8'001 – 12'000 l	Fr. 40.50 / 100 l

Diese Tarife gelten für Bestellungen bis zum 15. April 2003, verstehen sich inklusive MwSt. und gelten franko Tank. Preisänderungen sind vorbehalten.

Am 14. April 2003 bestellt Fränky Maurer per Geschäftsantwortkarte (GAK) 6'000 l Heizöl beim genannten Brennstoffhändler. Dieser teilt telefonisch mit, dass er aufgrund der unsicheren Lage am Golf und der gestiegenen Preise am Spot-Markt in Rotterdam den Preis um Fr. 2.- pro 100 l erhöhen müsse. Fränky Maurer ist empört und stellt sich auf den Standpunkt, sie hätten einen Kaufvertrag abgeschlossen.

- a) Begründe, ob bereits ein Kaufvertrag abgeschlossen wurde oder nicht. (1 Gesetzesartikel verlangt) (4)
- b) Angenommen der Brennstoffhändler würde anstandslos zu den Konditionen gemäß Flugblatt liefern.
Begründe kurz, wer im vorliegenden Fall die Transportkosten für die Öllieferung tragen (die Red Taurus AG in Schönenwerd oder der Brennstoffhändler) würde. (1 Gesetzesartikel verlangt) (4)
- c) Angenommen, Fränky Maurer habe hinsichtlich Liefertermin auf der Geschäftsantwortkarte folgendes angekreuzt:

Liefertermin:

prompt

Sommer 2003

Der Brennstoffhändler sendet am 16. April 2003 (Empfang bei der Red Taurus AG: 18. April 2003) ein Bestätigungsschreiben, in dem er ankündigt, der Chauffeur werde in den nächsten Tagen einen Liefertermin vereinbaren. Am 26. April 2003 ist immer noch keine Öllieferung eingetroffen. Da der Ölpreis mittlerweile um Fr. 5.- pro 100 l gefallen ist, möchte Fränky Maurer wegen Lieferungsverzugs vom Vertrag zurücktreten.

Begründe, unter welchen Voraussetzungen er dies tun kann. (2 Gesetzesartikel verlangt) (5)

2.3 Vertragsverletzungen (13)

Sofia Loher, Angestellte der Abteilung „Technik“ der Red Taurus AG, bestellte bei der Firma Selectio AG einen Getränkeautomaten für die betriebsinterne Kantine. Sie vereinbarte mit der Selectio AG als Liefertermin den 12. April 2003. Am 10. April 2003 wollte der Monteur der Selectio AG den Automaten liefern und anschließen. Da die Kantine zu dieser Zeit gerade frisch gestrichen wurde, verlangte Loher vom Monteur, dass er den Automaten wieder mitnehme und am 12. April 2003 erneut liefere. Nach Inbetriebnahme am 12. April 2003 stellte Loher fest, dass das Programm für die warmen Getränke nicht funktionierte; der Kaffee tröpfelte deshalb als „Eiskaffee“ in den Becher. Mehrmalige Versuche der Selectio AG, den Mangel zu beheben, fruchteten nichts. Inzwischen ist die Rechnung für den Automaten im Betrag von Fr. 12'000.- eingetroffen.

- a) Begründe, ob Sofia Loher am 10. April 2003 darauf bestehen konnte, dass der Automat später nochmals geliefert wird oder ob es sich um einen Annahmeverzug handelte. (2 Gesetzesartikel verlangt) (5)
- b) Welche Möglichkeiten hat Sofia Loher, wenn der Automat immer noch nicht richtig funktioniert und von der Selectio AG keine Garantie auf den Getränkeautomaten abgegeben wurde? (4 Gesetzesartikel verlangt) (8)

2.4 Gesellschaftsrecht (10)

Um das im Zusammenhang mit der Markteinführung von „Kombuthe“ verbundene Risiko zu minimieren, beschließt Dieter Motschitz, für die Herstellung und den Vertrieb von „Kombuthe“ eine neue Unternehmung zu gründen. Das Eigenkapital dieser Unternehmung soll einerseits von Dieter Motschitz und andererseits von der Red Taurus AG gehalten werden. Das neu zu gründende Unternehmen soll eine eigene Produktionsliegenschaft erwerben, die für das Produkt „Kombuthe“ benötigten Produktionsanlagen im Wert von ca. 25 Mio. Fr. anschaffen und das Produkt selber herstellen. Vertrieb und Vermarktung des Produktes „Kombuthe“ werden von der Red Taurus AG übernommen.

- a) Begründe (zwei Argumente), welche Rechtsform für die zu gründende Unternehmung am geeignetsten ist. (3)
- b) Das Aktienkapital der Red Taurus AG von 65 Mio. Fr. ist eingeteilt in 1'000'000 Namenaktien zu nominell Fr. 10.- und 550'000 Inhaberaktien zu nominell Fr. 100.-. Die Inhaberaktien werden an der Börse gehandelt, während die Namenaktien von Dieter Motschitz gehalten werden. Gemäß Statuten verleiht jede Aktie an der Generalversammlung das Recht auf eine Stimme.
Wie werden die Aktien mit tieferem Nennwert (= Namenaktien) genannt und weshalb besteht wohl das Aktienkapital der Red Taurus AG aus Aktien mit unterschiedlichem Nennwert? (1 Gesetzesartikel verlangt) (3)
- c) Begründe, ob die folgende Bestimmung in den Statuten der Red Taurus AG rechtmässig ist. (1 Gesetzesartikel verlangt) (3)

Art. 24: Übertragbarkeit

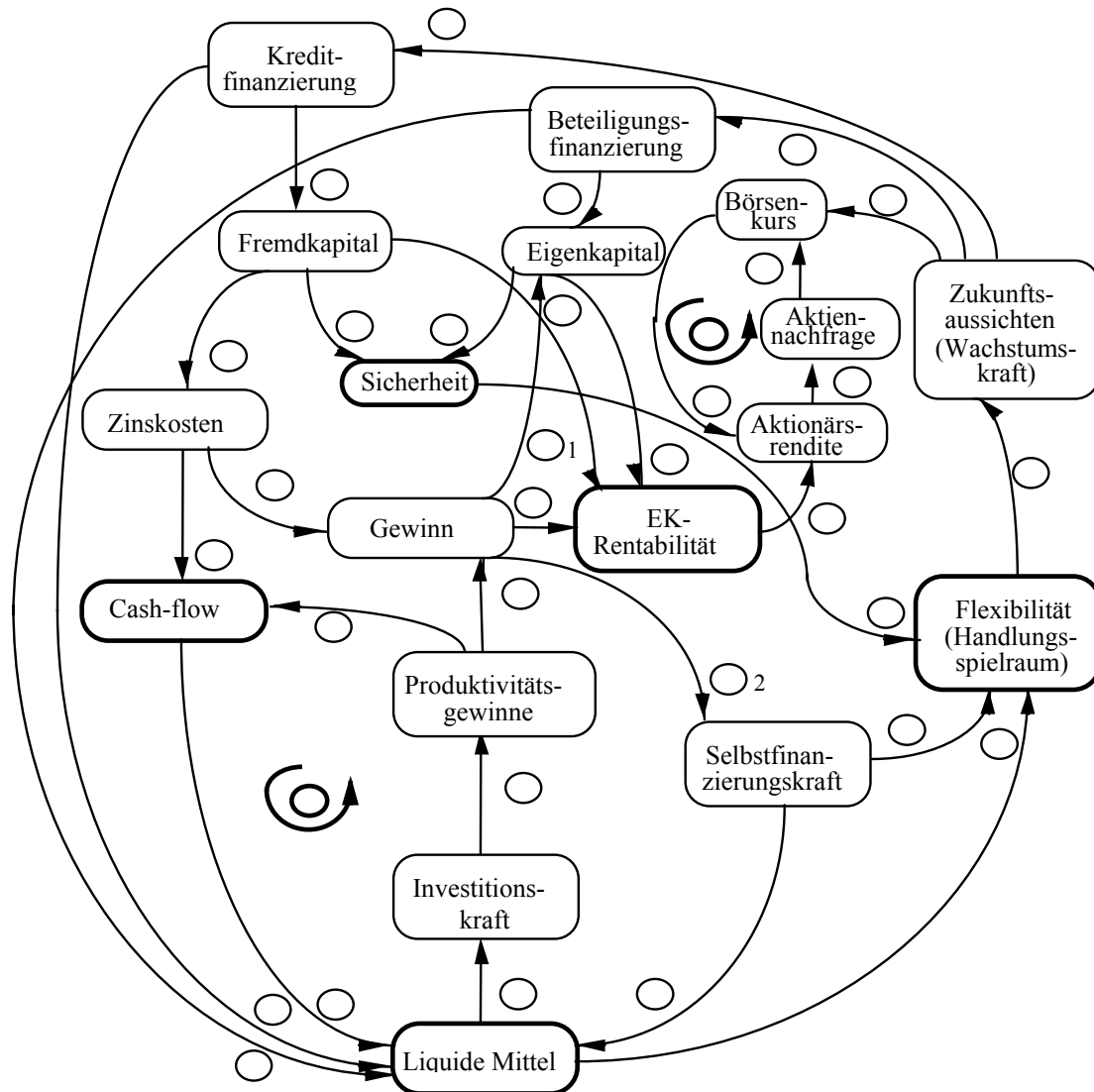
Die Übertragbarkeit der börsenkotierten Inhaberaktien wird beschränkt. Die Red Taurus AG kann einen Erwerber dann ablehnen, wenn er damit mehr als 3% der Aktien auf sich vereinigt.

- d) Wie nennt man eine solche Übertragungsbeschränkung? (1)

Teil 3: Finanzwirtschaftliches Konzept (47)

3.1 Finanzierung/Vernetztes Denken (17)

Das nachfolgende Netzwerk zeigt ein Feedbackdiagramm zum Thema „Unternehmensfinanzierung“.



- Bestimme **auf dem beiliegenden Lösungsblatt** für jeden Zusammenhang, ob es sich um eine gleichgerichtete oder eine entgegengerichtete Beziehung handelt. Trage dazu jeweils die entsprechenden Zeichen (+/-) in die vorgesehenen Felder ein. (10)
- Beschreibe bzw. kommentiere kurz die Zusammenhänge der mit den Ziffern 1 und 2 versehenen Pfeile (die Ziffer 1 zeigt die Beziehung FK -> EK-Rentabilität). (3)
- Im Netzwerk sind zwei zentrale Kreisläufe (fett gedruckt) festgehalten. Bestimme deren Wirkungsrichtung (+/-) und benenne das Thema des jeweiligen Kreislaufs mit einem Begriff. (4)

3.2 Bilanzanalyse/Kennzahlen/Börse (30)

Das Schaffhauser Medizinaltechnik-Unternehmen Jomed entwickelt und produziert sogenannte Stents. Das sind kleine Metallgitter, die in vormals verstopften Blutgefäßen platziert werden, um diese zukünftig offen zu halten. Die Jomed AG weist für die Jahre 2000/2001 folgende zusammengefassten Bilanzen und Erfolgsrechnungen aus:

Bilanzen 2000/2001 (in Mio. €)

	2000	2001		2000	2001
Flüssige Mittel	65	15	Kreditoren	12	13
Debitoren	52	78	Kurzfristige Darlehen/Schulden	27	33
Vorräte	22	48	Langfristige Darlehen/Anleihen	21	25
Beteiligungen	0	3	Rückstellungen	11	13
Anlagen	18	25	Aktienkapital	1	1
Immaterielle Vermögenswerte	284	301	Agio/Reserven	375	394
Sonstiges Anlagevermögen	14	20	Reingewinn	8	11
	<u>455</u>	<u>490</u>		<u>455</u>	<u>490</u>

Erfolgsrechnungen 2000/2001 (in Mio. €)

	2000	2001
Nettoerlös	83	165
Umsatzaufwendungen	-24	-47
Bruttobetriebsergebnis	59	118
Marketing	-33	-57
Verwaltung	-10	-16
Forschung und Entwicklung	-10	-19
Sonstige betriebliche Aufwände/Erträge ¹	+8	0
Betriebsergebnis vor Goodwill-Amortisation (EBITA)	14	26
Goodwill-Amortisation	-5	-14
Betriebsergebnis (EBIT)	9	12
Zinsaufwände/Zinserträge	0	+1
Ergebnis vor Steuern (EBT)	9	13
Steuern	-1	-2
Reingewinn (EAT)	8	11

Zusatzinformationen aus dem Geschäftsbericht:

Operativer Cash-flow (Cash-drain) -8 | -18

¹ Jahr 2000: Gewinn aus Beteiligungsverkauf (+8)

- a) Gib zwei konkrete Beispiele für immaterielle Vermögenswerte. (2)
- b) Im Geschäftsbericht der Jomed AG steht in den Erläuterungen zum Eigenkapital, dass das ausgegebene Grundkapital 273'524 € (in der Bilanz auf 1 Mio. € aufgerundet!), aufgeteilt in 27'352'376 Aktien mit einem Nennwert von 0,01 €, beträgt. Im Jahr 2000 sind der Unternehmung rund 332 Mio. € durch Aktienaussgabe zugeflossen.
Erkläre in diesem Zusammenhang den Begriff „Agio“. (2)

- c) Berechne für beide Jahre je eine aussagekräftige Kennzahl aus den Kennzahlengruppen Liquidität, Kapitalstruktur, Anlagedeckung sowie Rentabilität und beurteile diese aufgrund der Dir bekannten Zielgrößen für diese Kennzahlen. Für die Berechnung der Kennzahlen sind keine Durchschnittswerte zu verwenden; die Resultate sind auf eine Stelle nach dem Komma zu runden. (13)
- d) Am 7. Januar 2003 hat Jomed bekanntgegeben, dass der Umsatz 2001 um 6,8 Mio. € zu hoch ausgewiesen worden sei; am 13. Januar 2003 kam dann die Meldung, dass für 2001 sogar ein Minderumsatz von 15 Mio. resultiere und der Betriebsgewinn (EBIT) dadurch ins Minus rutschen könne. Damit hatte nun auch die Schweiz ihren Buchungsskandal.
 Welche Angaben, Entwicklungen bzw. Anhaltspunkte aus den Jahresrechnungen hätten den gewieften Investor bereits vorher erahnen lassen können, dass die Jomed-Buchhaltung doch nicht so problemlos aussieht und eventuell manipuliert wurde? (4)
 Welche zwei zentralen Aktivitäts-Kennzahlen hätten diese Vermutung zahlenmässig bestätigt?
 Berechne und interpretiere eine dieser Kennzahlen für das Jahr 2001. Für die Berechnung der Kennzahlen sind Durchschnittswerte zu verwenden; die Resultat sind auf eine Stelle nach dem Komma zu runden. (5)
- e) Der Börsengang der Jomed AG an den SWX New Market erfolgte im April 2000. Der Ausgabepreis betrug damals Fr. 42.- pro Aktie. Das Allzeit-Höchst von Fr. 128.75 erreichte die Aktie am 29. September 2000. Nach der Meldung vom 13. Januar 2003 stürzte der Aktienkurs auf Fr. 2.50 ab.
 Nenne je ein Argument, das im April 2000 sowie im Januar 2003 für einen Kauf bzw. einen Nichtkauf von Jomed-Aktien sprach. (4)

Teil 4: Kostenrechnung (36 Punkte)

4.1 Betriebsabrechnungsbogen/Kalkulation (28)

Die Schneiderei Molteni stellt Herren-, Damen- und Kinderkleider her. Aus der Betriebsbuchhaltung des Jahres 2002 sind folgende Zahlen (in Fr. 1'000.-) im Betriebsabrechnungsbogen (BAB) bekannt:

<i>Kostenarten</i>	Aufwand	Abgrenz.	Kosten	<i>Kostenstellen</i>				<i>Kostenträger</i>		
				Lager/ Zu- schneid.	Näherei I	Näherei II	Verw. & Vertr.	Herren- kleider	Damen- kleider	Kinder- kleider
Stoffverbrauch	250		250					116	90	44
Einzellöhne	300		300					120	100	80
Gehälter	64	+48	112	7	9	6	90			
Hilfsmaterial	18		18		9	9				
Miete	84		84	20	24	27	13			
Zinsen	26	+40	66	34	10	16	6			
Abschreibungen	46	-13	33	17	5	8	3			
Sonstiges	51		51	2	3	4	42			
Total Kosten	839	+75	914	80	60	70	154	236	190	124
Uml. Lager/Zuschn.				-80	30	50				
Umlage Näherei I					-90			36	30	24
Umlage Näherei II						-120		48	40	32
HK der Produkt.								320	260	180
Bestandesänd. HF	-2		-2					3	-9	4
HK fertige Prod.								323	251	184
Bestandesänd. FF	12		12					17	-11	6
HK verkauf. Pro.								340	240	190
Uml. Verw. & Vertr.							-154	68	48	38
Selbstkosten	849	+75	924					408	288	228
Erlös	950		950					450	260	240
- Selbstkosten	-849	-75	-924					-408	-288	-228
Erfolg	101	-75	26					42	-28	12

HK = Herstellkosten; HF = Halbfabrikate; FF = Fertigfabrikate

Zusatzinformationen:

- Die Verteilung der Einzellöhne auf die verschiedenen Produkte erfolgt aufgrund der folgenden aufgewendeten Produktionsstunden:

Herrenkleider:	6'000 Stunden
Damenkleider:	5'000 Stunden
Kinderkleider:	4'000 Stunden
<u>Total:</u>	<u>15'000 Stunden</u>

- Die Kosten der einzelnen Kostenstellen werden wie folgt umgelegt:

Lager/Zuschneiderei:	im Verhältnis 3:5 auf die Näherei I und II
Näherei I und II:	prozentual zu den Einzellöhnen
Verwaltung & Vertrieb:	prozentual zu den Herstellkosten

- a) Gib zwei konkrete Beispiele für Hilfsmaterial, das in den Nähereien I und II verbraucht wird. (2)
- b) Begründe die Kostenabgrenzung bei den Gehältern, den Zinsen und den Abschreibungen. (3)
- c) Begründe, wie sich der Bestand der Fertigfabrikate bei den Damenkleidern entwickelt hat. (2)
- d) Nenne zwei weitere mögliche Schlüssel (Mengen-, Wert- oder kombinierte Schlüssel), die geeignet sind, die Gemeinkosten der Nähereien I und II auf die Kostenträger zu verteilen. (2)
- e) Begründe aufgrund der Kostenbelastungen, inwieweit sich die Kostenstelle „Näherei I“ von der Kostenstelle „Näherei II“ unterscheidet. (3)
- f) Berechne die Zuschlagssätze für die Gemeinkosten der Kostenstellen „Näherei I“, „Näherei II“ und „Verwaltung & Vertrieb“. Die Resultate sind auf eine Stelle nach dem Komma zu runden. (3)
- Mit welchem Stundensatz für eine Einzellohnstunde wird bei der Schneiderei Molteni kalkuliert? Das Resultat ist auf fünf Rappen zu runden. (1)
- g) Herr Molteni muss für eine langjährige Kundin eine Offerte für ein Damenkleid erstellen. Er weiss, dass die Konkurrenz das gleiche Kleid für Fr. 360.- anbietet und dass für diese Kundin der Preis eine ausschlaggebende Rolle spielt. Für die Herstellung dieses Damenkleides ist mit einem Stoffverbrauch von Fr. 200.-, mit 2 Einzellohnstunden in der Näherei I sowie 1,5 Einzellohnstunden in der Näherei II zu rechnen.
Kalkuliere mit Hilfe der bei Teilaufgabe f) berechneten Sätzen die Selbstkosten für die Produktion dieses Damenkleides in einer übersichtlichen Form. Das Resultat ist auf fünf Rappen zu runden. (5)
- h) Begründe, ob bzw. unter welchen Voraussetzungen Herr Molteni den Konkurrenzpreis unterbieten soll. (3)
- i) Begründe, welche Überlegungen sich Herr Molteni sowohl aus kostenrechnerischer als auch aus strategischer Sicht generell bei der Damenkonfektion machen sollte. (4)

4.2 Preisuntergrenze/DB (8)

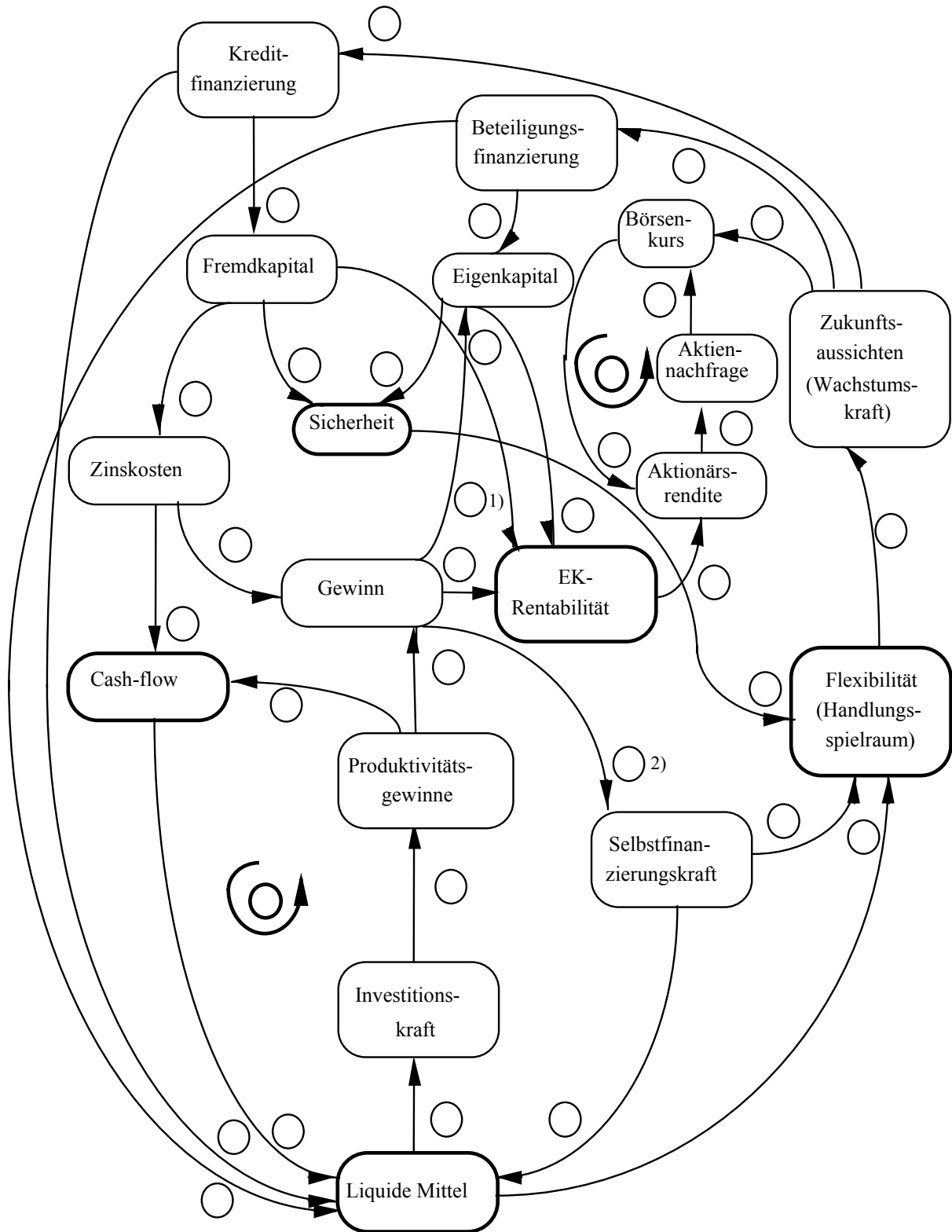
Die Firma Hinterlochen AG stellt das Produkt „Cake“ her. In der letzten Rechnungsperiode wurden davon 60'000 Stück produziert, aber nur 52'000 Stück verkauft. Die anzurechnenden Kosten stellen sich wie folgt zusammen:

- Materialkosten: Insgesamt Fr. 264'000.-, proportional variabel.
 - Übrige Herstellkosten: Insgesamt Fr. 450'000.-, davon Fr. 345'000.- fix, der Rest proportional variabel.
 - Absatzabhängige Kosten: Insgesamt Fr. 109'200.- davon Fr. 65'000.- fix, der Rest proportional variabel. Die Kosten werden dem Erzeugnis nach der verkauften Menge angerechnet.
- a) Berechne in einer übersichtlichen Darstellung (nebeneinander) die langfristige und die kurzfristige Preisuntergrenze je Stück. Das Resultat ist auf fünf Rappen zu runden. (5)
- b) Berechne den Deckungsbeitrag pro Stück, wenn die Hinterlochen AG einen „Cake“ für Fr. 17.- verkauft. Das Resultat ist auf fünf Rappen zu runden. (1)
- c) Wie viele Stück vom Produkt „Cake“ müsste die Hinterlochen AG mindestens verkaufen, damit der Break-even (= Gewinn-/Nutzwelle) erreicht wird? Das Resultat ist auf ganze Stück aufzurunden. (2)

Lösungsblatt zu Aufgabe 3.1 a)/c) (Finanzier./Vernetzt. Denken)

Name:

Klasse:



Lösungsblatt zu Aufgabe 1.1 a) (BCG-Matrix/Strategie)

Name:

Klasse:

