

DIE BÜROTEC GMBH STELLT SICH VOR



Situation:

Die BüroTec GmbH, ein mittelständisches Unternehmen am Niederrhein, produziert moderne Büromöbel. Der Firmensitz befindet sich in Moers in der Anglerstraße 34. Er ist in der Nähe der Autobahn A42 an der Abfahrt Moers-Repelen gelegen. Die BüroTec GmbH vertreibt im Rahmen von B2B-Geschäften¹ Produkte an Unternehmen sämtlicher Branchen. Privatpersonen im B2C-Geschäft zählen bislang nicht zu der anvisierten Zielgruppe. Der Vertrieb der Büromöbel erfolgt auf direktem Absatzweg durch die Verkaufsabteilung sowie durch mehrere Reisende an Kunden in ganz Deutschland. Der Handel ist nicht zwischengeschaltet. Die BüroTec GmbH verzichtet seit einigen Jahren auf einen eigenen Fuhrpark. Bei Bedarf arbeitet sie mit einem Speditions- und Logistikunternehmen zusammen.



Die BüroTec GmbH ist seit mehreren Jahren auf dem Markt für Büromöbel eingeführt und behauptet sich dort relativ erfolgreich gegen mehrere Wettbewerber. Hervorgegangen ist die BüroTec GmbH aus der von Moritz Schmidt 2000 gegründeten Moritz Schmidt Möbelfabrik, die sich mit der Produktion von Möbeln aller Art beschäftigte.

10 Jahre später, im Jahre 2010, entschloss sich Moritz Schmidt dazu, sich mit Michael Schneider und Petra Peters zusammenzutun und sein Unternehmen in eine GmbH umzuwandeln. Gemeinsam kamen die drei Gesellschafter zu der Entscheidung, sich fortan auf die Produktion von Büromöbeln zu spezialisieren.

Die Produkte werden aufgrund der jährlichen Absatzprognose auf Lager gefertigt. Die BüroTec GmbH strebt über das Jahr verteilt eine gleichmäßige Auslastung der Produktion an. Das derzeitige Produktionsprogramm umfasst drei Produktgruppen.

Produktgruppe I : Schreibtische
Produktgruppe II : Bürostühle
Produktgruppe III: Büroschränke



Firmenanschrift:

BüroTec GmbH
Anglerstraße 34
47444 Moers

Telefon, Telefax und E-Mail:

Telefon: 02841 283-0
Telefax: 02841 283-1
E-Mail: info@buerotec.de

Bankverbindung:

Sparkasse am Niederrhein
IBAN: DE41 3545 0000 0369 9908 94
BIC: WELADED1MOR
Postbank Essen
IBAN: DE79 3601 0043 0734 8993 29
BIC: PBNKDEFF360

Innerhalb einer Produktgruppe werden jeweils zwei verschiedene Modelle (Standard/Deluxe) angeboten. Hierdurch ist es möglich, zwei unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen. Bei den Produkten handelt es sich überwiegend um Serienprodukte. Wenn vom Kunden gewünscht, werden jedoch auch Spezialanfertigungen hergestellt. Handelswaren² zur Abrundung der Produktpalette werden derzeit nur in geringem Umfang angeboten.

Die Zahl der Mitarbeiter hat in den vergangenen Jahren aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung stetig zugenommen.

Zurzeit sind 150 Mitarbeiter bei der BüroTec GmbH beschäftigt.

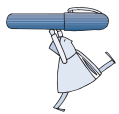
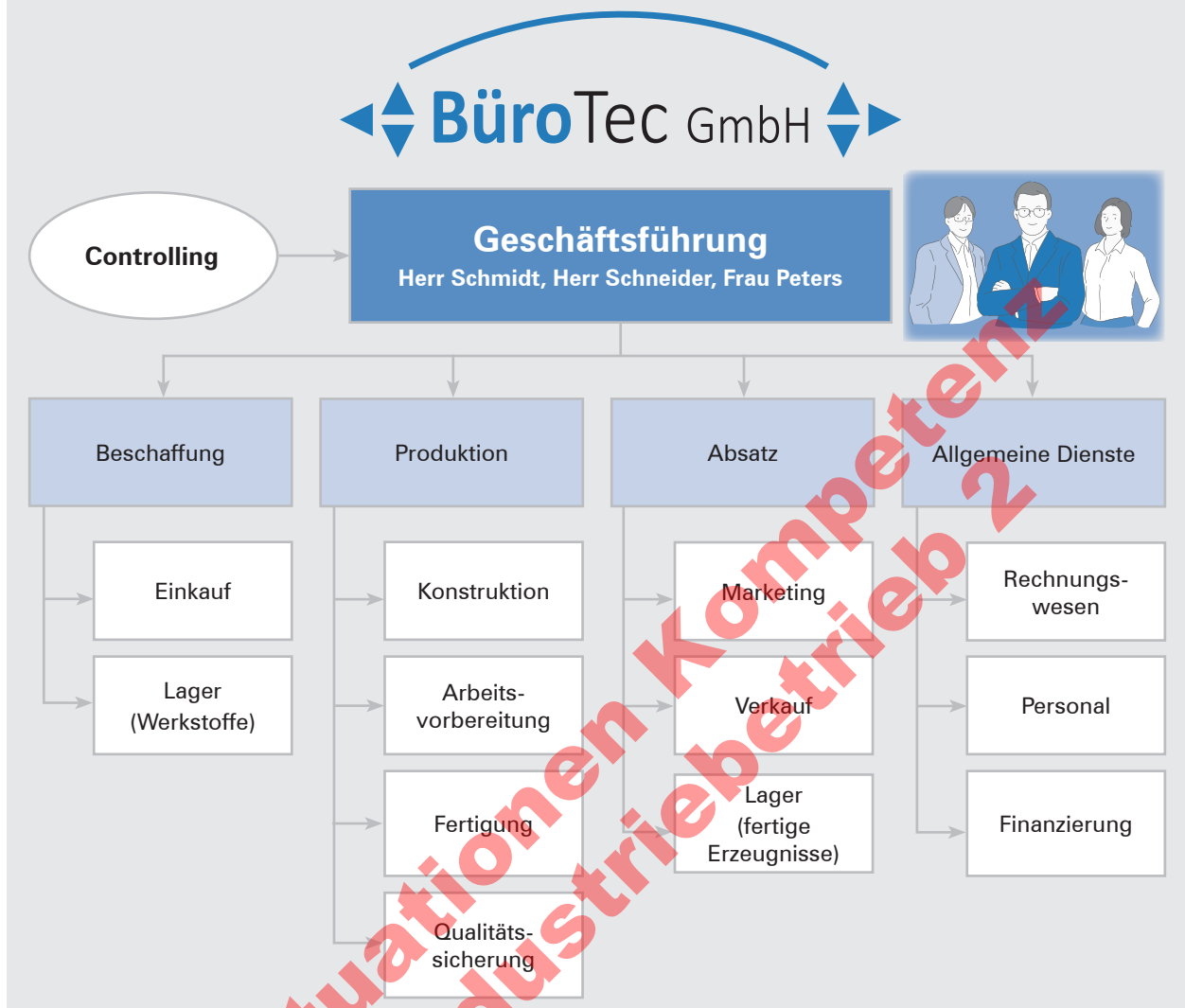
Die BüroTec GmbH ist gemäß dem Stabliniensystem aufgebaut. Die Geschäftsführung wird von den drei Gesellschaftern gemeinsam wahrgenommen.

Der Geschäftsführung unterstehen die vier Bereichsleiter. Diese sind gegenüber den Abteilungsleitern ihrer Bereiche weisungsbefugt, Letztere wiederum dürfen nur ihren Mitarbeitern Weisungen erteilen.

¹ B2B = Business to Business / B2C = Business to Consumer

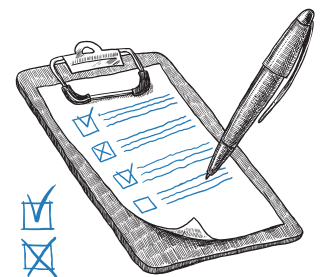
² Handelswaren sind Erzeugnisse, die ohne weitere Bearbeitung weiterverkauft werden. Es handelt sich häufig um Zubehör zu den eigenen Erzeugnissen.

Das nachfolgende Organigramm verdeutlicht die Aufbauorganisation der BüroTec GmbH:



Arbeitsauftrag:

Verschaffen Sie sich einen Überblick über die BüroTec GmbH. Nutzen Sie hierzu das Auswertungsformular auf der folgenden Seite.



**Material: Auswertungsformular****Auswertung**

1. Unternehmensart: _____

2. Branche: _____

3. Produktionsprogramm: _____

_____4. Gesellschaftsform
(Rechtsform): _____5. Gesellschafter: _____

6. Gründungsjahr: _____

7. Hervorgegangen aus: _____

8. Standort: _____

9. Verkaufsgebiet: _____

10. Vertriebsweg: _____

11. Kundenzielgruppe: _____

12. Fertigung: _____

13. Zahl der Mitarbeiter: _____

14. Aufbauorganisation: _____

Lernsituationen Kompetenz
im Industriebetrieb 2

1 Ziele und Aufgaben des Produktionsbereichs kennenlernen

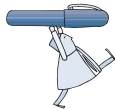


Situation:

Ilkay Kabak und Meike Fuchs, Auszubildende der BüroTec GmbH, haben im ersten Jahr ihrer Ausbildung den Verkauf, das Rechnungswesen und den Einkauf kennengelernt. Nun sollen sie ab heute im Produktionsbereich eingesetzt werden. Herr Schirmer, der Bereichsleiter der Produktion, begrüßt die beiden Auszubildenden in seinem Büro.



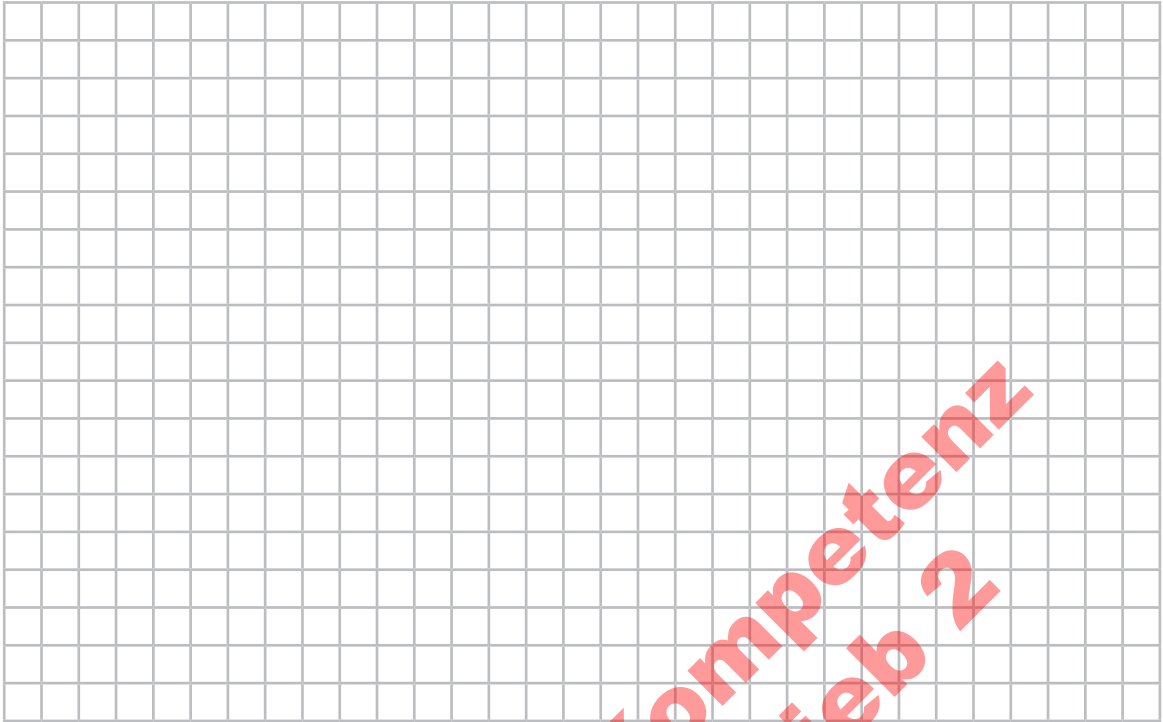
- Herr Schirmer:** Guten Morgen, schön dass Sie hier sind. Heute möchte ich Ihnen zunächst einmal ein wenig über unseren Produktionsbereich erzählen. Er ist sozusagen die Herzkammer unseres Unternehmens. Hier werden die Büromöbel gefertigt, mit denen wir seit Jahrzehnten auf dem Markt erfolgreich sind.
- Herr Kabak:** Im Lauf der Jahre hat sich bestimmt einiges in der Produktion verändert, oder?
- Herr Schirmer:** So ist es. In der heutigen Zeit wird die Fertigung immer mehr über Computer gesteuert. Von Hand gesteuerte Maschinen kommen kaum noch zum Einsatz.
- Frau Fuchs:** Können wir uns die Fertigung mal anschauen?
- Herr Schirmer:** Natürlich. Aber zuvor möchte ich mit Ihnen über unsere Aufgaben und Ziele sprechen, die wir uns in unserer Abteilung gesetzt haben.
- Herr Kabak:** Bestimmt spielt die Qualität eine große Rolle.
- Herr Schirmer:** Das ist richtig. Aber nicht nur die. Was denken Sie, welche Ziele verfolgen wir noch?
- Frau Fuchs:** Ich würde sagen, ...



Arbeitsaufträge:

- Nehmen Sie an, Sie sind bei BüroTec GmbH als Mitarbeiter im Produktionsbereich eingestellt worden. Nennen Sie Tätigkeiten, die in diesem Bereich anfallen, und tragen Sie sie in die nachfolgende Tabelle ein.

Tätigkeiten im Bereich Produktion/Leistungserstellung	
Nr.	Tätigkeiten
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	



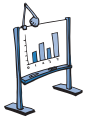
2. Vervollständigen Sie folgende Merksätze:

Eine hohe _____ hat _____ Loswechsel zur Folge. Daher sind die Rüstkosten _____, die _____ hingegen hoch.

Eine _____ Losgröße führt zu häufigen _____. Die _____ sind daher hoch, die Lagerhaltungskosten dagegen _____.

3. Der BüroTec GmbH wird ein Lagersystem angeboten, durch das die Lagerhaltungskosten um 25% gesenkt werden können. Weisen Sie rechnerisch nach, welche Konsequenzen sich durch den Einsatz des neuen Lagersystems im Hinblick auf die optimale Losgröße ergeben.





Material 1: Interne Mitteilung

Interne Mitteilung



an: Herrn Pudenz (Fertigung)

von: Kai Seeger

Abteilung: Fertigung

Datum: 05.05.20..

Zeichen: se

Informationen zum Bürodrehstuhl Tergo

Jährliche Fertigungsmenge: 2.000 Stück
(Absatzprognose für das laufende Jahr gemäß Herrn Bours)

Herstellkosten je Stück: 600,00 €

Rüstkosten je Loswechsel: 320,00 €

Lagerhaltungskostensatz: 20% (gemäß Aussage von Herrn Breuer)

Mit freundlichen Grüßen

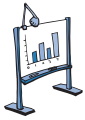
Kai Seeger



Material 2: Entscheidungstabelle

Losgröße	Anzahl der Lose	Rüstkosten je Loswechsel in €	Rüstkosten (gesamt) in €	Durchschnittlicher Lagerbestand in Stück	Durchschnittlicher Lagerbestand in €	Lagerhaltungskosten in €	Gesamtkosten der Losgröße in €
2.000							
1.000							
500							
400							
200							
100							
50							
20							
10							

Die optimale Losgröße laut Entscheidungstabelle liegt bei _____ !



Material: Handbuch Produktion

Kapitel Optimale Losgröße



Die Ermittlung der optimalen Losgröße

Werden Erzeugnisse in Serienfertigung hergestellt und ist die jährliche Fertigungsmenge bekannt, stellt sich die Frage, ob sie auf einmal oder in mehreren Teilmengen gefertigt werden soll. Die pro Fertigungsgang hergestellte Menge bezeichnet man als Losgröße. Die Beantwortung der eingangs gestellten Frage ist aus Kostengesichtspunkten von den anfallenden Rüst- und Lagerhaltungskosten abhängig. Rüstkosten, auch Loswechselkosten genannt, entstehen, wenn die Fertigungsmaschinen auf die Erfordernisse der neu zu fertigenden Serie umgestellt werden. Ist die Losgröße hoch, sind die Rüstkosten gering, da sich der Loswechsel nicht so oft wiederholt. Gleichzeitig sind jedoch die Lagerhaltungskosten hoch, da größere Mengen gelagert werden müssen. Ist die Losgröße niedrig, sind die Rüstkosten hoch, die Lagerhaltungskosten hingegen niedriger. Die optimale Losgröße ist demnach die Menge, bei der die Summe aus Rüstkosten und Lagerhaltungskosten am niedrigsten ist.



Die **optimale Losgröße** kann auf zweifache Weise ermittelt werden:

1. Tabellarisch unter Anwendung folgender Berechnungshilfen:

Ø Lagerbestand in Einheiten: $\frac{\text{Losgröße}}{2}$

Ø Lagerbestand in €: Ø Lagerbestand in Einheiten · Herstellkosten je Einheit

Lagerhaltungskosten in €: Ø Lagerbestand in € · Lagerhaltungskostensatz²

2. Rechnerisch nach folgender Formel:

$$\sqrt{\frac{200 \cdot \text{jährliche Fertigungsmenge} \cdot \text{Rüstkosten}}{\text{Herstellkosten je Einheit} \cdot \text{Lagerhaltungskostensatz}}}$$

¹ In den Lagerhaltungskosten sind sowohl variable als auch fixe Kostenbestandteile enthalten. Wenn die Lagerhaltungskosten als %-Satz (Lagerhaltungskostensatz) vom Ø Lagerbestand berechnet werden, handelt es sich jedoch um variable Kosten, da ja die Höhe des Ø Lagerbestands die ausschlaggebende Größe ist.

² Den Lagerhaltungskostensatz erhält man, wenn man die Lagerhaltungskosten ins Verhältnis zum durchschnittlichen Lagerbestand in € setzt. Er ist generell ein Prozentsatz (beispielsweise 15%). Im Rahmen der Berechnungsformel verwendet man jedoch nur ganze Zahlen (beispielsweise 15).

12 Die Produktion steuern

**Situation:**

Eine Woche nach Abgabe des Angebots an die Pro Secura AG sitzen Herr Mischke, Bereichsleiter Absatz, Herr Schirmer, Bereichsleiter Produktion, und einige Abteilungsleiter zusammen, um die aktuelle Lage zu besprechen.

Frau Borgers: Ich habe gute Nachrichten. Heute Morgen hat uns die Pro Secura AG den Auftrag über die Fertigung der zehn Schreibtische erteilt.

Herr Schirmer: Gratuliere! Vielleicht haben wir gerade einen Großkunden hinzugewonnen.

Herr Weber: Das wäre wirklich sehr erfreulich. Ich werde unverzüglich meine Mitarbeiter damit beauftragen, die benötigten Werkstoffe zu bestellen, damit wir mit der Fertigung beginnen können.

Herr Mischke: Gut, Herr Weber, bitte benachrichtigen Sie Herrn Schirmer, wenn die Werkstoffe eingetroffen sind, damit er alles Weitere in die Wege leiten kann.

Zwei Wochen später erhält Herr Schirmer die Nachricht, dass alle benötigten Werkstoffe eingetroffen sind. Nachdem er sichergestellt hat, dass auch alle benötigten Arbeitspläne, Stücklisten und Zeichnungen zur Verfügung stehen, gibt er den Auftrag der Pro Secura AG zur Fertigung frei.

**Arbeitsaufträge:**

1. Verschaffen Sie sich mithilfe des Informationstextes (Material 1) einen Überblick über die Aufgaben der Produktionssteuerung und erstellen Sie eine entsprechende Übersicht. Nutzen Sie hierzu die zur Verfügung stehende Vorlage (Material 2).

2. Herr Pudenz, Leiter der Fertigungsabteilung, bittet seinen Mitarbeiter Herrn Dahl, die Maschinenbelegungsplanung für die drei nebenstehenden Fertigungsmaschinen durchzuführen.

Derzeit stehen die drei nebenstehenden Aufträge an. Gemäß Entscheidung der Geschäftsführung soll der Auftrag A2 (Pro Secura) vorrangig bearbeitet werden. Er erhält die Priorität 1.

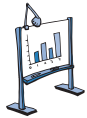
Die beiden übrigen Aufträge sind gleichrangig zu behandeln. Kurze Zeit später erhält Herr Sanders die von Herrn Dahl durchgeführte Maschinenbelegungsplanung (Material 3) zwecks Überprüfung. „Nun“, denkt Herr Sanders, „das lässt sich doch noch optimieren!“

Bearbeiten Sie folgende Aufgaben anhand der Maschinenbelegungsplanung von Herrn Dahl:

2.1 Entscheiden Sie, in welcher Reihenfolge die drei Maschinen für die einzelnen Aufträge benötigt werden und tragen Sie dies in die nachfolgende Tabelle ein.

Hinweis: Die von Herrn Dahl festgelegte Reihenfolge ist zwingend vorgeschrieben.

Aufträge	Maschinenreihenfolge		
	1.	2.	3.
A1			
A2			
A3			



Material 5: Daten aus der Werkstatt „Lackieren und Trocknen“

Maschinenreihenfolge je Auftrag

Aufträge	Maschinenreihenfolge							
	1.		2.		3.		4.	
	Masch.	Zeit	Masch.	Zeit	Masch.	Zeit	Masch.	Zeit
A1	LA2	40 Min.	TG3	40 Min.	SP4	40 Min.	TG3	20 Min.
A2	LA2	60 Min.	TG3	20 Min.				
A3	SP4	40 Min.	LA2	20 Min.	TG3	40 Min.		
A4	SP4	40 Min.	TG3	10 Min.				

Legende: LA2 = Lackierautomat 2 / TG3 = Trocknungsgerät 3 / SP4 = Spritzpistole 4

Belegungszeiten (B-Zeiten)

Lackierautomat 2 (LA2)		Trocknungsgerät (TG3)		Spritzpistole (SP4)	
Auftrag	B-Zeit	Auftrag	B-Zeit	Auftrag	B-Zeit
Gesamt		Gesamt		Gesamt	

Maschinenbelegungsplan 1

Maschinenbelegungsplan für die 23. Kalenderwoche in der Werkstatt „Lackieren und Trocknen“																					
Maschinen	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110	120	130	140	150	160	170	180	190	200	
LA2																					
TG3																					
SP4																					

Maschinenbelegungsplan 2 (wenn nötig)

Maschinenbelegungsplan für die 23. Kalenderwoche in der Werkstatt „Lackieren und Trocknen“																					
Maschinen	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110	120	130	140	150	160	170	180	190	200	
LA2																					
TG3																					
SP4																					

13 Produktionscontrolling durchführen



Situation:

Aufgrund des zunehmenden Wettbewerbsdrucks in der Büromöbelbranche hat die BüroTec GmbH im abgelaufenen Geschäftsjahr vielfältige Maßnahmen ergriffen, um die Produktionsprozesse zu optimieren. Durch ein Anfang Januar stattfindendes Produktionscontrolling soll nun überprüft werden, ob die Maßnahmen erfolgreich waren. Zu diesem Zweck sind verschiedene Kennzahlen zu ermitteln und mit den Zahlen aus dem Vorjahr zu vergleichen.



Arbeitsaufträge:

1. Ermitteln Sie im Rahmen des Produktionscontrollings sowohl für das abgelaufene Geschäftsjahr (Jahr 02) als auch für das Vorjahr (Jahr 01) die unten aufgeführten Kennzahlen und tragen Sie diese in die entsprechende Spalte ein. Runden Sie die Ergebnisse auf zwei Stellen hinter dem Komma (Ausnahmen: Arbeitsproduktivität I und Kapitalproduktivität auf vier Stellen hinter dem Komma).
 - 1.1 Arbeitsproduktivität I (bezogen auf die geleisteten Arbeitsstunden)
 - 1.2 Arbeitsproduktivität II (bezogen auf die vorhandenen Mitarbeiter)
 - 1.3 Kapitalproduktivität
 - 1.4 Wirtschaftlichkeit
 - 1.5 Eigenkapitalrentabilität
 - 1.6 Gesamtkapitalrentabilität
 - 1.7 Prozessqualität
 - 1.7.1 Zeitgerecht ausgeführte Fertigungsaufträge
 - 1.7.2 Entwicklung der Durchlaufzeit
 - 1.7.3 Entwicklung der Bearbeitungszeit
 - 1.7.4 Entwicklung der Transportzeit
 - 1.7.5 Entwicklung der Liegezeit

Kennzahlen	Jahr 01	Jahr 02	Ergebnis des Vergleichs in %
Arbeitsproduktivität I _(Arbeitsstunden)			
Arbeitsproduktivität II _(Mitarbeiter)			
Kapitalproduktivität			
Wirtschaftlichkeit			
Eigenkapitalrentabilität			
Gesamtkapitalrentabilität			
Zeitgerecht ausgeführte Fertigungsaufträge			
Entwicklung der Durchlaufzeit	100 %		
Entwicklung der Bearbeitungszeit	100 %		
Entwicklung der Transportzeit	100 %		
Entwicklung der Liegezeit	100 %		
Fazit			

2. Vergleichen Sie die Ergebnisse der BüroTec GmbH mit den Durchschnittswerten der Büromöbelbranche für das abgelaufene Geschäftsjahr (Jahr 02).

Kennzahlen	Branche	Ergebnis des Vergleichs in %
Arbeitsproduktivität I		
Arbeitsproduktivität II		
Kapitalproduktivität		
Wirtschaftlichkeit		
Eigenkapitalrentabilität		
Gesamtkapitalrentabilität		
Fazit		

1 Das Logistikkonzept der BüroTec GmbH kennenlernen



Situation:

Ilkay Kabak und Meike Fuchs, Auszubildende der BüroTec GmbH, haben in den ersten Monaten ihrer Ausbildung den Verkauf und das Rechnungswesen kennengelernt. Nun sollen sie im Werkstofflager eingesetzt werden. Herr Balzer, Leiter der Abteilung, nimmt die beiden in Empfang und bittet sie in sein Büro.



Herr Balzer: Guten Morgen, Frau Fuchs und Herr Kabak. Ich freue mich, Sie kennenzulernen. Ich habe mir gedacht, ich erzähle Ihnen zunächst mal etwas über die logistischen Prozesse bei uns. Wie Sie ja wissen, produzieren wir an unserem Firmensitz in Moers Schreibtische, Bürostühle und Büroschränke. Hierfür benötigen wir unterschiedliche Werkstoffe, wie z. B. Holzwerkstoffe, Aluminium und Stoffbezüge.

Herr Kabak: Eine Frage, kommen die Werkstoffe eigentlich alle aus Deutschland?

Herr Balzer: Größtenteils ja. 80 % werden in Deutschland eingekauft. Fast 20 % stammen aus dem europäischen Ausland, einige wenige aus Drittländern.

Frau Fuchs: Und was passiert, wenn die Werkstoffe angeliefert werden?

Herr Balzer: Das will ich Ihnen gerne an einem Beispiel erläutern. Für die Produktion unserer Schreibtische benötigen wir u. a. große Mengen an Arbeitsplatten, die bei verschiedenen Lieferanten eingekauft werden. Diese werden auf Paletten per Lkw angeliefert und nach der Wareneingangskontrolle i. d. R. mithilfe eines Gabelstaplers zum Werkstofflager transportiert und dort eingelagert.

Frau Fuchs: Ich war überrascht, wie groß unser Werkstofflager ist.

Herr Balzer: Unser altes Lager war zu klein. Daher haben wir vor Kurzem ein neues Lager gebaut. Um Platz zu sparen, haben wir uns für ein 12 m hohes Hochregallager entschieden.

Herr Kabak: Ganz schön hoch. Wie kommt man denn an die oberen Regalfächer?

Herr Balzer: Dafür haben wir spezielle Hochregalstapler angeschafft, die auch an unser höchstes Regal herankommen. Nun aber zurück zu den Arbeitsplatten. Werden diese für die Produktion der Schreibtische benötigt, werden sie i. d. R. mit normalen Gabelstaplern zur Werkstatt Sägen transportiert. Dort werden die Arbeitsplatten dann in den benötigten Abmessungen zugeschnitten.

Frau Fuchs: Und wie geht es weiter?

Herr Balzer: Danach werden die Arbeitsplatten zur Werkstatt Fräsen transportiert. Dort geben Fräsmaschinen den viereckigen Arbeitsplatten die gewünschte Form, so werden z. B. die Ecken abgerundet. Im Anschluss daran werden sie in die Werkstatt Bohren gebracht, in der die Arbeitsplatten mit Bohrungen für die spätere Montage der Tischgestelle versehen werden.

Frau Fuchs: Erfolgt der Transport zwischen den Werkstätten auch mit Gabelstaplern?

Herr Balzer: Nein. Hier kommen überwiegend Förderbänder zum Einsatz. Sind die Arbeitsplatten fertig bearbeitet, werden sie meist per Gabelstapler zu einem Zwischenlager gebracht, wo sie mit kurzer Zeitverzögerung auf die in anderen Werkstätten gefertigten Tischgestelle aus Aluminium treffen.

Herr Kabak: Und dann?

Herr Balzer: Im nächsten Schritt werden die Arbeitsplatten und Tischgestelle mit Gabelstaplern in die Werkstatt Montage transportiert und dort miteinander verbunden. In der Montage

haben wir auch ein kleines Handlager eingerichtet, in dem oft verwendete Kleinteile, wie Schrauben und Muttern gelagert werden.

Sind die Schreibtische dann fertig montiert, werden sie per Gabelstapler ins Lager für fertige Erzeugnisse, dem sogenannten Auslieferungslager, transportiert und dort bis zum Verkauf eingelagert. Hierbei nutzen wir ein 7 m hohes, sogenanntes Hochflachlager.

Frau Fuchs: Jetzt müssen wir die Schreibtische nur noch verkaufen.

Herr Balzer: Richtig, aber dafür sind natürlich andere Abteilungen zuständig. Wir kommen erst wieder ins Spiel, wenn eine Kundenbestellung vorliegt. Ist das der Fall, wird die Lieferung kommissioniert und versandfertig gemacht.

Herr Kabak: Und wie gelangen die Schreibtische dann zu unseren Kunden?

Herr Balzer: Da wir keinen eigenen Fuhrpark haben, nutzen wir die logistischen Dienstleistungen eines Speditionsunternehmens. Der Transport zu den Kunden in ganz Deutschland erfolgt meist per Lkw.



Arbeitsaufträge:

1. Beschreiben Sie anhand der Informationen aus der Situation das Logistikkonzept bei der BüroTec GmbH.

Logistikkonzept bei der BüroTec GmbH		
Mit welchem Verkehrsmittel werden die benötigten Werkstoffe angeliefert?	<input type="checkbox"/> Bahn <input type="checkbox"/> Binnenschiff <input type="checkbox"/> Seeschiff	<input type="checkbox"/> Lkw <input type="checkbox"/> Flugzeug <input type="checkbox"/> kombinierter Verkehr
Woher stammen die Werkstoffe?	<input type="checkbox"/> Inland (zu 80 %)	<input type="checkbox"/> Ausland (zu 20 %)
Welche verschiedenen Lager gibt es bei der BüroTec GmbH?	➤ _____ ➤ _____	➤ _____ ➤ _____
Welche Art Regale kommen im Werkstofflager zum Einsatz?	<input type="checkbox"/> Hochregale	<input type="checkbox"/> Hochflachregale
Wie werden die Regale im Werkstofflager befüllt?	<input type="checkbox"/> Hochregalstapler	<input type="checkbox"/> Gabelstapler
Wie werden die Werkstoffe vom Lager zu den Produktionsstätten transportiert?	<input type="checkbox"/> Kräne <input type="checkbox"/> Förderbänder	<input type="checkbox"/> Gabelstapler <input type="checkbox"/> Sackkarre
Welche Fördermittel kommen beim Transport von Werkstatt zu Werkstatt zum Einsatz?	<input type="checkbox"/> Kräne <input type="checkbox"/> Förderbänder	<input type="checkbox"/> Gabelstapler <input type="checkbox"/> Sackkarre
Welche Art Regale kommen im Lager für fertige Erzeugnisse zum Einsatz?	<input type="checkbox"/> Hochregale	<input type="checkbox"/> Hochflachregale
Mit welchem Verkehrsmittel werden die fertigen Büromöbel an die Kunden ausgeliefert?	<input type="checkbox"/> Bahn <input type="checkbox"/> Binnenschiff <input type="checkbox"/> Seeschiff	<input type="checkbox"/> Lkw <input type="checkbox"/> Flugzeug <input type="checkbox"/> kombinierter Verkehr

5 Den Standort für ein Auslieferungslager bestimmen



Situation:

Die BüroTec GmbH unterhält am Firmensitz in Moers ein großes Lager für fertige Erzeugnisse, von dem bislang die Kunden in ganz Deutschland beliefert wurden. Um die Kunden im Norden Deutschlands schneller beliefern zu können, überlegt die Geschäftsführung, dort ein Auslieferungslager zu errichten. Herr Franke und Frau Jarek, zwei Mitarbeiter aus dem Absatzbereich, werden damit beauftragt, einen geeigneten Standort für das Auslieferungslager ausfindig zu machen. Sie vereinbaren, sich zunächst getrennt auf die Suche zu begeben. Eine Woche später klingelt bei Frau Jarek das Telefon.



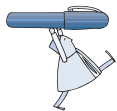
Herr Franke: Guten Morgen, Frau Jarek. Ich glaube, ich bin fündig geworden. In Hamburg scheint ein für uns geeignetes Grundstück inkl. der benötigten Lagerhallen zur Verfügung zu stehen.

Frau Jarek: Eine gute Nachricht. Da haben wir ja die Qual der Wahl, denn auch ich habe ein geeignetes Objekt ausfindig gemacht, und zwar in Schwerin.

Herr Franke: Nun, dann sollten wir ausrechnen, welche Kosten bei beiden Alternativen auf uns zukommen.

Frau Jarek: Ganz meine Meinung, allerdings sollten wir neben den Kosten auch noch andere Kriterien in unsere Überlegungen mit einbeziehen.

Herr Franke: Einverstanden. Lassen Sie uns die zur Verfügung stehenden Informationen auswerten und anschließend darüber entscheiden, welche Alternative wir unserer Geschäftsführung vorschlagen wollen.



Arbeitsaufträge:

1. Nennen Sie Kriterien, die Frau Jarek und Herr Franke bei ihrer Standortbestimmung berücksichtigen sollten.

Standortfaktoren „Auslieferungslager“

➔	

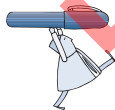
8 Den Gütertransport organisieren

**Situation:**

Nach intensiven Beratungen hat sich die Geschäftsführung der BüroTec GmbH hinsichtlich des neuen Auslieferungslagers in München für ein Fremdlager entschieden. Die Lagerhaltung soll in die Hände des Logistikdienstleisters Mischke KG gelegt werden. Nun ist die Transportfrage zu klären. Aus diesem Grund telefoniert der Marketingleiter, Herr Bours, mit Herrn Bloch, dem zuständigen Mitarbeiter bei der AXO Logistik KG, der Hausspedition der BüroTec GmbH.



- Herr Bours:** Herr Bloch, wir wollen unseren Kunden möglichst kurze Lieferzeiten bieten. Daher soll der süddeutsche Raum zukünftig von München aus beliefert werden. Den Lieferservice von München zu den Kunden wird der dortige Logistikdienstleister übernehmen. Die Frage ist nun, wie soll der Transport nach München organisiert werden?
- Herr Bloch:** Grundsätzlich stehen da mehrere Alternativen zur Auswahl.
- Herr Bours:** Vor einiger Zeit habe ich gelesen, dass das Binnenschiff eine kostengünstige Alternative darstellt.
- Herr Bloch:** Das ist zwar richtig, aber aufgrund der nicht vorhandenen Infrastruktur kommt das Binnenschiff in diesem Fall nicht infrage. Welche Mengen sollen denn wie oft versendet werden?
- Herr Bours:** Gemäß unseren Planungen wollen wir das Lager in München zweimal im Monat beliefern. Das jeweilige Ladegewicht wird ca. 9 t betragen.
- Herr Bloch:** Gut, ich denke, hier kommt eh nur der Lkw oder der multimodale, sprich kombinierte Verkehr, mit Lkw und Bahn infrage.
- Herr Bours:** Ist der Lkw denn nicht immer kostengünstiger?
- Herr Bloch:** Nicht unbedingt. Und abgesehen davon, spielen auch noch andere Kriterien eine Rolle. Ich schlage vor, Sie schicken mir eine Auflistung mit allen Informationen, die für mich wichtig sind, und ich unterbreite Ihnen Ende der Woche einen entsprechenden Vorschlag.
- Herr Bours:** Gut, Herr Bloch. Ich schicke Ihnen noch heute die benötigten Informationen.
- Herr Bloch:** Gut, Herr Bours. Dann bis Freitag.

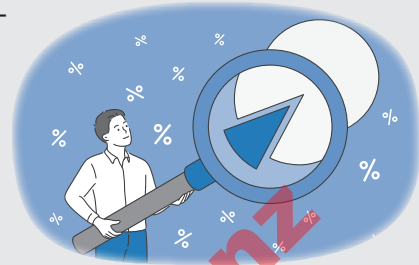
**Arbeitsaufträge:**

1. Erläutern Sie, aus welchen Gründen im vorliegenden Fall außer dem Lkw und dem kombinierten Verkehr Lkw/Bahn keine anderen Verkehrsmittelalternativen infrage kommen. Nutzen Sie hierzu Material 5 und 6.

9 Logistische Prozesse mithilfe von Lagerkennzahlen optimieren

**Situation:**

Die BüroTec GmbH beabsichtigt, dem zunehmenden Wettbewerbsdruck in der Büromöbelbranche unter anderem dadurch zu begegnen, dass die Lagerhaltung im Werkstoffbereich hinsichtlich vorhandener Einsparmöglichkeiten durchleuchtet werden soll. Zu diesem Zweck sollen im Rahmen eines Bestandscontrollings für sämtliche auf Lager liegenden Werkstoffe Lagerkennziffern ermittelt und ausgewertet werden.

**Exemplarische Lagerdatei: Stand 01/20..**

Werkstoffbezeichnung		Arbeitsplatte „kunststoffbeschichtet“, lichtgrau (E3-Spanplatte)	Aktueller Lieferant		Erdmann KG
Teilenummer		480 250	Lieferzeit		7 Tage
Lagerplatz-Nr.		3022	Sicherheitsbestand		80 St.
Datum	Beleg	Zugang	Abgang	Bestand	Bestellung
01.01.	Inventur			200	
03.01.	ME 24 130		20	180	.
25.01.	ME 24 152		30	150	300
04.02.	BE 22 289	300		450	
15.02.	ME 24 185		50	400	
25.02.	ME 24 198		60	340	
07.03.	ME 24 221		60	280	
30.03.	ME 24 229		50	230	
08.04.	ME 24 232		40	190	
18.04.	ME 24 249		40	150	300
01.05.	ME 24 271		50	100	
02.05.	BE 22 349	300		400	
10.05.	ME 24 276		60	340	
25.05.	ME 24 287		50	290	
02.06.	ME 24 310		40	250	
27.06.	ME 24 350		30	220	
25.07.	ME 24 380		70	150	300
01.08.	BE 22 420	300		450	
03.08.	ME 24 399		90	360	
10.08.	ME 24 410		60	300	
17.08.	ME 24 433		30	270	
02.09.	ME 24 455		70	200	
09.09.	ME 24 471		50	150	300
16.09.	BE 22 440	300		450	
05.10.	ME 24 495		50	400	
12.10.	ME 24 510		40	360	
28.10.	ME 24 530		60	300	

1 Eine Ergebnistabelle erstellen (ohne kostenrechnerische Korrekturen)



Situation:

Ilkay Kabak und Meike Fuchs, Auszubildende der BüroTec GmbH, haben im ersten Jahr ihrer Ausbildung die Finanzbuchhaltung kennengelernt. Nun sollen sie sich mit der Kosten- und Leistungsrechnung (kurz KLR) vertraut machen. Carla Maldini, Leiterin der Abteilung Rechnungswesen, trifft sich mit den beiden in ihrem Büro.



Frau Maldini: Guten Morgen. Heute möchte ich mich mit Ihnen ein wenig über die Unterschiede zwischen der Finanzbuchhaltung und der Kosten- und Leistungsrechnung unterhalten.

Frau Fuchs: Bisher dachte ich, das wäre mehr oder weniger das Gleiche.

Frau Maldini: Nun ja. Die Buchführung und die Kosten- und Leistungsrechnung sind eng miteinander verbunden, aber das Gleiche ist es nicht. Die Buchführung, auch Finanzbuchhaltung genannt, erfasst alle finanziellen Transaktionen eines Unternehmens. Sie ist gesetzlich vorgeschrieben und dient dazu, den Jahresabschluss zu erstellen, der Informationen über die finanzielle Lage des Unternehmens liefert. So werden in der Gewinn- und Verlustrechnung alle Aufwendungen den Erträgen gegenübergestellt, um so den zu versteuernden Gewinn zu ermitteln. Die Buchführung richtet sich also eher an externe Interessengruppen wie z. B. das Finanzamt.

Frau Fuchs: Und was ist dann die Kosten- und Leistungsrechnung?

Frau Maldini: Bei der Kosten- und Leistungsrechnung konzentriert man sich auf diejenigen Aufwendungen und Erträge, die sich auf den eigentlichen Betriebszweck unseres Unternehmens beziehen, nämlich die Produktion und den Vertrieb von Büromöbeln.

Frau Fuchs: Das klingt ziemlich kompliziert.

Frau Maldini: Nur im ersten Moment. Ich gebe Ihnen ein Beispiel. Die BüroTec GmbH hat vor einigen Jahren in Moers einige Wohnungen gebaut, die an Mitarbeiter vermietet werden. Die hieraus resultierenden Mieterträge werden in der KLR nicht erfasst, da sie nichts mit dem eigentlichen Betriebszweck zu tun haben. Daher spricht man auch von neutralen Erträgen.

Herr Kabak: Und warum machen wir das?

Frau Maldini: Nun, letztlich wollen wir doch wissen, wie erfolgreich wir auf dem Markt Büromöbel verkauft haben. Betriebsfremde oder außergewöhnliche Aufwendungen und Erträge würden das Ergebnis nur verfälschen.

Herr Kabak: Ganz ehrlich: So richtig verstehe ich das Ganze nicht.

Frau Maldini: Ich denke, wir sollten uns die Angelegenheit mal etwas genauer anschauen ...



Arbeitsaufträge:

- Überlegen Sie, warum es in der KLR sinnvoll ist, die betrieblichen von den neutralen Aufwendungen und Erträgen zu trennen. Kreuzen Sie Zutreffendes an.

A	Die Kosten- und Leistungsrechnung soll eine realistische Darstellung der betrieblichen Kosten liefern, ohne durch unternehmensfremde oder außerordentliche Faktoren verzerrt zu werden.	<input type="checkbox"/>
B	Es ist sinnvoll, die betrieblichen Aufwendungen und Erträge von den neutralen Aufwendungen und Erträgen abzugrenzen, weil nur der betrieblich erzielte Gewinn steuerpflichtig ist.	<input type="checkbox"/>
C	Das Betriebsergebnis soll nicht durch außergewöhnliche oder betriebsfremde Aufwendungen verfälscht werden.	<input type="checkbox"/>

2. Auf dem GuV-Konto aus der Finanzbuchhaltung werden alle Aufwendungen und Erträge der Büro-Tec GmbH erfasst. Entscheiden Sie zunächst, ob es sich um neutrale oder betriebliche Aufwendungen bzw. Erträge handelt (Spalte A). Prüfen Sie anschließend, worum es sich bei den neutralen Aufwendungen bzw. Erträgen handelt (Spalte B). **Achtung:** Handelt es sich um betriebliche Aufwendungen, die aber entweder periodenfremd oder außergewöhnlich sind, spricht man überraschend auch von neutralen Aufwendungen.

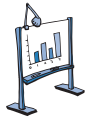
Spalte A:

- 1 = betriebliche Aufwendungen (Kosten)
- 2 = betriebliche Erträge (Leistungen)
- 3 = neutrale Aufwendungen
- 4 = neutraler Erträge

Spalte B:

- in diesen beiden Fällen bleibt das Feld frei
- entscheiden Sie in diesen beiden Fällen, worum es sich handelt
- 1 = (völlig) betriebsfremd
- 2 = betrieblich, aber periodenfremd
- 3 = betrieblich, aber außergewöhnlich

	A	B
a) Mieterträge aus an Mitarbeitern vermieteten Wohnungen		
b) Rückerstattung von im letzten Geschäftsjahr zu viel gezahlter Grundsteuer		
c) Wartung (Inspektion) eines Gabelstaplers		
d) Zinsen für Kapital auf einem Festgeldkonto		
e) Lohn- und Gehaltszahlungen		
f) Mietzahlung für eine Lagerhalle		
g) Umsatzerlöse für eigene Erzeugnisse		
h) Abschreibungen für Fertigungsmaschinen		
i) Verluste aus dem Verkauf von Aktien		
j) Forderungsausfall gegenüber einem Kunden aufgrund von Zahlungsunfähigkeit		
k) Büromöbel, die produziert und im Fertiglager eingelagert werden		
l) Fremdinstandhaltung einer Maschine		
m) Nachzahlung von Betriebssteuern		
n) Zinsen für ein Darlehen zur Finanzierung der neuen Fertigungshalle		
o) Brandschaden in der Fertigung		
p) Abschreibung für Laptops der Außendienstmitarbeiter		
q) Garantieverpflichtungen für Geschäfte aus dem Vorjahr		
r) Reparaturkosten für vermietete Wohnungen		



Material 2: Ergebnistabelle ohne kostenrechnerische Korrekturen

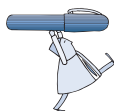
Ergebnistabelle für den Monat Mai 20..								
Rechnungskreis I			Rechnungskreis II					
Gesamtergebnis der Finanzbuchhaltung			Abgrenzungsrechnung				Kosten- und Leistungsrechnung	
			unternehmensbezogene Abgrenzungen		betriebsbezogene Abgrenzungen und kostenrechnerische Korrekturen			
Konto	1	2	3	4	5	6	7	8
	Aufw.	Erträge	Aufw.	Erträge	Aufw.	Erträge	Kosten	Leistungen
5000 UE f. eigene Erzeugnisse								
5200 Bestandsveränderung (+)								
5490 Periodenfremde Erträge								
5500 Erträge Wertpapiere								
6000 Aufw. für Rohstoffe								
6020 Aufw. für Hilfsstoffe								
6050 Aufw. für Energie								
6300 Gehälter								
6520 Abschr. auf Sachanlagen								
6800 Büromaterial								
6880 Spenden								
6990 Periodenfremder Aufwand								
7510 Zinsaufwendungen								
Summen								
Salden (Ergebnis)								
Gesamtsummen								
	Gesamtergebnis		Ergebnis aus unternehmensbezogener Abgrenzung		Ergebnis aus betriebsbezogenen Abgrenzungen und kostenrechnerischen Korrekturen		Betriebsergebnis	
			neutrales Ergebnis					

11 In eine Produktionsanlage investieren



Situation:

Marktforschungsergebnissen zufolge soll die Nachfrage nach Loungemöbeln für Empfangs- bzw. Wartebereiche in den nächsten Jahren stark steigen. Aus diesem Grund hat sich die Geschäftsführung der BüroTec GmbH entschieden, eine neue Produktionsanlage anzuschaffen. Die Loungemöbel, insbesondere Sessel und Sofas, sollen auf einer eigenen Fertigungsinsel komplett gefertigt und montiert werden. Hierzu sind Investitionen in Millionenhöhe nötig. Zur Auswahl stehen zwei Systeme, die AMG 1400 und die Temag 3000, die sich in vielfältiger Hinsicht voneinander unterscheiden. Von der Abteilung Rechnungswesen wurden dementsprechende Informationen an das Projektteam weitergeleitet (Material 3).



Arbeitsaufträge:

1. Beschreiben Sie, weshalb die BüroTec GmbH den Erwerb einer neuen Produktionsanlage plant.

2. Nennen Sie den in der Lernsituation vorliegenden Investitionsanlass.

3. Unterbreiten Sie mithilfe von Material 1 und 3 einen Vorschlag, für welche Investitionsalternative sich die BüroTec GmbH aus Kostengesichtspunkten entscheiden sollte.

4. Aufgrund der hervorragenden Fertigungsqualität können die auf der FFI Temag 3000 gefertigten Erzeugnisse zu einem höheren Verkaufspreis abgesetzt werden. Prüfen Sie, inwieweit sich dieser Umstand auf Ihre unter Arbeitsauftrag 3 getroffene Investitionsentscheidung auswirkt (Material 2).

5. Neben der Kosten- und Gewinnvergleichsrechnung werden im Zusammenhang mit Investitionsentscheidungen zusätzlich die Rentabilität sowie die Amortisationsdauer der Investition ermittelt.

- 5.1 Berechnen Sie zunächst die Rentabilität der beiden Investitionsalternativen unter Zuhilfenahme der Infobox 1.

Rentabilitätsvergleichsrechnung		
Produktionsanlage	AMG 1400	Temag 3000
Rentabilität		

1 Die Marketingabteilung kennenlernen



Situation:

Ilkay Kabak und Meike Fuchs, Auszubildende der BüroTec GmbH, haben in ihrer bisherigen Ausbildung verschiedene Abteilungen kennengelernt. Nun sollen sie ab heute im Marketing eingesetzt werden.

Herr Bours: Guten Morgen! Schön, Sie kennzulernen. Zu Beginn ihrer Ausbildung haben Sie ja schon den Verkauf kennengelernt. Heute möchte ich Ihnen ein wenig über unsere Marketingabteilung erzählen.

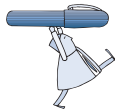


Frau Fuchs: Bevor ich die Ausbildung begonnen habe, dachte ich, Verkauf und Marketing, das sei das Gleiche.

Herr Bours: So denken viele, aber das stimmt nicht. Wir im Marketing haben sozusagen eine verkaufsvorbereitende Funktion.

Herr Kabak: Ah, Sie meinen, unsere Produkte müssen beworben werden, bevor man sie verkaufen kann.

Herr Bours: Da sind Sie auf dem richtigen Weg. Aber wir im Marketing sind nicht nur für die Werbung zuständig. Schauen wir uns das Ganze doch mal näher an ...



Arbeitsaufträge:

- Nehmen Sie an, Sie sind als Mitarbeiter/-in für den Absatzbereich bei der BüroTec GmbH eingestellt worden. Nennen Sie Tätigkeiten, die in den Abteilungen Verkauf und Marketing anfallen.

Tätigkeiten in den Abteilungen Verkauf und Marketing		
Nr.	Tätigkeiten	Verkauf oder Marketing?
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		

4 Marktforschung betreiben (Teil 1)



Situation:

Ein Jahr später treffen sich die geschäftsführenden Gesellschafter der BüroTec GmbH, um das vergangene Geschäftsjahr Revue passieren zu lassen. Anwesend sind Herr Schmidt, Frau Peters und Herr Schneider.



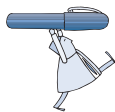
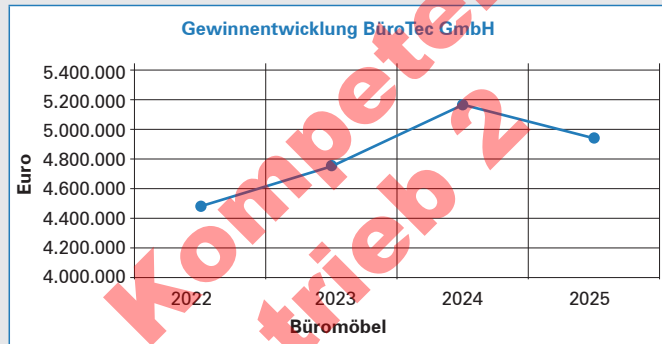
Herr Schmidt: Frau Peters, Herr Schneider, die Zahlen, die ich heute Morgen von Herrn Mischke, unserem kaufmännischen Leiter, bekommen habe, sind wirklich alles andere als erfreulich.

Frau Peters: In der Tat, eine derart negative Entwicklung habe ich nicht erwartet.

Herr Schneider: Ein solcher Gewinneinbruch kommt auch für mich überraschend.

Herr Schmidt: Wir müssen umgehend handeln. Ich schlage vor, wir verdoppeln unseren Werbeetat.

Frau Peters: Meine Herren, bevor wir solche Ausgaben tätigen, sollten wir doch mal genauer hingucken.



Arbeitsaufträge:

1. Erläutern Sie, was Frau Peters mit ihrem Einwand meint.

2. Führen Sie Gründe an, die zu dem Gewinneinbruch geführt haben könnten.

Mögliche Gründe für den Gewinneinbruch		

3. Erläutern Sie, welche Konsequenzen sich für die BüroTec GmbH aus dem Gewinneinbruch ergeben.

4. Gehen Sie den Problemen bei der BüroTec GmbH auf den Grund und analysieren Sie anhand folgender Leitfragen mithilfe des Auswertungsformulars (Material 3) die unternehmensspezifische Ausgangslage (Material 1 und 2):

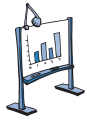
- 4.1 Beschreiben Sie modellbezogen die Umsatz-, Absatz- und Gewinnentwicklung 2025 im Vergleich zum Vorjahr (↑ = positive Entwicklung/↔ = stagnierende Entwicklung/↓ = negative Entwicklung).
- 4.2 Arbeiten Sie die Gründe für den Erfolg bzw. Misserfolg heraus.
- 4.3 Schlagen Sie für die weniger erfolgreichen Modelle geeignete Maßnahmen vor.
- 4.4 Erklären Sie in Bezug auf die Büroschränke „Standard“ den scheinbaren Widerspruch „stagnierender Umsatz/Absatz auf der einen Seite und positive Gewinnentwicklung auf der anderen Seite“.

5. Analysieren Sie anschließend die Wettbewerbssituation (Material 4), in der sich die BüroTec GmbH befindet. Nutzen Sie hierzu das Auswertungsformular (Material 5).

- 5.1 Ermitteln Sie das Marktvolumen für die Jahre 2024 und 2025.
- 5.2 Um wie viel % ist das Marktvolumen 2025 im Vergleich zum Vorjahr angewachsen?
- 5.3 Um wie viel % soll der Markt im Jahr 2026 gemäß Marktprognose wachsen?
- 5.4 Ermitteln Sie die Marktanteile der Wettbewerber für die Jahre 2024 und 2025.
- 5.5 Wie haben sich die Marktanteile prozentual (nicht in %-Punkten) verändert?
- 5.6 Zeichnen Sie ein Säulendiagramm, das die Marktanteile der Wettbewerber für die Jahre 2024 und 2025 veranschaulicht (pro Jahr eine Säule).
- 5.7 Worauf ist die gegenwärtige Marktentwicklung zurückzuführen?
- 5.8 Welche weiteren Erkenntnisse ergeben sich aus dem Informationsmaterial?
- 5.9 Fassen Sie die Ergebnisse der Wettbewerbsanalyse zusammen.

6. Unterbreiten Sie anhand der vorhandenen Marktforschungsergebnisse drei produktpolitische Vorschläge bezüglich des Absatzprogrammes der BüroTec GmbH.

produktpolitische Maßnahme 1	
produktpolitische Maßnahme 2	
produktpolitische Maßnahme 3	



Material 1: Statistiken

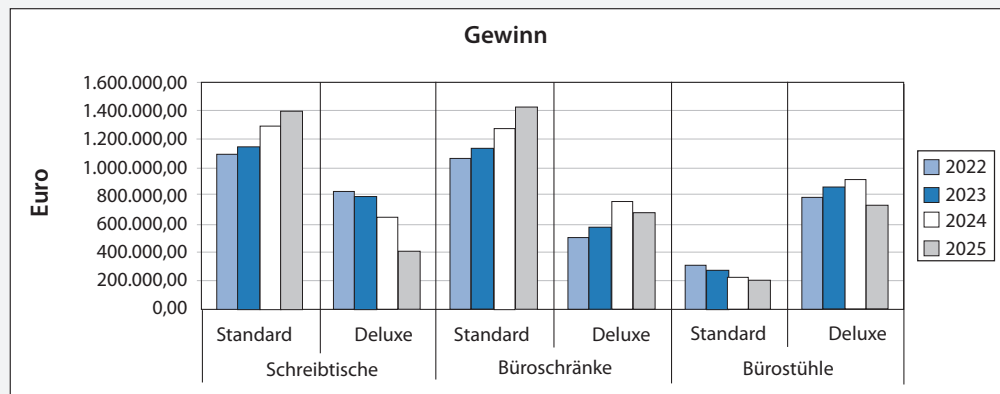
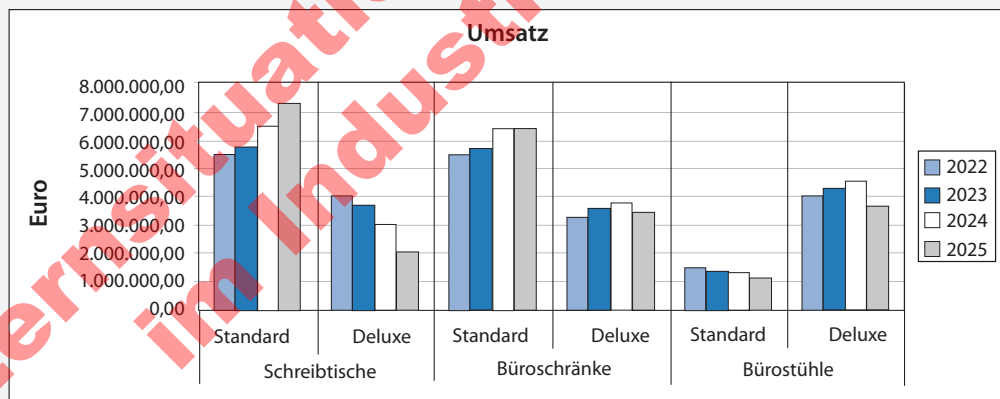
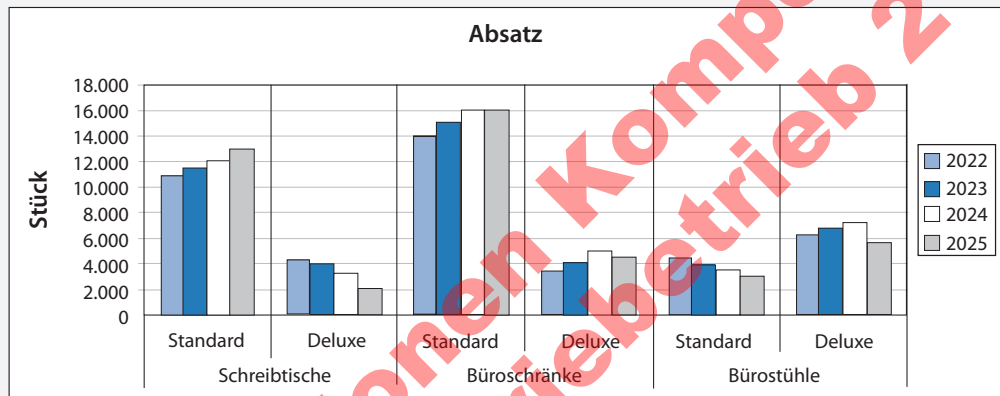
Interne Mitteilung



an: Holger Bours (Marketing)
von: Karl Klaas

Abteilung: RW
Datum: 05.02.20..
Zeichen: kl

Absatz-, Umsatz- und Gewinnentwicklung 2022–2025 (Säulendiagramme)



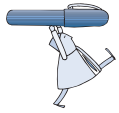
12 Werbemedien auswählen

**Situation:**

Nach intensiven Überlegungen entschließt sich die Führungsriege der BüroTec GmbH zum ersten Mal dazu, die Gestaltung der Einführungswerbekampagne für den neuen Schreibtisch „Deluxe“ in die Hände einer renommierten Werbeagentur zu legen. Nachdem verschiedene Werbeagenturen miteinander verglichen wurden, entscheidet man sich letztlich für die BBDO, eine erfolgreiche Werbeagentur aus Düsseldorf. Herr Bours vereinbart für sich und Herrn Schmidt einen Termin mit Frau Lange, der zuständigen Mitarbeiterin bei der BBDO. Am Montag, dem 02.04.20., um 10:00 Uhr treffen Herr Bours und Herr Schmidt bei der BBDO in Düsseldorf ein und werden von Frau Lange in Empfang genommen.



- Frau Lange:** Meine Herren, ich darf Sie im Hause BBDO willkommen heißen und hoffe auf eine gute Zusammenarbeit. Schildern Sie mir doch zunächst einmal die Situation, in der sich Ihr Unternehmen befindet.
- Herr Schmidt:** Nun, Frau Lange. Wir sind seit mehreren Jahren auf dem Markt für Büromöbel tätig und behaupten uns dort relativ erfolgreich gegen unsere Wettbewerber. Allerdings sind wir in letzter Zeit ein wenig ins Hintertreffen geraten.
- Herr Bours:** Das kann man wohl sagen. Einige Produkte sind veraltet und stehen kurz vor der Herausnahme aus der Produktpalette.
- Herr Schmidt:** Aus diesem Grund haben wir uns entschlossen, einen neuen Schreibtisch auf den Markt zu bringen.
- Frau Lange:** Wenn ich Sie recht verstehe, sollen wir für Sie eine Werbekampagne planen, die Ihr neues Produkt auf dem Markt einführt.
- Herr Bours:** Das ist richtig. Unsere Marktanalyse hat ergeben, dass sich das Marktsegment „Schreibtische für gehobene Ansprüche“ durch beträchtliche Wachstumsraten auszeichnet. Wir sind davon überzeugt, dass unser neues Produkt alles mitbringt, um erfolgreich zu sein. Es verbindet Funktionalität und Qualität mit einem außergewöhnlichen Design.
- Frau Lange:** Da Sie, wie ich weiß, Ihre Produkte fast ausschließlich an gewerbliche Abnehmer verkaufen, ist die Zielgruppe unserer Werbekampagne schon relativ klar umrissen. Zu welchem Zeitpunkt wollen Sie Ihr Produkt denn auf dem Markt einführen?
- Herr Schmidt:** Der Schreibtisch geht nächste Woche in Produktion und kann Anfang Mai ausgeliefert werden. Deshalb haben wir daran gedacht, die Werbekampagne von Anfang Mai bis Ende Mai durchzuführen.
- Frau Lange:** Werden Ihre Produkte in ganz Deutschland vertrieben?
- Herr Bours:** Ja, Frau Lange. Deshalb sollte die Werbekampagne potenzielle Käufer in ganz Deutschland erreichen.
- Frau Lange:** Ein wichtiger Punkt, der noch zu klären ist, ist die Höhe des Werbeetats, der uns zur Verfügung steht.
- Herr Schmidt:** Nun, wir haben an einen Werbeetat von 100.000,00 € gedacht. Wobei Abweichungen von +/- 10 % im Rahmen des Möglichen liegen. Ihr Honorar wird gesondert verrechnet.
- Frau Lange:** Ich denke, damit hätten wir zunächst einmal alle benötigten Informationen beisammen. Ich schlage vor, meine Mitarbeiter und ich beschäftigen uns nun mit der Auswahl der Medien, mit denen wir für Ihr Produkt werben wollen.



Arbeitsaufträge:

1. Arbeiten Sie aus dem Einstiegsdialog diejenigen Aspekte der Werbeplanung heraus, die schon geklärt sind.

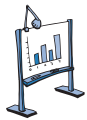
Planung einer Werbekampagne (Werbeplan)	
Werbeobjekt	
Werbeziel	
Werbepotschaft	
Zielgruppe	
Streuzeit	
Streugebiet	
Werbeetat (Werbefbudget)	
Medienauswahl (Mediaplan)	siehe Arbeitsauftrag 3

2. Informieren Sie sich zunächst über moderne Werbemittel und -träger, indem Sie den Lückentext unter Material 1 vervollständigen.
3. Treffen Sie nun für die BüroTec GmbH eine sinnvolle Medienauswahl (Mediaplan, Material 7) auf der Grundlage des zur Verfügung stehenden Werbeetats und der Materialien 2 bis 6. Berücksichtigen Sie, dass die Umsatzsteuer ein durchlaufender Posten und daher bei der Kostenkalkulation nicht zu berücksichtigen ist. Begründen Sie Ihre Entscheidung.

Beachten Sie hierbei folgende Vorgehensweise:

- 3.1 Prüfen Sie, welche Medien überhaupt infrage kommen.
 - 3.2 Wählen Sie im Rahmen einer Mediengattung die Medien aus, die Ihnen am zweckmäßigsten erscheinen.
4. Bei der Auswahl von Werbemedien ist häufig von der Kontakthäufigkeit und der Kontaktqualität die Rede. Erläutern Sie die beiden Begriffe.

Kontakthäufigkeit	
Kontaktqualität	



Material 5: Telefonnotiz



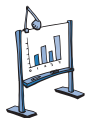
von: Paula Berger
Abteilung: Medien
Gesprächspartner: Herr Golke
Firma: Meviko GmbH
Datum: 07.04.20..
Uhrzeit: 09:30

Betreff:

Angebot für sonstige Werbemedien (Nettopreise)

Werbemedien (Werbemittel u. -träger)	Reichweite	Produktionskosten	Nutzungskosten der Werbemedien
Fernsehwerbung (z.B. RTL)	2,5 Mio. Zuschauer	TV-Spot 60.000,00 €	50.000,00 € je gesendetem Spot
Rundfunkwerbung (z.B. WDR)	600.000 Hörer	Rundfunk-Spot 2.500,00 €	2.000,00 € je gesendetem Spot
Kinowerbung (z.B. Cinemaxx Verband)	je nach Anzahl	Kino-Spot* 3.000,00 €	500,00 € je 10000 Zuschauer
Plakatwerbung	je nach Standort	30,00 € je Plakat	150,00 € pro Woche je Plakatwand
Prospektbeilagen (farbig) in Zeitschriften bzw. Zeitungen	je nach Anzahl	3,00 € je Prospekt	2.000,00 € je 1.000 Prospektbeilagen

* Die Produktionskosten (Gestaltung und Herstellung) eines Spots fallen einmalig an. Mit Kinospots sind Fotos, gesprochener Text und musikalische Untermalung gemeint. Alle Preise verstehen sich zuzüglich 19% Umsatzsteuer.



Material 6: Interne Mitteilung

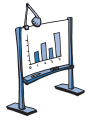


an: Frau Lange
von: Kim Peske
Abteilung: Medien
Datum: 06.04.20..
Zeichen: pe


Kostenüberblick der Messen/Ausstellungen in Deutschland 20..:

Die Produktionskosten (Planung, Transport, Bewirtung, Personal, Prospekte etc.) belaufen sich auf insgesamt 4000,00 € je Messe. Zeitdauer der Messen: jeweils 5 Tage. Die Standmiete beinhaltet einen 60 m² großen Messestand inkl. Beleuchtung, Teppiche, Theke, Bestuhlung und Tische und gilt für die gesamte Messezeit. Alle Preise verstehen sich zuzüglich 19% USt.

- | | |
|--|---|
| <p>1. Orgatec in Köln
Termin: 1.–5. Juni
ca. 60.000 Besucher
Standmiete: 16.000,00 €</p> <p>2. Alles fürs Büro in Leipzig
Termin: 14.–18. Juni
ca. 60.000 Besucher
Standmiete: 14.000,00 €</p> | <p>3. Das moderne Büro in Stuttgart
Termin: 1.–5. November
ca. 50.000 Besucher
Standmiete: 18.000,00 €</p> <p>4. Das natürliche Büro in Karlsruhe
Termin: 4.–7. Oktober
ca. 55.000 Besucher
Standmiete: 16.000,00 €</p> |
|--|---|



Material 7: Auswertungsformular (Mediaplan)



Mediaplan für die BüroTec GmbH

	Produktionskosten	Nutzungskosten	Gesamtkosten
Werbeetat			
Medien (Werbemittel und -träger)	(qualifizierte) Reichweite*		
Gesamt			

* Zahl der Personen, die der Zielgruppe entsprechen.

16 Geschäfte per E-Commerce tätigen



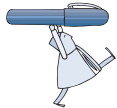
Situation:

Mitte August 20.. bittet Herr Mischke, Bereichsleiter Absatz, und Frau Borgeres, Leiterin der Verkaufsabteilung, sowie den Marketingleiter Herrn Bours zu sich.

Frau Borgers: Guten Morgen, Herr Mischke. Was kann ich für Sie tun?

Herr Mischke: In letzter Zeit äußern auffallend viele Geschäftskunden den Wunsch, unsere Produkte auch online bestellen zu können. Ich denke, wir sollten uns diesem Wunsch nicht verschließen. Die Konkurrenz schläft nicht.

Herr Bours: Das sehe ich auch so. Wir sind sicherlich eines der wenigen Unternehmen ohne Internetpräsenz. Das muss anders werden. Frau Borgers, wie wollen Sie vorgehen?



Arbeitsaufträge:

- Die BüroTec GmbH plant den Aufbau einer Unternehmenswebsite mit integriertem Onlineshop. Führen Sie die Vorteile an, die sich hieraus für die BüroTec GmbH und ihre Kunden ergeben.

Vorteile für die BüroTec GmbH

Vorteile	1	
	2	
	3	
	4	
	5	

Vorteile für die Kunden der BüroTec GmbH

Vorteile	1	
	2	
	3	
	4	
	5	

- Frau Borgers hat ein abteilungsübergreifendes Projektteam zusammengestellt, dem auch Sie angehören. Ihre Aufgabe besteht darin, eine Unternehmenswebsite mit integriertem Onlineshop zu entwerfen. Entscheiden Sie, welche Rubriken die Website enthalten sollte. Erstellen Sie mithilfe der Struktur (Material) ein entsprechendes Inhaltsverzeichnis.