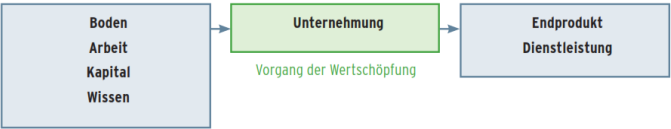
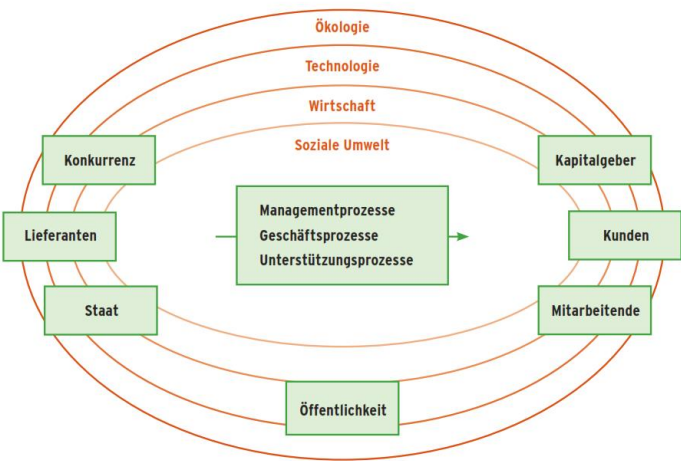
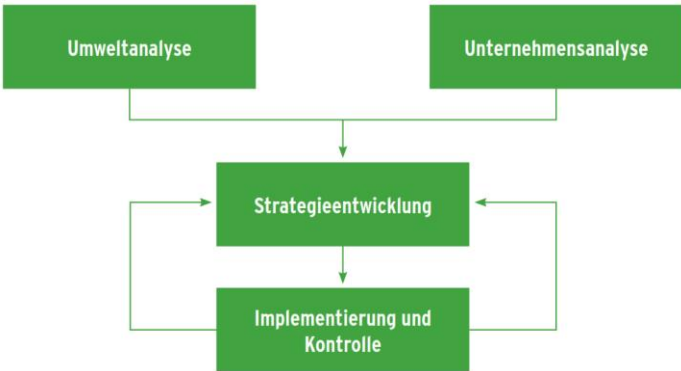
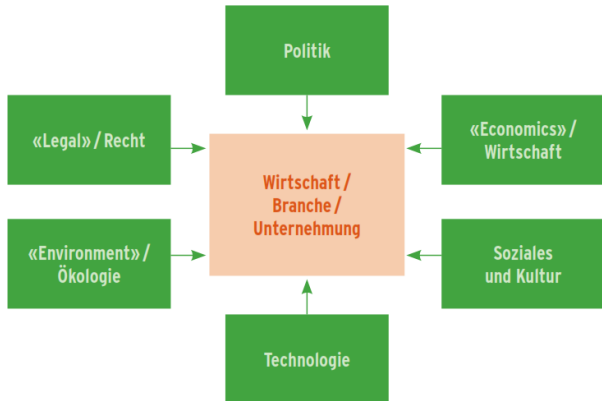
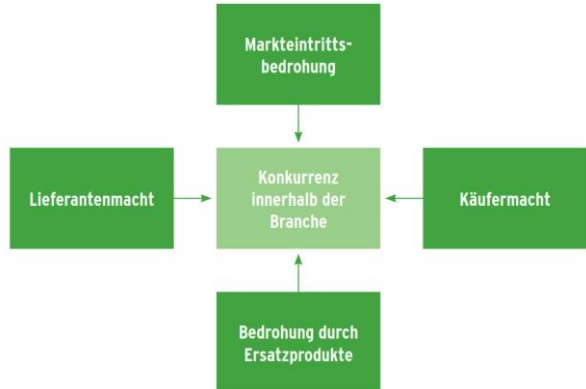


Betriebswirtschaft	Frage 1	Betriebswirtschaft	Antwort 1
<p>Was ist der Unterschied zwischen Betriebswirtschafts- und Volkswirtschaftslehre?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Während die <i>Volkswirtschaftslehre</i> das wirtschaftliche <b>Gefüge als Ganzes</b>, das heisst das Zusammenspiel von Unternehmen und Haushalten betrachtet, wendet sich die <i>Betriebswirtschaftslehre</i> dem einzelnen Unternehmen zu.</p> <p>Sie wendet sich vor allem der Frage zu, <b>wie ein Unternehmen optimal geführt</b> werden soll.</p>	
Betriebswirtschaft	Frage 2	Betriebswirtschaft	Antwort 2
<p>Erklären Sie den Wertschöpfungsprozess in einem Unternehmen.</p> <p>© Schatz Verlag</p>		 <pre> graph LR     A["Boden Arbeit Kapital Wissen"] --&gt; B["Unternehmung Vorgang der Wertschöpfung"]     B --&gt; C["Endprodukt Dienstleistung"]   </pre> <p>Statt von einem Wertschöpfungsvorgang können wir auch von einem <i>Wertschöpfungsprozess</i> sprechen.</p>	
Betriebswirtschaft	Frage 3	Betriebswirtschaft	Antwort 3
<p>Was ist ein „Unternehmensprozess“?</p> <p>Welche Arten können unterschieden werden?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Ein Prozess ist ein <b>Zusammenzug</b> verschiedener <b>Aktivitäten, um für den Kunden etwas von Wert zu schaffen</b>.</p> <p>Es gibt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschäftsprozesse</li> <li>• Unterstützungsprozesse</li> <li>• Managementprozesse</li> </ul>	

Betriebswirtschaft	Frage 4	Betriebswirtschaft	Antwort 4
<p>Unternehmen versuchen laufend, ihre Prozesse zu vervollkommen.</p> <p>In der Schweiz können wir uns dies gut mit dem Kürzel SBB merken. Wofür steht es in diesem Zusammenhang.</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Wie werden wir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schneller</li> <li>• Besser</li> <li>• Billiger</li> </ul>	
Betriebswirtschaft	Frage 5	Betriebswirtschaft	Antwort 5
<p>Wie lauten die drei Fragen, auf die eine gute Organisation eine klare Antwort geben muss?</p> <p>Und wozu dient ein Organigramm?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Eine gute Unternehmensorganisation gibt klare Antworten auf folgende drei Fragen eines Mitarbeiters, einer Mitarbeiterin:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was soll ich tun?</li> <li>• Wie soll ich es tun?</li> <li>• An wen wende ich mich bei Problemen?</li> </ul> <p>Organigramme sind grafische Darstellungen darüber, wie eine Unternehmung gegliedert oder aufgebaut und wer wem unterstellt ist.</p> <p>Sie geben die <b>Struktur</b> einer Firma wieder und gibt Antwort auf die Frage: „An wen wende ich mich bei Problemen?“</p>	
Betriebswirtschaft	Frage 6	Betriebswirtschaft	Antwort 6
<p>Nach welchen Kriterien kann eine Organisation grundsätzlich gegliedert werden?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nach Funktionen</li> <li>• Nach Produkten</li> <li>• Nach Märkten</li> </ul>	

Betriebswirtschaft	Frage 7	Betriebswirtschaft	Antwort 7
Wozu dienen Flowcharts oder Flussdiagramme?		<p>Flowcharts sind <b>grafische Darstellungen</b> darüber, wie in einer Unternehmung Prozesse ablaufen.</p> <p>Sie zeigen, <b>welche Schritte oder Aktivitäten ein Prozess umfasst</b>.</p> <p>Solche Flussdiagramme geben entweder die momentane Praxis wieder (<i>IST-Zustand</i>) oder zeigen eine optimierte Zukunft (<i>SOLL</i>).</p>	
© Schatz Verlag			
Betriebswirtschaft	Frage 8	Betriebswirtschaft	Antwort 8
Nennen Sie einige harte und weiche Standortfaktoren für ein Unternehmen.		<p><b>Harte Standortfaktoren:</b></p> <p>Steuern, Abgaben, Subventionen  Lohnniveau  Flächenverfügbarkeit  Nähe zu Zulieferern  Verkehrsanbindung  Qualität und Quantität des Arbeitskräfteangebots</p> <p><b>Weiche Faktoren:</b></p> <p>Kulturangebot  Image  Mentalität der Bevölkerung  Arbeitseinstellung  Soziales Klima</p>	
© Schatz Verlag			
Betriebswirtschaft	Frage 9	Betriebswirtschaft	Antwort 9
Beschreiben Sie das Vorgehen bei einer Nutzwertanalyse.		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bewertungskriterien für die Auswahl festlegen.</li> <li>2. Diese Bewertungskriterien gewichten.</li> <li>3. Alle Lösungsvarianten auflisten.</li> <li>4. Die Lösungsvarianten in Bezug auf den Erfüllungsgrad des jeweiligen Kriteriums beurteilen.</li> <li>5. Diese Bewertungen mit der Gewichtung multiplizieren und aus allen Produkten die Summe der einzelnen Lösungsvariante bilden.</li> <li>6. Den so ermittelten quantifizierten Nutzen mit den Kosten in Verbindung bringen.</li> <li>7. Die Lösung mit dem besten Kosten-Nutzen-Verhältnis wählen.</li> </ol>	
© Schatz Verlag			

Betriebswirtschaft	Frage 10	Betriebswirtschaft	Antwort 10													
Beschreiben Sie das St. Galler Unternehmensmodell mit eigenen Worten.																
© Schatz Verlag																
Betriebswirtschaft	Frage 11	Betriebswirtschaft	Antwort 11													
Nennen Sie mindestens vier Stakeholder eines Unternehmens samt deren Erwartungen.		<table><tr><td>Kunden</td><td>Möglichst viele preisgünstige Leistungen in guter Qualität</td></tr><tr><td>Mitarbeitende</td><td>Eine interessante Tätigkeit mit hohem Lohn und Arbeitsplatzsicherheit</td></tr><tr><td>Lieferanten</td><td>Möglichst viel zu hohen Preisen liefern</td></tr><tr><td>Kapitalgeber</td><td>Ein solides Unternehmen mit guten Zukunftsaussichten und Gewinnen</td></tr><tr><td>Staat</td><td>Viele Arbeitsplätze und regelmässige Steuereinnahmen</td></tr><tr><td>Öffentlichkeit</td><td>Schonung der Umwelt/Förderung von Kultur, Sport usw.</td></tr><tr><td>Konkurrenten</td><td>Faires Verhalten/Gemeinsame Interessensvertretung</td></tr></table>	Kunden	Möglichst viele preisgünstige Leistungen in guter Qualität	Mitarbeitende	Eine interessante Tätigkeit mit hohem Lohn und Arbeitsplatzsicherheit	Lieferanten	Möglichst viel zu hohen Preisen liefern	Kapitalgeber	Ein solides Unternehmen mit guten Zukunftsaussichten und Gewinnen	Staat	Viele Arbeitsplätze und regelmässige Steuereinnahmen	Öffentlichkeit	Schonung der Umwelt/Förderung von Kultur, Sport usw.	Konkurrenten	Faires Verhalten/Gemeinsame Interessensvertretung
Kunden	Möglichst viele preisgünstige Leistungen in guter Qualität															
Mitarbeitende	Eine interessante Tätigkeit mit hohem Lohn und Arbeitsplatzsicherheit															
Lieferanten	Möglichst viel zu hohen Preisen liefern															
Kapitalgeber	Ein solides Unternehmen mit guten Zukunftsaussichten und Gewinnen															
Staat	Viele Arbeitsplätze und regelmässige Steuereinnahmen															
Öffentlichkeit	Schonung der Umwelt/Förderung von Kultur, Sport usw.															
Konkurrenten	Faires Verhalten/Gemeinsame Interessensvertretung															
© Schatz Verlag																
Betriebswirtschaft	Frage 12	Betriebswirtschaft	Antwort 12													
Wie lautet eine gängige Strategiedefinition?		<p>Eine <i>Strategie</i> gibt klare Antworten auf folgende Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Was wollen wir mit einer Organisation erreichen (<b>Ziele</b>)?</li><li>→ Wie erreichen wir diese Ziele (<b>Verfahren</b>)?</li><li>→ Womit beschreiten wir diesen Weg (<b>Mittel</b>)?</li></ul>														
© Schatz Verlag																

Betriebswirtschaft	Frage 13	Betriebswirtschaft	Antwort 13
<p>Beschreiben Sie den typischen Verlauf einer Strategiefindung.</p> <p>© Schatz Verlag</p>		 <pre>graph TD; UA[Umweltanalyse] --&gt; SE[Strategieentwicklung]; UN[Unternehmensanalyse] --&gt; SE; SE --&gt; IK[Implementierung und Kontrolle]; IK --&gt; UA; IK --&gt; UN; IK --&gt; SE;</pre>	
Betriebswirtschaft	Frage 14	Betriebswirtschaft	Antwort 14
<p>Wofür steht PESTEL?</p> <p>Wo wird PESTEL verwendet?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		 <pre>graph TD; P[Politik] --&gt; W[Wirtschaft / Branche / Unternehmung]; L[«Legal» / Recht] --&gt; W; E[«Economics» / Wirtschaft] --&gt; W; S[Soziales und Kultur] --&gt; W; T[Technologie] --&gt; W; O[«Environment» / Ökologie] --&gt; W;</pre> <p>PESTEL strukturiert die Analyse der allgemeinen Umwelt eines Unternehmens (damit kein Aspekt vergessen geht).</p>	
Betriebswirtschaft	Frage 15	Betriebswirtschaft	Antwort 15
<p>Nennen Sie die Bestandteile der Fünf-Kräfte-Analyse.</p> <p>Wozu dient sie?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		 <pre>graph TD; MB[Markteintrittsbedrohung] --&gt; K[Konkurrenz innerhalb der Branche]; L[Lieferantenmacht] --&gt; K; Ka[Käufermacht] --&gt; K; BE[Bedrohung durch Ersatzprodukte] --&gt; K;</pre> <p>Sie dient der Analyse einer Branche.</p>	

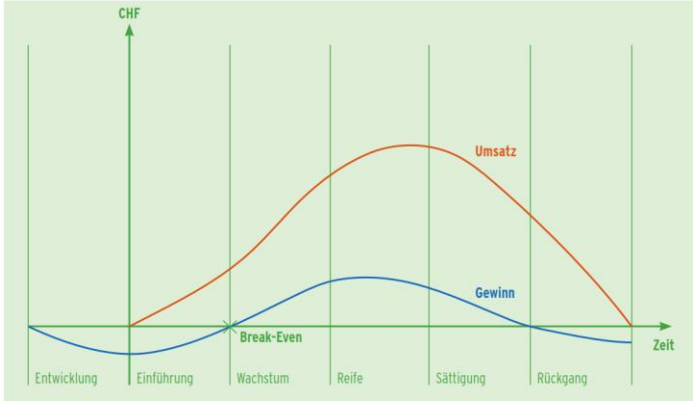
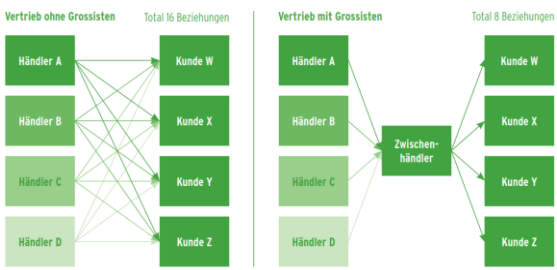
Betriebswirtschaft		Frage 16		Betriebswirtschaft		Antwort 16										
Nennen Sie die typischen Hauptaktivitäten in einem Produktionsbetrieb, die auf Stärken und Schwächen hin untersucht werden können.				<ul style="list-style-type: none"><li>• Eingangslogistik</li><li>• Produktion</li><li>• Ausgangslogistik</li><li>• Marketing &amp; Verkauf</li><li>• Service</li></ul>												
© Schatz Verlag																
Betriebswirtschaft		Frage 17		Betriebswirtschaft		Antwort 17										
Was ist eine SWOT?				<p>Eine SWOT ist eine, meist tabellenartige, Zusammenstellung der Chancen und Gefahren der Umwelt bzw. der Stärken und Schwächen einer Organisation.</p> <p>Sie ist die <b>Zusammenfassung der Analysephase</b> im Strategiefindungsprozess.</p> <table><tr><td></td><td>Positive Aspekte</td><td>Negative Aspekte</td></tr><tr><td>Unternehmensintern</td><td>Stärken Strengts (S)</td><td>Schwächen Weaknesses (W)</td></tr><tr><td>Unternehmensextern</td><td>Chancen Opportunities (O)</td><td>Risiken Threats (T)</td></tr></table>					Positive Aspekte	Negative Aspekte	Unternehmensintern	Stärken Strengts (S)	Schwächen Weaknesses (W)	Unternehmensextern	Chancen Opportunities (O)	Risiken Threats (T)
									Positive Aspekte	Negative Aspekte						
								Unternehmensintern	Stärken Strengts (S)	Schwächen Weaknesses (W)						
Unternehmensextern	Chancen Opportunities (O)	Risiken Threats (T)														
© Schatz Verlag																
Betriebswirtschaft		Frage 18		Betriebswirtschaft		Antwort 18										
Was ist eine TOWS?				<p>Die TOWS ist eine <b>Auswertung der SWOT im Hinblick auf mögliche Strategien</b>. Sie verknüpft die ermittelten Chancen und Gefahren mit den erkannten Stärken und Schwächen.</p> <table><tr><td></td><td>Stärken (Strengths)</td><td>Schwächen (Weaknesses)</td></tr><tr><td>Chancen (Opportunities)</td><td><b>SO-Strategien</b><ul style="list-style-type: none"><li>- Wahrnehmung der Chance unter Einsatz der Stärken</li><li>- Expansionen/Investitionen</li><li>- Nutzung von Trends durch vorhandene Ressourcen</li></ul></td><td><b>WO-Strategien</b><ul style="list-style-type: none"><li>- Abbau von Unternehmensschwächen, um Chancen zu nutzen</li><li>- Beispielsweise Abbau eigener Bürokratie (Schwäche), um reaktionsschneller zu sein und Chancen des Marktes nutzen zu können</li></ul></td></tr><tr><td>Risiken (Threats)</td><td><b>ST-Strategien</b><ul style="list-style-type: none"><li>- Stärken ausnutzen, um Umweltrisiken auszugleichen bzw. zu lindern</li><li>- Nutzung von Beziehungen, um Umweltbedingungen zu beeinflussen</li></ul></td><td><b>WT-Strategien</b><ul style="list-style-type: none"><li>- Schwächen abbauen, um Risiko zu reduzieren</li><li>- Desinvestitionsstrategien</li></ul></td></tr></table>					Stärken (Strengths)	Schwächen (Weaknesses)	Chancen (Opportunities)	<b>SO-Strategien</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Wahrnehmung der Chance unter Einsatz der Stärken</li><li>- Expansionen/Investitionen</li><li>- Nutzung von Trends durch vorhandene Ressourcen</li></ul>	<b>WO-Strategien</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Abbau von Unternehmensschwächen, um Chancen zu nutzen</li><li>- Beispielsweise Abbau eigener Bürokratie (Schwäche), um reaktionsschneller zu sein und Chancen des Marktes nutzen zu können</li></ul>	Risiken (Threats)	<b>ST-Strategien</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Stärken ausnutzen, um Umweltrisiken auszugleichen bzw. zu lindern</li><li>- Nutzung von Beziehungen, um Umweltbedingungen zu beeinflussen</li></ul>	<b>WT-Strategien</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Schwächen abbauen, um Risiko zu reduzieren</li><li>- Desinvestitionsstrategien</li></ul>
									Stärken (Strengths)	Schwächen (Weaknesses)						
								Chancen (Opportunities)	<b>SO-Strategien</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Wahrnehmung der Chance unter Einsatz der Stärken</li><li>- Expansionen/Investitionen</li><li>- Nutzung von Trends durch vorhandene Ressourcen</li></ul>	<b>WO-Strategien</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Abbau von Unternehmensschwächen, um Chancen zu nutzen</li><li>- Beispielsweise Abbau eigener Bürokratie (Schwäche), um reaktionsschneller zu sein und Chancen des Marktes nutzen zu können</li></ul>						
Risiken (Threats)	<b>ST-Strategien</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Stärken ausnutzen, um Umweltrisiken auszugleichen bzw. zu lindern</li><li>- Nutzung von Beziehungen, um Umweltbedingungen zu beeinflussen</li></ul>	<b>WT-Strategien</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Schwächen abbauen, um Risiko zu reduzieren</li><li>- Desinvestitionsstrategien</li></ul>														
© Schatz Verlag																

Betriebswirtschaft		Frage 19																
<p>Beschreiben die P/M-Matrix von Ansoff.</p> <p>Wie definiert Ansoff eine Diversifikation?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<table><tr><td rowspan="3">Markt</td><td>Produkt bestehend</td><td>neu</td></tr><tr><td>bestehend</td><td>Marktdurchdringung</td><td>Produkterweiterung</td></tr><tr><td>neu</td><td>Markterweiterung</td><td>Diversifikation</td></tr></table> <p>Diversifikation: Eine Unternehmung versucht, ein für sie neues Produkt in einem für sie unbekannten Markt abzusetzen.</p>		Markt	Produkt bestehend	neu	bestehend	Marktdurchdringung	Produkterweiterung	neu	Markterweiterung	Diversifikation						
Markt	Produkt bestehend	neu																
	bestehend	Marktdurchdringung	Produkterweiterung															
	neu	Markterweiterung	Diversifikation															
Betriebswirtschaft		Frage 20																
<p>Nennen Sie zwei Normstrategien von Porter.</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<ul style="list-style-type: none"><li>Die <b>Differenzierungsstrategie</b></li><li>Die <b>Strategie der niedrigen Kosten</b> (Kostenführerschaft)</li></ul> <p>Es sind <b>Kombinationen</b> dieser beiden Strategien möglich (hohe Differenzierung bei tiefen Kosten).</p>																
Betriebswirtschaft		Frage 21																
<p>Beschreiben Sie mit eigenen Worten einen gängigen Portfolio-Ansatz, wie er gerne von Unternehmen eingesetzt wird, die über ein grosses Produktesortiment verfügen.</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<table><tr><td rowspan="2">Marktattraktivität</td><td>hoch</td><td>Fragezeichen</td><td>Star</td></tr><tr><td>gering</td><td>Hund</td><td>Milchkuh</td></tr><tr><td colspan="2"></td><td>klein</td><td>gross</td></tr><tr><td colspan="2"></td><td colspan="2">Relativer Marktanteil</td></tr></table>		Marktattraktivität	hoch	Fragezeichen	Star	gering	Hund	Milchkuh			klein	gross			Relativer Marktanteil	
Marktattraktivität	hoch	Fragezeichen	Star															
	gering	Hund	Milchkuh															
		klein	gross															
		Relativer Marktanteil																

Betriebswirtschaft	Frage 22	Betriebswirtschaft	Antwort 22
<p>Wie lauten die strategischen Empfehlungen für Stars, Fragezeichen, Cash Cows und Hunde?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p><b>Stars</b> Die dort erwirtschafteten Geldern weiter in die Stars investieren, d.h. Marktanteile ausbauen, solange der Markt attraktiv ist.</p> <p><b>Cash Cows</b> Gelder aus den Milchkühen abziehen (ohne diese wesentlich zu schwächen) und mit den Mitteln in Fragezeichen investieren.</p> <p><b>Fragezeichen</b> Es gilt, so schnell als möglich Marktanteile zu gewinnen (Investitionen in Produktentwicklung, Werbung usw.).</p> <p><b>Hunde</b> Abstossen bzw. einstellen.</p>	
Betriebswirtschaft	Frage 23	Betriebswirtschaft	Antwort 23
<p>Wozu dienen Leitbilder und Unternehmenskonzepte?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Leitbilder und Unternehmenskonzepte sind <b>Instrumente zur Umsetzung einer Strategie</b>.</p> <p>Mit Hilfe eines <b>Leitbildes</b> werden die strategischen Absichten den Stakeholdern (Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten u.a.) bekannt gemacht.</p> <p>Das <b>Unternehmenskonzept</b> konkretisiert die Strategie in sämtlichen betrieblichen Bereichen.</p>	
Betriebswirtschaft	Frage 24	Betriebswirtschaft	Antwort 24
<p>Welches ist der Grundgedanke im Marketing?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Der Grundgedanke des Marketings ist die konsequente <b>Ausrichtung des gesamten Unternehmens an den Bedürfnissen des Marktes</b>.</p> <p>Man befasst sich mit <b>Absatzförderung</b>.</p>	



Betriebswirtschaft	Frage 25	Betriebswirtschaft	Antwort 25
Definieren Sie die Marktgrößen.		<p><b>Marktkapazität:</b> die <i>maximal mögliche Aufnahmefähigkeit</i> des Marktes, unabhängig von der vorhandenen Kaufkraft (Preis = 0).</p> <p><b>Marktpotential:</b> entspricht der <i>machbaren Grösse</i> bei einem bestmöglichen Einsatz der Marketingmassnahmen aller Anbieter.</p> <p><b>Marktvolumen:</b> zeigt die <i>tatsächliche Marktgrösse</i> und entspricht dem Total der Umsätze aller Anbieter.</p> <p><b>Marktanteil:</b> nennt den <i>prozentualen Anteil</i> (bezogen auf Menge oder Wert) eines Anbieters am gesamten Marktvolumen.</p>	
© Schatz Verlag			
Betriebswirtschaft	Frage 26	Betriebswirtschaft	Antwort 26
Was heisst Marktsegmentierung?		Unter Marktsegmentierung versteht man die <b>Aufteilung des Gesamtmarktes in homogene Käufergruppen</b> nach verschiedenen Kriterien.	
Wieso segmentieren wir einen Markt?		Damit können wir auf die spezifischen Bedürfnisse dieser Gruppen abgestimmte Güter und Dienste anbieten.	
Und nach welchen Kriterien kann ich segmentieren?		Wir können diese Aufteilung beispielsweise vornehmen: ↪ nach <i>geografischen</i> Kriterien ↪ nach <i>demografischen</i> Kriterien ↪ nach <i>psychografischen</i> Kriterien ↪ nach <i>verhaltensbezogenen</i> Kriterien	
© Schatz Verlag			
Betriebswirtschaft	Frage 27	Betriebswirtschaft	Antwort 27
Beschreiben Sie in eigenen Worten die Bestandteile eines Marketing-Mixes.		<p><b>Produkt</b> oder Marktleistungsgestaltung</p> <p><b>Preis</b> oder Preisgestaltung</p> <p><b>Place</b> oder Distribution</p> <p><b>Promotion</b> oder Marktbearbeitung</p> <p>«Mix» bedeutet, dass die vier P's in einer <b>optimalen Mischung</b> stehen müssen, dass die einzelnen Aspekte untereinander nicht widersprüchlich sein dürfen, sondern sich gegenseitig stützen und fördern.</p>	
© Schatz Verlag			

Betriebswirtschaft	Frage 28	Betriebswirtschaft	Antwort 28
<p>Beschreiben Sie den idealtypischen Produktlebenszyklus.</p> <p>Erklären Sie auch, in welcher Phase das Unternehmen die Gewinnzone erreicht.</p> <p>© Schatz Verlag</p>		 <p>Das Diagramm zeigt den idealtypischen Produktlebenszyklus. Die Y-Achse ist mit 'CHF' (Umsatz) und 'Gewinn' (Gewinn) beschriftet, die X-Achse mit 'Zeit'. Die Kurve für den Umsatz (rot) beginnt in der Phase 'Einführung' und steigt kontinuierlich bis zur 'Sättigung' an, bevor sie im 'Rückgang' fällt. Die Kurve für den Gewinn (blau) beginnt im negativen Bereich (Verlust) in der 'Entwicklung' und 'Einführung', schneidet die X-Achse am Übergang zur 'Wachstum'-Phase (Break-Even), erreicht ein Maximum in der 'Reife'-Phase und fällt dann in der 'Sättigung' und 'Rückgang' ab. Die Phasen sind: Entwicklung, Einführung, Wachstum, Reife, Sättigung, Rückgang.</p>	
Betriebswirtschaft	Frage 29	Betriebswirtschaft	Antwort 29
<p>Nennen Sie die drei Arten der Preisbestimmung.</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p><b>Cost-up Pricing:</b> Wir berechnen unsere (Herstell-)kosten für ein Produkt und schlagen auf diese sogenannten Selbstkosten einen Gewinnzuschlag.</p> <p><b>Target Pricing:</b> Hier wird im Voraus ein bestimmter Endverkaufspreis bestimmt, den die Hersteller des Produktes unbedingt einzuhalten haben.</p> <p><b>Benefit Pricing:</b> Ein Kunde realisiert mit dem Erwerb unseres Produktes einen Mehrnutzen in Form einer Kostenersparnis. Wir wollen diesen «Mehrnutzen» (Benefit) zum Teil abschöpfen, indem wir unser Angebot hochpreisig anbieten.</p>	
Betriebswirtschaft	Frage 30	Betriebswirtschaft	Antwort 30
<p>Welche Aufgaben übernehmen Zwischenhändler?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Sie <b>vereinfachen die Wirtschaftsbeziehungen</b>, wie die folgende Darstellung zeigt:</p>  <p>Zudem kann ein Vertriebspartner <b>wichtige Zusatzfunktionen</b> übernehmen (z.B. Finanzierung und Zahlungsverkehr, Warenpräsentation, Beratung und Service).</p>	

Betriebswirtschaft	Frage 31	Betriebswirtschaft	Antwort 31
Was versteht man unter Public Relations (PR)?		<p>Mit <i>Public Relations</i> oder Öffentlichkeitsarbeit versucht eine Unternehmung, ein <b>Vertrauensverhältnis</b> zu <b>schaffen</b>, das die zukünftigen Beziehungen zwischen ihr und möglichen Kunden oder anderen Anspruchsgruppen (Stakeholdern) erleichtert.</p> <p>Es sollen <i>Sympathie und Verständnis</i> gegenüber dem Unternehmen erzeugt werden.</p>	
© Schatz Verlag			
Betriebswirtschaft	Frage 32	Betriebswirtschaft	Antwort 32
Nennen Sie mindestens 5 Elemente einer Werbekonzeption.		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Werbeobjekt</i></li> <li>2. <i>Werbesubjekt</i></li> <li>3. <i>Werbeziele</i></li> <li>4. <i>Werbebotschaft</i></li> <li>5. <i>Werbemedien</i></li> <li>6. <i>Werbeperiode</i></li> <li>7. <i>Werbeort</i></li> <li>8. <i>Werbebudget</i></li> </ol>	
© Schatz Verlag			
Betriebswirtschaft	Frage 33	Betriebswirtschaft	Antwort 33
© Schatz Verlag			