

Abschlussprüfung Sommer 2024

Lösungshinweise

Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel Teil 2 der Abschlussprüfung

Geschäftsprozesse im Einzelhandel 100 Punkte

Allgemeine Korrekturhinweise

1. Lesen Sie bitte zunächst die Aufgaben und Lösungshinweise ganz durch, bevor Sie mit der Korrektur beginnen. Nehmen Sie die Korrektur anhand der Angaben in den Lösungshinweisen vor.
2. Die Aufgaben und Lösungshinweise wurden von dem zuständigen Ausschuss mit der größtmöglichen Sorgfalt erstellt. Dennoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Arbeiten der Teilnehmer richtige Antworten/Lösungen enthalten, die hier nicht vorgesehen sind. Bitte vergeben Sie in diesem Fall Ihre Punktzahl in Anlehnung an die Lösungshinweise.
3. Wenn Sie die Lösung eines Prüfungsteilnehmers im Vergleich zu den Lösungshinweisen nur als teilweise richtig werten, reduzieren Sie bitte die in den Lösungshinweisen genannte Punktzahl entsprechend. Wenn ein Prüfungsteilnehmer mehr Angaben macht, als in der Aufgabe gefordert sind, sind nur die erstgenannten Angaben in der geforderten Anzahl zu bewerten. Bei Rechenaufgaben sind Ergebnisse, die aufgrund vorheriger Rechenfehler von den Lösungshinweisen abweichen, als richtig zu werten.
4. Bei fachlich richtigen Antworten können – entsprechend den Angaben in den Lösungshinweisen – für eine schlüssige Formulierung oder formgerechte Darstellung Punkte vergeben werden. Ansonsten fließen die deutsche Sprache und die Darstellung nicht in die Bewertung mit ein.
5. Tragen Sie das Ergebnis der Korrektur auf dem Bearbeitungsbogen (jeweiliges Feld für die Punkte der ungebundenen Aufgaben) für den jeweiligen Prüfling ein! Die Punktwerte sind ganzzahlig anzugeben (z. B. 6 oder 3). Wenn ein Prüfling die Aufgabe nicht bearbeitet hat oder wegen falscher Antwort null Punkte erhält, ist 0 einzutragen.
6. Für die Bewertung gilt folgender Punkte-Noten-Schlüssel

Note 1:	100 - 92 Punkte	Note 2:	unter 92 - 81 Punkte	Note 3:	unter 81 - 67 Punkte
Note 4:	unter 67 - 50 Punkte	Note 5:	unter 50 - 30 Punkte	Note 6:	unter 30 - 0 Punkte

Die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe dieser Lösungshinweise ist nicht gestattet. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich (§§ 97 ff., 106 ff. UrhG) verfolgt.

© IHK Nürnberg für Mittelfranken – AKA – Nürnberg 2024 – Alle Rechte vorbehalten!

Lösungshinweise	o.a.s.L. = oder andere sinnvolle Lösungen	Punkte								
1. Aufgabe (28 Punkte)										
1.1										
3 Informationen, je 1 Punkt, z. B.		3								
<ul style="list-style-type: none"> - Nachfrageverhalten - Käuferstruktur - Angebot der Mitbewerber - Marktvolumen 	<ul style="list-style-type: none"> - Kundenansprüche - Absatzchancen - Absatzrisiken - o.a.s.L. 									
1.2										
3 Fragen, je 1 Punkt, z. B.		3								
<ul style="list-style-type: none"> - Reicht der Lagerplatz? - Passt der Artikel in das Sortiment? - Wird eine ausreichende Gewinnspanne erzielt? - Wo kann der Artikel beschafft werden? - o.a.s.L. 										
1.3										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th data-bbox="107 649 318 678">Marketinginstrumente</th> <th data-bbox="396 649 835 678">Jeweils 2 Beispiele zur Umsetzung (je 1 Punkt)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="90 684 325 713">Preis/Konditionenpolitik</td> <td data-bbox="351 684 844 850"> <ul style="list-style-type: none"> • Gewährung von Rabatten • Einräumen eines Zahlungsziels • Ermöglichen eines Teilzahlungskaufs • Abgabe/Verkauf einer Garantie/Garantieverlängerung • Anbieten von Einführungspreisen • o.a.s.L </td> </tr> <tr> <td data-bbox="90 857 225 885">Servicepolitik</td> <td data-bbox="351 857 810 1048"> <ul style="list-style-type: none"> • Lieferservice • Aufbauservice • Reparaturdienst • Kundens Schulung zur Bedienung gekaufter Geräte • Wartungsservice • Rücknahme von Altware • o.a.s.L </td> </tr> <tr> <td data-bbox="90 1054 314 1083">Kommunikationspolitik</td> <td data-bbox="351 1054 710 1193"> <ul style="list-style-type: none"> • Werbeaktionen • Verteilen von Flyern in der Umgebung • Verkostung von Lebensmitteln • Platzierung von Aufstellern im Laden • o.a.s.L </td> </tr> </tbody> </table>		Marketinginstrumente	Jeweils 2 Beispiele zur Umsetzung (je 1 Punkt)	Preis/Konditionenpolitik	<ul style="list-style-type: none"> • Gewährung von Rabatten • Einräumen eines Zahlungsziels • Ermöglichen eines Teilzahlungskaufs • Abgabe/Verkauf einer Garantie/Garantieverlängerung • Anbieten von Einführungspreisen • o.a.s.L 	Servicepolitik	<ul style="list-style-type: none"> • Lieferservice • Aufbauservice • Reparaturdienst • Kundens Schulung zur Bedienung gekaufter Geräte • Wartungsservice • Rücknahme von Altware • o.a.s.L 	Kommunikationspolitik	<ul style="list-style-type: none"> • Werbeaktionen • Verteilen von Flyern in der Umgebung • Verkostung von Lebensmitteln • Platzierung von Aufstellern im Laden • o.a.s.L 	6
Marketinginstrumente	Jeweils 2 Beispiele zur Umsetzung (je 1 Punkt)									
Preis/Konditionenpolitik	<ul style="list-style-type: none"> • Gewährung von Rabatten • Einräumen eines Zahlungsziels • Ermöglichen eines Teilzahlungskaufs • Abgabe/Verkauf einer Garantie/Garantieverlängerung • Anbieten von Einführungspreisen • o.a.s.L 									
Servicepolitik	<ul style="list-style-type: none"> • Lieferservice • Aufbauservice • Reparaturdienst • Kundens Schulung zur Bedienung gekaufter Geräte • Wartungsservice • Rücknahme von Altware • o.a.s.L 									
Kommunikationspolitik	<ul style="list-style-type: none"> • Werbeaktionen • Verteilen von Flyern in der Umgebung • Verkostung von Lebensmitteln • Platzierung von Aufstellern im Laden • o.a.s.L 									
1.4										
2 Gründe, je 1 Punkt, z. B.		2								
<ul style="list-style-type: none"> - Nachfragesituation hat sich verbessert - Mitbewerber hat sein Unternehmen aufgegeben - Mitbewerber hat sein Sortiment verändert - Hersteller werben verstärkt - Verbesserung der konjunkturellen Lage - o.a.s.L. 										

1.5 (14 Punkte)

1.5.1

6

	Begriffserklärung (je 2 Punkte)	Je eine Methode (je 1 Punkt)
Primär- forschung	Erhebung neuer Daten im Rahmen der Marktforschung	<ul style="list-style-type: none"> • Telefonische Kundenbefragungen • Kundengespräche im Geschäft • Kundenbeobachtung • Fragebögen, Experimente/Tests
Sekundär- forschung	Nutzung vorhandener Daten aus der Marktforschung	<ul style="list-style-type: none"> • Statistiken • Fachzeitschriften • Statistisches Bundesamt • Industrie- und Handelskammer • Marktforschungsinstitute • Internet

1.5.2

4

2 Informationen, je 2 Punkte, z. B.

Methode: Entwicklung eines Fragebogens/Tablet/QR-Code, Befragung der Kunden, Auswertung von Onlinerezensionen

Erläuterung: Welche neuen Artikel sollten in das Sortiment aufgenommen werden und welche Preisvorstellungen haben die Kunden zu diesen Artikeln? Welche Artikel interessieren die Kunden besonders?

Hinweis für die Korrektur: Folgefehler aus 1.5.1 führen nicht zum Punktabzug!

1.5.3

2 Vorteile der Primärforschung, je 1 Punkt, z. B.

2

- Aktuelle Daten
- Unternehmensbezogene Daten
- Hohe Genauigkeit der Daten
- Gezielte Datenermittlung
- o.a.s.L.

2 Vorteile der Sekundärforschung, je 1 Punkt, z. B.

2

- Kostengünstig
- Schnell verfügbar
- Geringer Arbeitsaufwand
- Viele Daten verfügbar
- o.a.s.L.

Lösungshinweise			Punkte
2. Aufgabe (19 Punkte)			6
2.1			
	Geschäftsführung (je 1 Punkt)	Haftung (je 1 Punkt)	
Einzelunternehmung	Inhaber	Mit Betriebs- und Privatvermögen	
KG-Kommanditist	Keine Geschäftsführung	Mit der Einlage	4
KG-Komplementär	Gesamte Geschäftsführung	Mit Einlage und Privatvermögen,	
2.2			
4 Angaben, je 1 Punkt, z. B.			
- Firma			
- Rechtsform			
- Geschäftsgegenstand			
- Haftungssumme			
- Geschäftssitz			
- Prokura			
- o.a.s.L.			
2.3 (3 Punkte)			2
2.3.1			
Erläuterung Firmenausschließlichkeit: Eine Firma muss sich von anderen Firmen am selben Ort unterscheiden.			
2.3.2			1
Abteilung A			
2.4			6
Gesellschafter	Verzinsung in Euro (je 1 Punkt)	Restgewinn in Euro (je 1 Punkt)	
Schmidt	2.000,00	10.000,00	
Müller	1.200,00	6.000,00	
Freund	800,00	4.000,00	

Lösungshinweise	Punkte
3. Aufgabe (15 Punkte) 3.1 44.030,00 € – 880,60 € = 43.149,40 €	2
3.2 43.149,40 € : 1,19 = 36.260,00 € oder 37.000,00 € abzgl. 2 % Skonto = 36.260,00 € <i>Hinweis für die Korrektur: Folgefehler führen nicht zum Punktabzug!</i>	2
3.3 36.260,00 € : 6 = 6.043,33 € <i>Hinweis für die Korrektur: Folgefehler führen nicht zum Punktabzug!</i>	2
3.4 $\frac{6.043,33 \text{ €} \times 10}{12} = \mathbf{5.036,11 \text{ €}}$ <i>Hinweis für die Korrektur: Folgefehler führen nicht zum Punktabzug!</i>	2
3.5 36.260,00 € – 5.036,11 € = 31.223,89 € <i>Hinweis für die Korrektur: Folgefehler führen nicht zum Punktabzug!</i>	2
3.6 2 Aspekte, je 1 Punkt, z. B. - Wertminderung durch Abnutzung - Wertminderung durch Alterung - Wertminderung durch technischen Fortschritt - Gesetzliche Vorschriften (HGB) - o.a.s.L.	2
3.7 Abschreibungen sind Aufwendungen. Sie mindern den Gewinn.	2
3.8 Der Pkw wird mit dem Erinnerungswert von 1 € in der Bilanz erfasst.	1

Lösungshinweise	Punkte
<p>4. Aufgabe (18 Punkte)</p> <p>4.1</p> <p>Eigenkapitalrentabilität: $\frac{2.202.800,00 \text{ €} \times 100}{20.927.000,00 \text{ €}} = 10,53 \%$</p> <p>Umsatzrentabilität: $\frac{2.202.800,00 \text{ €} \times 100}{33.400.000,00 \text{ €}} = 6,60 \%$</p> <p>Umsatz je m² Raumleistung: $\frac{33.400.000,00 \text{ €}}{10.000 \text{ m}^2} = 3.340,00 \text{ €/m}^2$</p> <p>Umsatz je Mitarbeiter (Arbeitsproduktivität): $\frac{33.400.000,00 \text{ €}}{180} = 185.555,56 \text{ €}$</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>
<p>4.2</p> <p>3 Maßnahmen, je 2 Punkte, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Höheres Warenangebot, um die Fläche besser zu nutzen - Zusätzliche Regalböden einsetzen, sodass mehr Ware angeboten werden kann - Kundenorientierte Warenplatzierung, um den Verkauf zu fördern - Verkaufsaaktive Regalplatzierung, um den Kundenstrom besser zu lenken und Spontankäufe zu fördern - Aufnahme von hochpreisigen Artikeln, um den Umsatz zu erhöhen - o.a.s.L. 	<p>6</p>
<p>4.3</p> <p>2 Auswirkungen, je 2 Punkte, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Umsatzrückgang durch fehlende Mitarbeiter - Überlastung der Mitarbeiter durch Arbeitsverdichtung - Erhöhter Krankenstand durch Arbeitsverdichtung - Schlechtes Image durch mangelnde Beratungsqualität - o.a.s.L. 	<p>4</p>

Lösungshinweise	Punkte
5. Aufgabe (20 Punkte) 5.1 18.500.000,00 : 3.000.400,00 = 6,17	2
5.2 3 Maßnahmen, je 2 Punkte, z. B. - Die Platzierung der Waren im Verkaufsraum verbessern, um den Umsatz zu steigern - Bestellmenge verringern, um den Wareneinsatz zu senken - Aktiveres Verkaufsverhalten der Mitarbeiter fördern, um den Abverkauf der Waren zu erhöhen - Gezielte Werbemaßnahmen durchführen, um Absatz zu erhöhen - Sortimentsanpassungen vornehmen, um neue Kunden zu gewinnen - o.a.s.L.	6
5.3 360 : 6,17 = 58,35 Tage <i>Hinweis für die Korrektur: Folgefehler führen nicht zum Punktabzug!</i>	2
5.4 1,25 x 58,35 : 360 = 0,20 % <i>Hinweis für die Korrektur: Folgefehler führen nicht zum Punktabzug!</i>	2
5.5 0,20 x 3 000 400 : 100 = 6.000,80 € <i>Hinweis für die Korrektur: Folgefehler führen nicht zum Punktabzug!</i>	2
5.6 2 Auswirkungen, je 2 Punkte, z. B. - Die Maxikauf GmbH hat eine geringere Liquidität und ist somit weniger flexibel. - Die Lagerisiken steigen, wodurch höhere Aufwendungen entstehen können. - Die Maxikauf GmbH könnte das Geld anlegen und somit Zinserträge erwirtschaften. - o.a.s.L.	4
5.7 2 Gründe, je 1 Punkt, z. B. - Zu hohe Lagerbestände - Zu hohe Personalkosten - Zu hohe Energiekosten - o.a.s.L.	2