



**KULTUSMINISTER
KONFERENZ**

Einheitliche Prüfungsanforderungen in der Abiturprüfung

Wirtschaft

Ergänzung der Aufgabenbeispiele
Betriebswirtschaft und Volkswirtschaft

(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 16.12.2021)

Sekretariat der Kultusministerkonferenz
Referat Berufliche Bildung, Weiterbildung und Sport
Taubenstraße 10
10117 Berlin
Tel. 030 25418-499
berufsbildung@kmk.org
<http://www.kmk.org>

Handlungssituation

Das Unternehmen

MEINLEIN AG – SMARTE HELFER FÜR DEN ALLTAG

Seit über 65 Jahren steht die MEINLEIN AG für eine große, sich stetig weiter entwickelnde Palette anspruchsvoller elektronischer Produkte für den Haushalt. Ausgeprägte Alltagstauglichkeit, erwiesene technische Reife sowie ein durchgängig hoher Qualitätsanspruch sollen den Kundennutzen sichern.

Unternehmensgründer Hans MEINLEIN erkennt in den 1950er Jahren das enorme Potenzial von Kühlschränken. Zu dieser Zeit besitzt lediglich jeder zehnte bundesdeutsche Haushalt einen Kühlschrank. Mit einer eigenen Produktionsanlage am niedersächsischen Standort Hameln, wo sich auch heute noch der Firmensitz befindet, wird 1955 der erste Kühlschrank gefertigt und bereits ein Jahr später beginnt die Serienproduktion.

Heute produziert die MEINLEIN AG Haushaltsgeräte, die größtenteils noch über den Fachhandel vertrieben werden, in drei Geschäftsfeldern: Kühl-/Gefriergeräte, Geräte zur Bodenreinigung und Geräte zum Waschen und Trocknen. Im Berichtsjahr erzielt die MEINLEIN AG geschäftsfeldübergreifend einen Umsatz von 313 Mio. Euro. Das entspricht einer überdurchschnittlichen Steigerung um circa 25 Mio. Euro bzw. 8,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Das positive Ergebnis resultiert aus der 2017 begonnenen Digitalisierungsoffensive. Im Rahmen dieser strategischen Neuausrichtung baute die MEINLEIN AG im schwäbischen Biberach zunächst ein neues Zweigwerk für die Produktion von Haushaltsgeräten. Die hochmoderne Fabrik erfüllt Industrie 4.0-Standards. Überdies soll das Unternehmen unabhängiger von den zumeist asiatischen Zulieferern werden. Im letzten Jahr startete dann die neue Vertriebs- und Service-Plattform „Connected-Services“. Dieses Online-Portal dient dem Vertrieb von Produkten und der Betreuung der MEINLEIN-Kunden in Deutschland, wodurch eine engere Bindung zwischen Hersteller und Endkunden erreicht werden soll.

Die Branche – Marktumfeld in Deutschland und Europa

Derzeit wird der Markt für Elektro-Haushaltsgeräte nach wie vor vom Fachhandel dominiert. Seit Jahren werden Groß- und Kleingeräte mit stetig über 70 Prozent Marktanteil überwiegend vom stationären Fachhandel an Endkunden verkauft. Allerdings zeigt der Trend, dass dieser Marktanteil langsam schrumpft. Trotz der Erklärungsbedürftigkeit vieler Haushaltsgeräte ist der Online-Vertrieb längst zum Milliardengeschäft geworden. Seit 2010 ist der Online-Handel von Haushaltsgeräten in Deutschland um durchschnittlich 17,5 Prozent pro Jahr gewachsen.

Ziele und Strategien

Die MEINLEIN AG hat als Reaktion auf den Trend der zunehmenden Digitalisierung der Haushalte bereits vor zwei Jahren auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin (IFA) unter dem Motto „Making your life smarter“ intelligente Technologien für den Haushalt von morgen präsentiert. In Kooperation mit Microsoft wurde die „SmartLink“-Technologie entwickelt, die für die Vernetzung der Haushaltsgeräte mit ihren Nutzern sorgt.

Die MEINLEIN AG setzt diese Technologie in dem Geschäftsfeld Kühl-/Gefriergeräte ein. Beispielsweise ermöglicht sie dem Anwender mit seinem MEINLEIN-Kühlschrank zu interagieren und eröffnet ihm via Smartphone-Anbindung neue Dimensionen einer gesünderen Vorratshaltung und eines innovativen Lebensmittelmanagements.

Laut der Vorstandsvorsitzenden Frau Dr. Franziska MEINLEIN soll mit den Investitionen in die eigene Digitalisierung auch in den Bereichen Produktion und Absatz das stetige und sozial verträgliche Wachstum fortgesetzt werden.

Aufgabenstellung

- 1 Auf der nächsten Vorstandssitzung soll die strategische Ausrichtung der MEINLEIN AG in Bezug auf Kühlschränke der Granit-Reihe diskutiert werden. Der Vorstand überlegt einen Webshop mit einem Produktkonfigurator für diese Kühlschränke einzuführen. Als Vorstandsassistentin bzw. Vorstandsassistent werden Sie damit beauftragt, die Sitzung vorzubereiten.
- 1.1 **Arbeiten** Sie aus der Handlungssituation insgesamt vier Stärken und Schwächen der MEINLEIN AG **heraus**. 6 BE
- 1.2 **Fassen** Sie insgesamt sechs Vorteile eines Produktkonfigurators sowohl aus Sicht der Kunden als auch aus Sicht der MEINLEIN AG mithilfe der Anlage 1 in Form einer Tischvorlage **zusammen**. 8 BE
- 1.3 Kühlschränke, die von den Kundinnen und Kunden mithilfe eines Produktkonfigurators selbst konfiguriert werden können, sind bereits entwickelt worden. Diese neue GRANIT-Reihe soll auch in Hameln produziert werden, allerdings wird dafür eine neue Produktionsanlage benötigt. Für das finnische Angebot liegen bereits die unten stehenden Ergebnisse der statischen Investitionsrechnung vor. **Ermitteln** Sie in nachvollziehbarer Form die Stückkosten, den Stückgewinn sowie die Rentabilität der Maschine des irischen Anbieters und **werten** Sie Ihre Ergebnisse im Hinblick auf die Investitionsentscheidung **aus**. 10 BE

	Finnland Digital Top	Irland Speed 5
Anschaffungskosten	8.000.000,00 EUR	9.500.000,00 EUR
Wiederbeschaffungskosten am Ende der Nutzungsdauer	9.000.000,00 EUR	9.700.000,00 EUR
geplante Nutzungsdauer	8 Jahre	8 Jahre
Restwert/Liquidationserlös am Ende der Laufzeit	250.000,00 EUR	500.000,00 EUR
Kalkulationszinssatz	6,00 Prozent	6,00 Prozent
sonstige fixe Kosten ohne Abschreibungen und Zinsen	700.030,00 EUR/Jahr	650.000,00 EUR/Jahr
Rohstoffaufwand je Stück	190,00 EUR	190,00 EUR
Lohnkosten je Stück	110,00 EUR	105,00 EUR
max. Produktionsmenge	16.000 Stück/Jahr	17.000 Stück/Jahr
Stückerlös	510,00 EUR	510,00 EUR
Stückkosten	427,58 EUR	
Stückgewinn	82,42 EUR	
Rentabilität	37,97 Prozent	

- 1.4 Die MEINLEIN AG möchte bei der Produktion der neuen GRANIT-Kühlschränke mit der angeschafften Maschine vermehrt den Aspekt der Nachhaltigkeit berücksichtigen. **Erläutern** Sie insgesamt vier Aspekte in den Dimensionen Soziales und Ökologie, durch die die MEINLEIN AG bei der Produktion der Kühlschränke dieser Forderung nachkommen würde. 6 BE
- 1.5 Für eine erfolgreiche Einführung der neuen GRANIT-Reihe soll diese umfassend bekannt gemacht werden. Insbesondere soll eine jüngere, wohlhabende Käuferschicht mit der neuen GRANIT-Reihe angesprochen werden. **Entwickeln** Sie **selbstständig** vier konkrete Online-Marketingmaßnahmen für die MEINLEIN AG, die geeignet sind, die neuen Kühlschränke dieser Käuferschicht nahe zu bringen. 6 BE
- 1.6 **Diskutieren** Sie anhand von vier Argumenten – auch vor dem Hintergrund Ihrer bisherigen Ergebnisse –, ob die MEINLEIN AG den Vertrieb der neuen Kühlschrankreihe GRANIT auch über einen eigenen Webshop mit Produktkonfigurator durchführen sollte. 8 BE

- 2 Die MEINLEIN AG erwirtschaftet circa 65 Prozent ihres Umsatzes über den Verkauf indirekt (über den Fachhandel) an private Haushalte als Endkunden, der Rest wird als Haushaltsgroßgeräte an gewerbliche Kunden verkauft. Als Haupttreiber eines wachsenden Marktes gilt dabei der Übergang zu innovativeren und energieeffizienteren Technologien. Während im Marktsegment Haushaltsgroßgeräte die Geräte etwas teurer sind, aber in der Regel seltener ausgetauscht werden, haben Haushaltskleingeräte eine kürzere Lebensdauer und meistens können Verbraucher leicht von Neuanschaffungen überzeugt werden. Somit ist das Kaufverhalten im Segment der Haushaltskleingeräte deutlich konjunkturanfälliger. Für das Management der MEINLEIN AG ist es daher wichtig, gesamtwirtschaftliche Entwicklungen einschätzen zu können.
- in Anlehnung an:
<https://de.statista.com/outlook/16000000/102/haushaltsgeraete/europa#market-revenue> [03.02.2021]
- 2.1 **Erläutern** Sie mit Bezug zur Anlage 2, in welcher konjunkturellen Phase sich die Gesamtwirtschaft im Jahr 2020 befand. **Erklären** Sie, welche Wirkung die gesamtwirtschaftliche Entwicklung auf die Absatzentwicklung der MEINLEIN AG haben könnte und wie die MEINLEIN AG marketingpolitisch darauf reagieren könnte. 8 BE
- 2.2 In sozialmarktwirtschaftlich geprägten Volkswirtschaften haben private Haushalte, Staat und Unternehmen wie die MEINLEIN AG aus verschiedenen Gründen Interesse an einem positiven und stetigen Konjunkturverlauf. **Benennen** Sie insbesondere auf Grundlage der Daten aus dem 1. Halbjahr 2020 (Anlage 2) zwei geeignete konjunkturpolitische Maßnahmen im Rahmen der antizyklischen Fiskalpolitik und **erläutern** Sie die Wirkung der jeweiligen Maßnahmen anhand entsprechender (im Durchschnitt dreistufiger) Wirkungsketten. 8 BE
- 2.3 Im Kontext antizyklischer Fiskalpolitik zur Zeit der Corona-Pandemie und der im Grundgesetz verankerten Schuldengrenze (Anlage 3 Material 1) steht die in Anlage 3 Material 2 abgebildete Karikatur. **Interpretieren** Sie die Karikatur mit Bezug zur Anlage 2. 10 BE
- 2.4 **Begründen** Sie anhand von zwei Aspekten, welches wirtschaftspolitische Konzept dem Vorschlag von Lars Feld, dem Vorsitzenden des Sachverständigenrates, zugrunde liegt (Anlage 4), und **beurteilen** Sie den Vorschlag aus Arbeitnehmerperspektive und aus der Perspektive der MEINLEIN AG als Arbeitgeberin. 10 BE
- 2.5 Die Fokussierung auf das Wirtschaftswachstum hat auch immer Auswirkungen auf das Erreichen anderer Ziele im Rahmen des magischen Sechsecks. **Stellen** Sie bezogen auf das Wirtschaftswachstum und im Kontext des magischen Sechsecks zwei mögliche Zielkonflikte **dar**. 6 BE
- 2.6 Im Kontext der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung haben sich auch Änderungen auf dem Arbeitsmarkt ergeben. **Analysieren** Sie die Arbeitsmarktdaten (Anlage 5) hinsichtlich der verdeckten Arbeitslosigkeit und drei verschiedener Arten der Arbeitslosigkeit. **Beschreiben** Sie eine der angeführten Arten der Arbeitslosigkeit mit Bezug zur MEINLEIN AG. 14 BE

Anlage 1

Vorteile eines Produktkonfigurators als digitaler Berater im B2B

28.02.2018 by Sara Herrera

Kunden geben sich nicht mehr mit Standards zufrieden. Im Gegenteil: Sie erwarten individualisierte Produkte, die ihre eigenen Wünsche widerspiegeln oder ihre spezifischen Bedürfnisse erfüllen. Produktattribute wie Farbe, Größe, Form, Ausstattung oder technische Details können bereits online ausgewählt werden und Kunden können sich somit ein auf sie zugeschnittenes Endprodukt konfigurieren. Verantwortlich dafür ist der sogenannte Online-Konfigurator.

Besonders etabliert ist ihr Einsatz in der Auto-, Möbel und PC-Branche. Das Potenzial im B2B-Bereich bleibt derzeit noch weitestgehend ungenutzt, ist aber enorm. [...]

Individuelle Anforderungen erfüllen – vom B2C lernen

Mass Customization ist in aller Munde. Wünsche und individuelle Anforderungen der Kunden werden zunehmend wichtiger. Start-ups wie mymuesli.de und limberry.de gründeten ihr Geschäftsmodell auf diese Idee: Den persönlichen Geschmack des Kunden zu treffen und den Einkauf gleichzeitig zum Erlebnis zu machen. [...]

Die Herausforderung ist es, eine individualisierte Massenfertigung zu ermöglichen und die vielen verschiedenen Möglichkeiten an Kombinationen zu einem fairen Preis anzubieten. [...]

Ein Online-Konfigurator ermöglicht Kunden, entsprechend der individuellen Anforderungen das passende Produkt aus der großen Anzahl von möglichen Produktvarianten intuitiv, einfach und schnell darzustellen und direkt zu bestellen.

Das ist besonders nützlich für B2B-Unternehmen, die hochkomplexe Waren zum Verkauf anbieten. Da ist es nicht überraschend, dass die Ansprüche im B2B auch in diese Richtung zunehmend steigen.

Aber worin liegen die Vorteile eines Konfigurators in B2B-Bereich?

EFFEKTIVE DIGITALE VERKAUFSBERATER

Der Zeppelin Baumaschinen Konfigurator von dem weltgrößten Hersteller von Baumaschinen, Caterpillar, ähnelt stark einem PKW-Konfigurator. Hier können Kunden auch Großmaschinen wie Kräne leicht zusammenstellen. [...] Die Vorteile liegen darin, dass der Vertriebler schnell und einfach die Bedürfnisse, Vorlieben und Anforderungen seiner Kunden kennenlernt – nämlich welche Bauteile verbaut werden sollen oder welches Budget der Kunde zur Verfügung hat.

Anschließend stellt der Konfigurator für den Fachhandel einen hilfreichen Leitfaden für das Beratungsgespräch dar. Der Vertriebler hat notwendige Informationen, wie Materialverfügbarkeit, Preise, Liefertermine usw. direkt zur Hand.

KONFIGURATOREN MACHEN SPASS UND SIND BEQUEM

Als ob es sich um ein Spielzeug von Lego handeln würde, bei dem die verschiedenen bunten Farben zusammenpassen sollten, haben Kunden die Möglichkeit sich vor einer persönlichen Beratung durch den Fachhandel spielerisch mit einem neuen (komplexen) Produkt zu beschäftigen.

Außerdem können Händler und Hersteller Kunden einen Mehrwert bieten. Aus gesammelten Informationen kann automatisch ein Angebot in verschiedenen Formaten anhand der hinterlegten Formeln und Regeln generiert werden: Anschreiben, Kalkulation, Zeichnungen, Abbildungen oder Betriebsanleitungen. [...]

PRODUKTFEHLER VERMEIDEN

Durch die verschiedenen Einstellungsoptionen und die vielfältige Auswahl – besonders im B2B – kann ein Produktkonfigurator eine automatisierte Machbarkeitsprüfung für den Ausschluss von Produktfehlern anbieten und somit den Kunden in seiner Entscheidungsfindung individuell unterstützen. [...]

Quelle:

<https://www.handelskraft.de/vorteile-eines-produktkonfigurators-als-digitaler-berater-im-b2b-teil-1/> [01.02.2021]

Anlage 2 **Daten zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung**

Abbildung 1

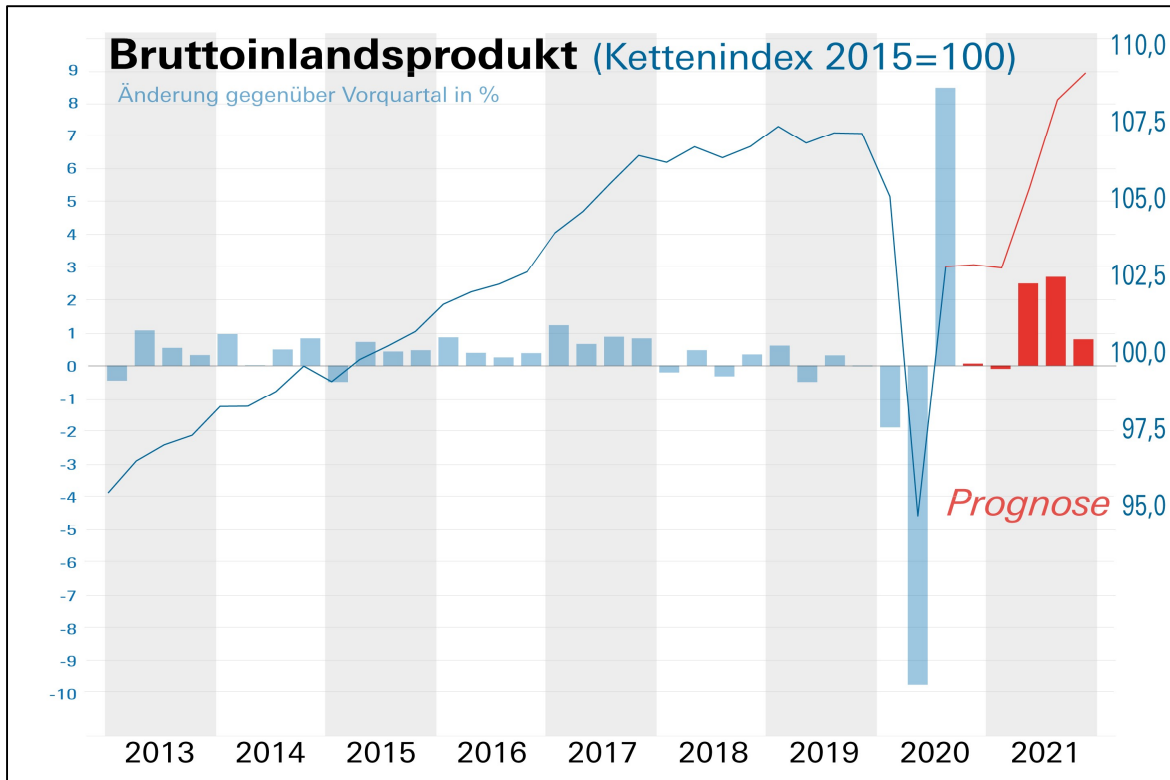
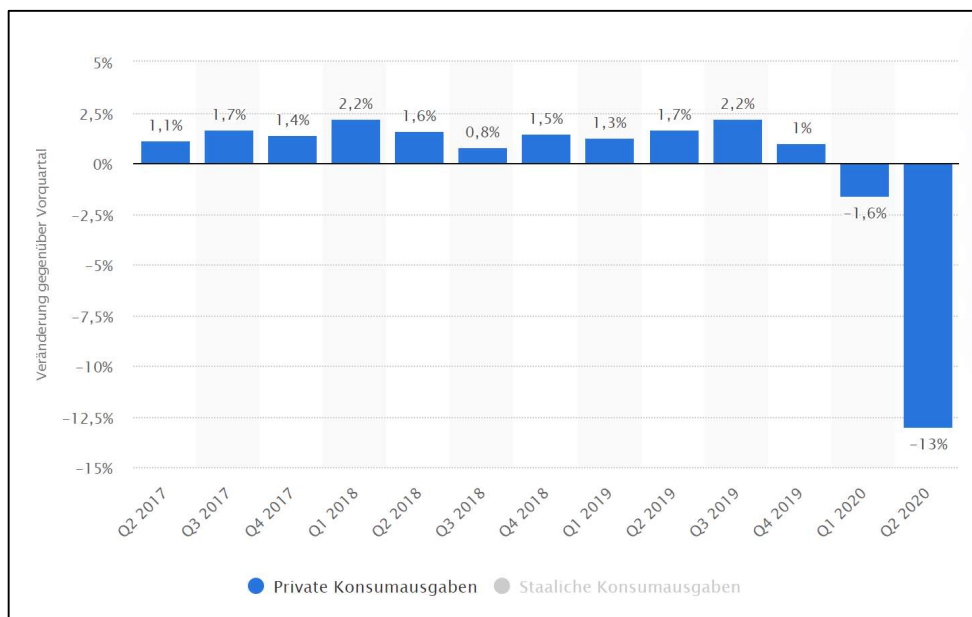


Abbildung 2: Veränderung der privaten Konsumausgaben in Deutschland vom 2. Quartal 2017 bis zum 2. Quartal 2020 (gegenüber Vorjahresquartal; preisbereinigt)



Anlage 3

Material 1: Auszug aus dem Grundgesetz zur Schuldengrenze

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland Art 109

[...]

(3) Die Haushalte von Bund und Ländern sind grundsätzlich ohne Einnahmen aus Krediten auszugleichen. Bund und Länder können Regelungen zur im Auf- und Abschwing symmetrischen Berücksichtigung der Auswirkungen einer von der Normallage abweichenden konjunkturellen Entwicklung sowie eine Ausnahmeregelung für Naturkatastrophen oder außergewöhnliche Notsituationen, die sich der Kontrolle des Staates entziehen und die staatliche Finanzlage erheblich beeinträchtigen, vorsehen. Für die Ausnahmeregelung ist eine entsprechende Tilgungsregelung vorzusehen. [...]

Quelle: https://www.gesetze-im-internet.de/gg/art_109.html [03.02.2021]

Material 2: Karikatur



Quelle: <https://www.handelsblatt.com/meinung/kommentare/pro-und-contra-sollte-die-schuldenbremse-auf-jahre-ausgesetzt-werden/26853692.html> [01.02.2021]

Anlage 4 Textauszug WirtschaftsWoche - Lars Feld im Interview (09.07.2020)

Der Vorsitzende der Wirtschaftsweisen, Lars Feld, empfiehlt angesichts der Corona-Rezession ein Maßhalten bei Löhnen und Gehältern. „Meiner Überzeugung nach müsste gesamtwirtschaftlich nun eine Phase der Lohnzurückhaltung beginnen“, sagte Feld im Interview mit der WirtschaftsWoche. Zur Begründung sagte der Freiburger Ökonom: „Die Coronakrise wirkt wie ein harter Produktivitätsschock. In den vergangenen Jahren hatten sich die Löhne und Gehälter ohnehin schon von der Produktivität entkoppelt. Um diese Kluft wieder zu schließen, kann es kurz- und mittelfristig nicht so üppig weitergehen wie vor der Krise.“

Feld erwartet im Verlauf der Wirtschaftskrise noch harte tarifpolitische Auseinandersetzungen: „Auf die Betriebe, Arbeitnehmer wie Manager, können in der Tat noch heftige Verteilungskonflikte zukommen, je länger diese Rezession dauert“, sagte er der WirtschaftsWoche.

Quelle: <https://www.wiwo.de/politik/deutschland/chef-der-wirtschaftsweisen-lars-feld-plaediert-fuer-phase-der-lohnzurueckhaltung/25987944.html> [03.02.2021]

Anlage 5 Daten aus der Arbeitsmarktstatistik

Jahr/ Monat	Zivile Erwerbs- personen ¹	Arbeitslose insgesamt	Saisonbereinigte Werte, Arbeitslose insgesamt	Arbeitslosenquote ² Ostdeutschland in %	Arbeitslosenquote ³ Westdeutschland in %	Arbeitslosenquote Geringqualifizierte ⁴ in %	Anzahl offene Stellen	Personen in Kurzarbeit
	1	2	3	4	5	6	7	8
2018 insg.	45.001.577	2.340.082	k. A.	6,9	4,8	17,4	796.427	117.659
2019 insg.	45.334.400	2.266.720	k. A.	6,4	4,7	17,0	774.345	145.276
2020 insg.	45.685.492	2.695.444	k. A.	7,3	5,6	k. A.	613.445	k. A.
Jan. 20	45.764.585	2.425.523	2.279.000	6,8	5,0	k. A.	668.063	133.198
Febr. 20	45.200.075	2.395.604	2.270.000	6,6	4,9	k. A.	689.594	133.924
März 20	45.791.510	2.335.367	2.270.000	6,4	4,8	k. A.	691.137	2.579.665
April 20	45.581.793	2.643.744	2.641.000	7,3	5,5	k. A.	626.417	5.995.428
Mai 20	46.114.525	2.812.986	2.876.000	7,7	5,8	k. A.	583.624	5.714.841
Juni 20	46.021.081	2.853.307	2.941.000	7,7	5,9	k. A.	570.346	4.452.284
Juli 20	46.190.603	2.910.008	2.919.000	7,8	6,0	k. A.	573.159	3.305.887
Aug. 20	46.179.484	2.955.487	2.905.000	7,8	6,1	k. A.	584.221	2.537.053
Sept. 20	45.921.742	2.847.148	2.891.000	7,5	5,9	k. A.	590.727	2.229.430
Okt. 20	45.996.333	2.759.780	2.852.000	7,4	5,7	k. A.	602.316	2.020.651
Nov. 20	45.748.017	2.699.133	2.810.000	7,3	5,6	k. A.	600.504	2.389.814
Dez. 20	45.885.458	2.707.242	2.770.000	7,3	5,6	k. A.	581.233	2.695.421
Jan. 21	46.042.267	2.900.663	2.729.000	7,9	6,0	k. A.	566.329	3.188.775

k. A. = keine Angaben

Quellen:

Spalte 2 bis 5 und Spalte 7: https://www.arbeitsagentur.de/datei/arbeitsmarktbericht-marz-2021_ba146910.pdf, Zugriff vom 30.04.2021

Spalte 6: http://doku.iab.de/arbeitsmarktdaten/Qualo_2020.pdf, Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung: Aktuelle Daten und Indikatoren. Qualifikationsspezifische Arbeitslosenquoten (Verf. C. Röttger, B. Weber, E. Weber), veröffentlicht am 3.9.2020, Zugriff vom 30.04.2021

Spalte 8: https://statistik.arbeitsagentur.de/SiteGlobals/Forms/Suche/Einzelheftsuche_Formular.html?nn=20726&topic_f=kurzarbeit-hr=>Excel-Tab., April 2021, Deutschland (Aktuelle Ausgabe), Zugriff vom 30.04.2021

¹ eigene Berechnungen

² auf Basis aller zivilen Erwerbspersonen

³ auf Basis aller zivilen Erwerbspersonen

⁴ Bei der Arbeitslosenquote für Geringqualifizierte werden die Auszubildenden nicht berücksichtigt, sie sind somit in der Quote nicht enthalten.

Prüfungsleistungen, die Lösungen bzw. Ausführungen enthalten, die als richtig im Sinne der Aufgabenstellung zu bewerten sind, aber nicht durch die Beschreibung im Erwartungshorizont erfasst werden, können entsprechend bewertet werden.

Nr.	Erwartungshorizont	Anforderungsbereich (Angaben in BE)		
		I	II	III
1.1	Arbeiten Sie aus der Handlungssituation insgesamt vier Stärken und Schwächen der Meinlein AG heraus .			
	<p>Der Prüfling arbeitet heraus...</p> <p><u>Mögliche Stärken</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierungs-offensive mit Fabrik nach Industrie 4.0 Standard, um unabhängiger von den Zulieferern zu werden • Umsatzsteigerung von 8,7 Prozent zum Vorjahr aufgrund qualitativ hochwertiger Produkte • neue Vertriebs- und Serviceplattform „Connected Services“, die eine enge Bindung zwischen der Meinlein AG und den Endkunden zum Ziel hat • intelligente Technologien für den Haushalt, z. B. mit dem Kühlschrank interagieren für einen hohen Kundennutzen <p><u>Mögliche Schwächen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertrieb erfolgt größtenteils über den stationären Fachhandel, obwohl der Online-Handel mit Haushaltsgeräten jährlich um durchschnittlich 17,5 Prozent wächst • bis jetzt hat die Meinlein AG noch keinen Webshop, so dass sie auf diese Art des Direktvertriebs trotz steigender Umsatzzahlen in diesem Bereich verzichtet <p>Für jede richtig herausgearbeitete Stärke bzw. Schwäche werden 1,5 BE vergeben.</p>		6	
1.2	Fassen Sie insgesamt sechs Vorteile eines Produktkonfigurators sowohl aus Sicht der Kunden als auch aus Sicht der Meinlein AG mithilfe der Anlage 1 in Form einer Tischvorlage zusammen .			
	<p>Der Prüfling fasst zusammen...</p> <p><u>Mögliche Vorteile aus Kundensicht:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • individualisierte Produkte, die die eigenen Wünsche widerspiegeln sowie ihre spezifischen Bedürfnisse erfüllen • Einkauf wird zum Erlebnis • Kunden können sich vor einer persönlichen Beratung spielerisch mit einem neuen, komplexen Produkt beschäftigen • passende Produkte aus einer großen Anzahl von Produktvarianten konfigurieren und direkt bestellen • Machbarkeitsprüfung für komplexere Produkte für den Ausschluss von Produktfehlern, sodass der Kunde in seiner Entscheidungsfindung unterstützt wird 	6		

Nr.	Erwartungshorizont	Anforderungsbereich (Angaben in BE)																																																																		
		I	II	III																																																																
	<u>Mögliche Vorteile aus Sicht der Meinlein AG</u> <ul style="list-style-type: none"> • der Vertrieb lernt die Bedürfnisse, Vorlieben und Anforderungen der Kunden kennen • aus gesammelten Informationen können Angebote erstellt werden 																																																																			
	Pro Vorteil wird 1 BE vergeben. Für die Tischvorlage wird 1 BE für die vollständige Kopfzeile mit Thema, Datum, Verfasser und Zielgruppe sowie 1 BE für eine übersichtliche Struktur mit stichpunktartigen Gliederungspunkten vergeben.	2																																																																		
1.3	Ermitteln Sie in nachvollziehbarer Form die Stückkosten, den Stückgewinn sowie die Rentabilität der Maschine des irischen Anbieters und werten Sie Ihre Ergebnisse aus .																																																																			
	Der Prüfling ermittelt und wertet aus ... Angaben in EUR <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">Finnland Digital Top</th> <th style="text-align: center;">Irland Speed 5</th> <th style="text-align: center;">(BE)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kostenvergleichsrechnung</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>kalkulatorische Abschreibungen</td> <td style="text-align: right;">1.093.750,00</td> <td style="text-align: right;">1.150.000,00</td> <td style="text-align: center;">(1)</td> </tr> <tr> <td>kalkulatorische Zinsen</td> <td style="text-align: right;">247.500,00</td> <td style="text-align: right;">300.000,00</td> <td style="text-align: center;">(1)</td> </tr> <tr> <td>sonstige fixe Kosten</td> <td style="text-align: right;">700.030,00</td> <td style="text-align: right;">650.000,00</td> <td style="text-align: center;">(0,5)</td> </tr> <tr> <td><i>= fixe Kosten</i></td> <td style="text-align: right;"><i>2.041.280,00</i></td> <td style="text-align: right;"><i>2.100.000,00</i></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fertigungsmaterial</td> <td style="text-align: right;">3.040.000,00</td> <td style="text-align: right;">3.230.000,00</td> <td style="text-align: center;">(0,5)</td> </tr> <tr> <td>+ Fertigungslöhne</td> <td style="text-align: right;">1.760.000,00</td> <td style="text-align: right;">1.785.000,00</td> <td style="text-align: center;">(0,5)</td> </tr> <tr> <td><i>= variable Kosten</i></td> <td style="text-align: right;"><i>4.800.000,00</i></td> <td style="text-align: right;"><i>5.015.000,00</i></td> <td></td> </tr> <tr> <td>= Gesamtkosten</td> <td style="text-align: right;">6.841.280,00</td> <td style="text-align: right;">7.115.000,00</td> <td style="text-align: center;">(0,5)</td> </tr> <tr> <td>Stückkosten</td> <td style="text-align: right;">427,58</td> <td style="text-align: right;">418,53</td> <td style="text-align: center;">(0,5)</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Gewinnvergleichsrechnung</th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gesamterlös</td> <td style="text-align: right;">8.160.000,00</td> <td style="text-align: right;">8.670.000,00</td> <td style="text-align: center;">(0,5)</td> </tr> <tr> <td>Gesamtkosten</td> <td style="text-align: right;">6.841.280,00</td> <td style="text-align: right;">7.115.000,00</td> <td style="text-align: center;">(0,5)</td> </tr> <tr> <td>Gesamtgewinn</td> <td style="text-align: right;">1.318.750,00</td> <td style="text-align: right;">1.555.000,00</td> <td style="text-align: center;">(0,5)</td> </tr> <tr> <td>Stückgewinn</td> <td style="text-align: right;">82,42</td> <td style="text-align: right;">91,47</td> <td style="text-align: center;">(0,5)</td> </tr> </tbody> </table>		Finnland Digital Top	Irland Speed 5	(BE)	Kostenvergleichsrechnung				kalkulatorische Abschreibungen	1.093.750,00	1.150.000,00	(1)	kalkulatorische Zinsen	247.500,00	300.000,00	(1)	sonstige fixe Kosten	700.030,00	650.000,00	(0,5)	<i>= fixe Kosten</i>	<i>2.041.280,00</i>	<i>2.100.000,00</i>		Fertigungsmaterial	3.040.000,00	3.230.000,00	(0,5)	+ Fertigungslöhne	1.760.000,00	1.785.000,00	(0,5)	<i>= variable Kosten</i>	<i>4.800.000,00</i>	<i>5.015.000,00</i>		= Gesamtkosten	6.841.280,00	7.115.000,00	(0,5)	Stückkosten	427,58	418,53	(0,5)	Gewinnvergleichsrechnung				Gesamterlös	8.160.000,00	8.670.000,00	(0,5)	Gesamtkosten	6.841.280,00	7.115.000,00	(0,5)	Gesamtgewinn	1.318.750,00	1.555.000,00	(0,5)	Stückgewinn	82,42	91,47	(0,5)	8		
	Finnland Digital Top	Irland Speed 5	(BE)																																																																	
Kostenvergleichsrechnung																																																																				
kalkulatorische Abschreibungen	1.093.750,00	1.150.000,00	(1)																																																																	
kalkulatorische Zinsen	247.500,00	300.000,00	(1)																																																																	
sonstige fixe Kosten	700.030,00	650.000,00	(0,5)																																																																	
<i>= fixe Kosten</i>	<i>2.041.280,00</i>	<i>2.100.000,00</i>																																																																		
Fertigungsmaterial	3.040.000,00	3.230.000,00	(0,5)																																																																	
+ Fertigungslöhne	1.760.000,00	1.785.000,00	(0,5)																																																																	
<i>= variable Kosten</i>	<i>4.800.000,00</i>	<i>5.015.000,00</i>																																																																		
= Gesamtkosten	6.841.280,00	7.115.000,00	(0,5)																																																																	
Stückkosten	427,58	418,53	(0,5)																																																																	
Gewinnvergleichsrechnung																																																																				
Gesamterlös	8.160.000,00	8.670.000,00	(0,5)																																																																	
Gesamtkosten	6.841.280,00	7.115.000,00	(0,5)																																																																	
Gesamtgewinn	1.318.750,00	1.555.000,00	(0,5)																																																																	
Stückgewinn	82,42	91,47	(0,5)																																																																	

Nr.	Erwartungshorizont			Anforderungsbereich (Angaben in BE)																		
				I	II	III																
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Rentabilitätsrechnung</th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gewinn + kalk. Zinsen</td> <td>1.566.280,00</td> <td>1.855.000,00</td> <td>(0,5)</td> </tr> <tr> <td>: durchschnittl. gebundenes Kapital</td> <td>4.125.000,00</td> <td>5.000.000,00</td> <td>(0,5)</td> </tr> <tr> <td>= Rentabilität in %</td> <td>37,97</td> <td>37,10</td> <td>(0,5)</td> </tr> </tbody> </table>			Rentabilitätsrechnung				Gewinn + kalk. Zinsen	1.566.280,00	1.855.000,00	(0,5)	: durchschnittl. gebundenes Kapital	4.125.000,00	5.000.000,00	(0,5)	= Rentabilität in %	37,97	37,10	(0,5)			
Rentabilitätsrechnung																						
Gewinn + kalk. Zinsen	1.566.280,00	1.855.000,00	(0,5)																			
: durchschnittl. gebundenes Kapital	4.125.000,00	5.000.000,00	(0,5)																			
= Rentabilität in %	37,97	37,10	(0,5)																			
	<p><u>Mögliche Auswertung</u></p> <p>Der Stückgewinn ist bei der irischen Maschine um ca. 9,00 Euro höher. Die Rentabilität ist aufgrund der höheren Anschaffungskosten für die irische Maschine um 0,87 Prozentpunkte niedriger. Es sollte trotzdem die irische Maschine gewählt werden, da mit dieser Maschine 1.000 Stück mehr produziert werden können.</p>				2																	
1.4	<p>Erläutern Sie insgesamt vier Aspekte in den Dimensionen Soziales und Ökologie, durch die die Meinlein AG bei der Produktion der Kühlschränke dieser Forderung nachkommen würde.</p>																					
	<p>Der Prüfling erläutert...</p> <p><u>Mögliche Aspekte in der Dimension Soziales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • der neue Kühlschrank sichert Arbeitsplätze bei der Meinlein AG • bei der Produktion sollte darauf geachtet werden, dass auch die Zulieferer gute Arbeitsbedingungen garantieren • die Meinlein AG sollte bei der Produktion auf sozial verträgliche Arbeitszeitmodelle achten und eine leistungsgerechte Bezahlung gewährleisten <p><u>Mögliche Aspekte in der Dimension Ökologie</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • nachwachsende Rohstoffe verwenden • die Durchführung von umweltschonenden Produktionsprozessen sollten sicher gestellt werden • kurze Transportwege durch die Auswahl regionaler Zulieferer, um die CO₂ Emissionen gering zu halten • energiesparende Kühlschränke entwickeln, die der Energieeffizienzklasse A zugeordnet werden können <p>Pro richtig zugeordnetem und inhaltlich richtigem Aspekt werden 1,5 BE vergeben.</p>				6																	

Nr.	Erwartungshorizont	Anforderungsbereich (Angaben in BE)		
		I	II	III
2.1	<p>Erläutern Sie mit Bezug zur Anlage 2, in welcher konjunkturellen Phase sich die Gesamtwirtschaft im Jahr 2020 befand. Erklären Sie, welche Wirkung die gesamtwirtschaftliche Entwicklung auf die Absatzentwicklung der Meinlein AG haben könnte und wie die Meinlein AG marketingpolitisch darauf reagieren könnte.</p>			
	<p>Der Prüfling erläutert und erklärt ...</p> <p><u>Erläuterung mit Bezug zur Anlage:</u></p> <p>Krise/Rezession,</p> <p>lt. Datenlage, 1. u. 2. Quartal negative Wachstumsrate des realen BIPs, pos. Wirtschaftswachstum nur für 3. Quartal, dann wieder sehr niedriges positives bzw. negatives prognostiziertes Wirtschaftswachstum</p> <p>private Konsumausgaben zeigen ähnliches Bild, Rückgang im 2. Quartal noch deutlicher (-13 %)</p> <p><u>Mögl. Auswirkung auf die Absatzentwicklung der Meinlein AG:</u></p> <p>ggf. Umsatzrückgang bei den Haushaltskleingeräten, möglich wäre es auch, dass es zu keinerlei Änderungen kommt, wenn z. B. das Produkt am Markt überzeugt o. Ä.</p> <p><u>Handlungsmöglichkeit Marketing Meinlein AG, z. B.:</u></p> <p>vorübergehende Preissenkung, Rabatte o. Ä., verstärkte Werbung oder Verkaufsförderung mit Hervorhebung innovativer, energieeffizienter Merkmale der Geräte</p>		1 2 1 2 2	
2.2	<p>Benennen Sie insbesondere auf Grundlage der Daten aus dem 1. Halbjahr 2020 (Anlage 2) zwei geeignete konjunkturpolitische Maßnahmen im Rahmen der antizyklischen Fiskalpolitik und erläutern Sie die Wirkung der jeweiligen Maßnahmen anhand entsprechender (im Durchschnitt dreistufiger) Wirkungsketten.</p>			
	<p>Der Prüfling benennt ... und erläutert ...</p> <p>Mögliche Maßnahmen mit Wirkungsketten:</p> <p>Einkommensteuersenkung</p> <p>⇒ erhöhtes verfügbares Einkommen private Haushalte ⇒ erhöhte Konsumnachfrage ⇒ Ausweitung der Produktion, Anstieg BIP</p> <p>Mehrwertsteuersenkung</p> <p>⇒ erhöhter Preisspielraum nach unten, tendenziell Preissenkung ⇒ erhöhte Konsumgüternachfrage ⇒ erhöhte Produktion der Unternehmen, Anstieg BIP</p>	1 1	3 3	

Nr.	Erwartungshorizont	Anforderungsbereich (Angaben in BE)		
		I	II	III
	<p>verbesserte Abschreibungsmöglichkeiten</p> <p>⇒ erhöhte Abschreibungen, Verringerung des zu versteuernden Gewinns</p> <p>⇒ Verringerung des Abflusses liquider Mittel bzw. erhöhte liquide Mittel</p> <p>⇒ Investitionsanreiz, erhöhte Nachfrage auf dem Investitionsgütermarkt</p> <p>⇒ erhöhte Produktion von Investitionsgütern, Anstieg BIP</p> <p>Nennung der Maßnahme jeweils 1 BE (max. 2 BE)</p> <p>Wirkungskette je schlüssiger Teilwirkung 1 BE, für 2 Wirkungsketten insgesamt max. 6 BE</p>			
2.3	Interpretieren Sie die Karikatur mit Bezug zur Anlage 2.			
	<p>Der Prüfling interpretiert ...</p> <p><u>Interpretation der Karikatur-Elemente z. B.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • rasendes/fliegendes Auto, mit Schulden und Adlersymbol = sich schnell/rasant entwickelnde Staatsschulden Deutschlands • durchgetretenes Pedal = ungezügelte/übermäßige Kreditaufnahme • Sprechblase mit „Bremsen“ = Verweis auf Schuldengrenze, dringlicher Ausruf zur Ausgabenreduzierung, damit Schuldenstand nicht „abhebt“ / zu groß wird • überfahrenes Stoppschild = überschrittene Schuldengrenze (je Aspekt 2 BE, max. 8 BE) <p><u>Selbstständige Bewertung z. B.:</u></p> <p>Schuldengrenze lässt Ausnahme für Kreditaufnahme in Krisensituationen zu, Konjunkturerinbruch ist erheblich, Anstieg des realen BIP ohne Maßnahmen vermutlich nicht oder nur verzögert möglich, Darstellung wird der aktuellen Situation nicht gerecht</p>	4		4
2.4	Begründen Sie anhand von zwei Aspekten, welches wirtschaftspolitische Konzept dem Vorschlag von Lars Feld, dem Vorsitzenden des Sachverständigen Rates, zugrunde liegt (Anlage 4), und beurteilen Sie den Vorschlag aus Arbeitnehmerperspektive und aus der Perspektive der Meinlein AG als Arbeitgeberin.			
	<p>Der Prüfling begründet und beurteilt ...</p> <p>Feld mahnt zur Lohnzurückhaltung, Lohnhöhe soll wieder an die Produktivität gekoppelt werden</p> <p>= angebotsorientiertes wirtschaftspolitisches Konzept</p> <p><u>Begründung, zwei Aspekte, z. B.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Förderung/Unterstützung der Angebotsseite, um die Situation für Unternehmen durch möglichst geringe Erhöhungen der Personal- und Lohnkosten zu erleichtern 			2
				2

Nr.	Erwartungshorizont	Anforderungsbereich (Angaben in BE)		
		I	II	III
	<ul style="list-style-type: none"> • Appell an die Tarifvertragsparteien bzw. Gewerkschaften; kein prozesssteuernder Eingriff des Staates • produktivitätsorientierte Lohnpolitik, d. h. Löhne sollen nur in dem Maße steigen, wie die Produktivität steigt, so dass die steigende Lohnstückkosten verhindert werden ⇒ kostenneutrale Lohnpolitik, typisches Instrument angebotsorientierter Politik <u>Beurteilung aus Arbeitnehmer- und Arbeitgeberperspektive, zwei Aspekte, z. B.:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitnehmende und Arbeitgebende sind zu gleichen Teilen von der Corona-Krise betroffen, insofern ist nicht einzusehen, warum Arbeitnehmende auf Lohnforderungen und damit auf Einkommen verzichten sollen (betrifft Arbeitnehmende) • Vorübergehende Zurückhaltung bei Lohnforderungen entlastet Unternehmen und ermöglicht ihnen Einnahme- und Gewinnaufschläge infolge der Krise ein wenig auszugleichen bzw. schneller wieder in die Gewinnzone zu kommen bzw. diese auszubauen (Meinlein AG) • Absenkung des Lohnniveaus senkt auch das verfügbare Einkommen für Arbeitnehmende und damit die potenzielle Kaufkraft/das Nachfragevolumen, Nachfrage bleibt bei Einkommen- oder Lohnreduktion aus, konjunktureller Aufschwung wird dadurch verhindert (betrifft Arbeitgebende und Arbeitnehmende) 			2
2.5	Stellen Sie bezogen auf das Wirtschaftswachstum und im Kontext des magischen Sechsecks zwei mögliche Zielkonflikte dar.			
	Der Prüfling stellt dar ... <u>Zielkonflikt I:</u> Wirtschaftswachstum ⇔ Preisniveaustabilität wachsender Wirtschaft ⇒ erhöhte Nachfrage nach Investitionsgütern und im Anschluss auch nach Konsumgütern ⇒ Güterangebot bleibt zunächst hinter der gestiegenen Nachfrage zurück ⇒ Preissteigerung <u>Zielkonflikt II:</u> Wirtschaftswachstum ⇔ Erhalt einer lebenswerten Umwelt = erhöhte Güterproduktion ⇒ erhöhter Ressourcenverbrauch, erhöhte Emissionen ⇒ tendenziell Umweltbeeinträchtigung, sofern erhöhte Produktion nicht „umwelttechnologisch“ abgefangen werden Nennung des Konflikts jeweils 1 BE Darstellung des Konflikts jeweils 2 BE	1 2		2 2
2.6	Analysieren Sie die Arbeitsmarktdaten (Anlage 5) hinsichtlich der verdeckten Arbeitslosigkeit und drei verschiedener Arten der Arbeitslosigkeit. Beschreiben Sie eine der angeführten Arten der Arbeitslosigkeit mit Bezug zur Meinlein AG.			

Nr.	Erwartungshorizont	Anforderungsbereich (Angaben in BE)			
		I	II	III	
	<p>Der Prüfling analysiert und beschreibt ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>verdeckte Arbeitslosigkeit</u>: verdeckte Arbeitslosigkeit berücksichtigt neben registrierten Arbeitslosen auch Personen in Kurzarbeit, Weiterbildungsmaßnahmen, Umschulungen etc. hier ist die verdeckte Arbeitslosenquote durch die auffallend hohe Kurzarbeit ab März 2020 sehr hoch, im April erreicht sie ihren Höchststand und ist ca. 3,3 x so hoch wie die offene Arbeitslosigkeit (5,9 % im Vergleich zu 18,95 %) 3 Arten der Arbeitslosigkeit von z. B.: Strukturelle Arbeitslosigkeit/Mismatch-Arbeitslosigkeit ⇒ eine Unterform der strukturellen Arbeitslosigkeit (AL) ist die <u>qualifikationsspezifische AL</u>, sie ist auf Diskrepanzen zwischen Qualifikationsangebot und Qualifikationsanforderungen zurückzuführen. Materialbezug: Arbeitslosenquote der Arbeitnehmenden ohne Berufsausbildung ist deutlich höher als die durchschnittl. Arbeitslosenquote z. B. 2018: 5,2 % vs. 17,4 % Strukturelle/Mismatch-Arbeitslosigkeit ⇒ eine Unterform der strukturellen AL ist die <u>regionale AL</u>. Sie ist auf regionale Besonderheiten bzw. auf regionale Diskrepanzen zwischen regionalem Arbeitsangebot und regionaler Arbeitsnachfrage zurückzuführen. Materialbezug: Arbeitslosenquote Ostdeutschland höher als Arbeitslosenquote Westdeutschland, 2020: 7,3 % vs. 5,6 % <u>konjunkturelle Arbeitslosigkeit</u> ⇒ Arbeitslosigkeit, die durch Schwankungen im Auslastungsgrad des Produktionspotenzials bzw. durch Nachfrage-/Angebots-Schwankungen im Wirtschaftsablauf entsteht. Materialbezug: Zunahme der Arbeitslosenquote insbesondere ab April 2020 siehe Kurzarbeiter <u>saisonale Arbeitslosigkeit</u> ⇒ Arbeitslosigkeit, die aufgrund von Witterungsverhältnissen und durch Jahreszeitwechsel ausgelöst wird. Materialbezug: siehe saisonbereinigte Werte <u>Zusammenhang zur Meinlein AG, z. B.:</u> Kommt es zu vorübergehenden Absatzrückgängen bei der MEINLEIN AG, könnte sich das Unternehmen gezwungen sehen Kurzarbeit anzumelden, was bei Umsetzung der Kurzarbeit die verdeckte Arbeitslosigkeit erhöhen würde. oder Kommt es zu Absatzrückgängen aufgrund eines konjunkturellen Abschwungs, könnte die Meinlein AG versuchen Personal abzubauen, was die konjunkturelle Arbeitslosigkeit beeinflusst. 		2	1	
			2	1	
			1	2	
			1	2	
			1		
		2			
Σ		30	40	30	