

**Berufsprüfung für Technische  
Kaufleute mit eidg. Fachausweis**

**Examen professionnel pour les  
agents technico-commerciaux  
avec brevet fédéral**

**Lösungsvorschlag**

## **Prüfung 2016**

Prüfungsfach

**Führung, Organisation,  
Kommunikation**

**Zeit: 120 Minuten**

Dieses Prüfungsfach basiert auf der allgemeinen Fallstudie (grauer Rand) und umfasst die Seiten 1 – 13. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie alles vollständig erhalten haben.



Schweizerischer Verband technischer Kaderleute  
Société suisse des cadres techniques  
Società svizzera dei quadri tecnici

**Hinweis: Bitte beachten Sie, dass zur Beantwortung der einzelnen Aufgaben unterschiedliche Rollen (z.B. Abteilungsleiter, Geschäftsführer, etc.) eingenommen werden müssen.**

## Aufgabe 1 Führung

**(30 Punkte)**

### Aufgabe 1.1 Führungsmassnahmen, Leistungsbeurteilung

**(7 Punkte)**

In der Rolle als Abteilungsleiter „Services“ sind Sie verantwortlich für die Umsetzung der Unternehmenswerte. Werte des Unternehmens sind das Fundament für erfolgreiche Veränderungsprozesse im Betrieb. Zum Beispiel können Werte die Motivation aller Mitarbeitenden nachhaltig stärken, um gute Arbeit zu leisten.

Aufgabe 1.1.1: Leiten Sie pro Wert **2** Führungsmassnahmen ab

**(4 Punkte)**

Werte	Führungsmassnahmen
Vertrauen durch Zuverlässigkeit	Werte in die Zielsetzung (Leistungsbeurteilung, Qualifikation) übernehmen
	Die Werte meinen Mitarbeitenden (MA) erklären und die MA abholen bezüglich ihrer Vorstellungen.
Erfolg durch Partnerschaft	Sich Zeit nehmen für die Mitarbeitenden
	Gemeinsame, bereichsübergreifende Workshops
Loyalität der Mitarbeitenden durch Respekt	Wertschätzung zeigen
	Vertrauensbildende Massnahmen. Beispiel sind gemeinsame, hierarchieübergreifende Anlässe und Workshops
Nachhaltigkeit durch Verantwortung	Projekt „Qualitätsmanagement“ starten
	Wettbewerb „Umwelt- und Innovationspreis“ starten
	Projekt „Befähigung / Empowerment“ zur Nachhaltigkeit starten

Aufgabe 1.1.2: Als Abteilungsleiter sind Sie dazu verpflichtet, eine Leistungsbeurteilung (Qualifikation) der Mitarbeitenden durchzuführen. Definieren Sie mit Ja / Nein, ob die nachstehenden Werte als Kriterium in diese Beurteilung einfließen sollen. Bei Ja wird eine kurze Begründung in Stichworten erwartet. (3 Punkte)

Werte	Ja / Nein	Begründung
Kundenorientierung	Ja	Erreichbarkeit sowie Termintreue sind z.B. wichtige Faktoren für die Kundenorientierung und können gemessen werden.
Erfolg durch Partnerschaft	Ja	Teamarbeit auch geschäftsbereichsübergreifend ist wichtig und kann gemessen werden
Loyalität der Mitarbeitenden durch Respekt	Nein	- - - (sehr schwierig zu messen)

### Aufgabe 1.2 Führungskompetenz

(6 Punkte)

In Zukunft werden die „soft factors“ (Sozialkompetenz) immer mehr das Bild einer qualifizierten Führungskraft auszeichnen. Sozialkompetenz eines Vorgesetzten umschreibt die Fähigkeit gemeinsam im Team Lösungen zu erarbeiten und die unterschiedlichen Werte der Mitarbeitenden in Einklang zu bringen. Das heisst, den anderen Menschen wahrzunehmen, mit ihm zu kommunizieren, das einzelne Teammitglied in die Verantwortung einzubinden, andere Meinungen im Team zu respektieren und die Bereitschaft zu erlangen, mögliche Konflikte friedlich zu lösen.

Aufgabe 1.2.1: Als Geschäftsleiter der Firma Hauser AG sind Sie massgeblich verantwortlich für die Beurteilung der Sozialkompetenz ihrer Führungskräfte. Nennen Sie in diesem Zusammenhang 3 Anforderungen und erklären diese stichwortartig. (3 Punkte)

Anforderungen Abteilungsleiter	Erklärung
Mit gutem Beispiel vorangehen	- Vorbild sein - bei unbeliebten Tätigkeiten mitmachen - sich freiwillig melden
Spürbar und erlebbar sein	- Loyalität gegenüber den Mitarbeitenden - zum Greifen nahe sein (örtlich anwesend) - einfühlsam sein
Sich Zeit nehmen für die Mitarbeitenden	- Respekt zeigen - wertschätzenden Feedback geben
Informieren und Kommunizieren	- Menschen brauchen Informationen - Menschen benötigen Gefühle
Glaubwürdig und echt sein	- authentisch sein - Abmachungen einhalten - keine unechten Aussagen und Versprechen

Aufgabe 1.2.2: Erklären Sie die Bedeutung der folgenden Faktoren in Bezug auf die benötigten Fähigkeiten eines Projektleiters in kurzen Sätzen. (3 Punkte)

Faktoren	Bedeutung
<b>Projektplaner</b>	Die Erfolgchancen Ihres Projektes hängen eng mit der Projektplanung zusammen. Dabei muss aus der Zielsetzung des Projekts der Ressourcenbedarf ermittelt werden und anschliessend mit der Aufwandschätzung abgeglichen werden. Dabei stehen Qualität, Kosten und Zeit in einem Spannungsverhältnis.
<b>Verhandlungsprofi</b>	Als Verhandlungsprofi unterscheiden Sie zu allererst zwischen Verhandlungspositionen und Motiven. Als Positionen bezeichnet man alle Forderungen, mit denen Sie Stakeholder in Projektverhandlungen konfrontieren. Ein Stakeholder verlangt beispielsweise von Ihnen, dass Sie ein Projekt binnen neun Monaten erfolgreich abschließen, Sie aber benötigen für die Umsetzung mindestens zwölf Monate. Es beginnt ein Feilschen um Positionen. Wenn niemand von seiner Position abrückt, gerät die Verhandlung ins Stocken. Gibt jemand zu stark nach, bleibt meist ein ungu-tes Gefühl, welches Folgeverhandlungen negativ beeinflussen kann.
<b>Stakeholderinvolment</b>	Vermitteln Sie einem Stakeholder ein Gefühl von Sicherheit, indem Sie ihm beispielsweise vor jedem Verhandlungsgespräch zur Vorbereitung wichtige Informationen zukommen lassen und hellen Sie seine Stimmung auf, indem Sie ihn beispielsweise für seine berufliche Erfahrung loben. In dieser Gefühlslage ist er eher bereit, über seine Interessen zu sprechen und Ihren Lösungsvorschlägen zuzustimmen. Je wichtiger Ihr Projekt ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass Stakeholder ihre Entscheidungen selbst gegenüber Entscheidern rechtfertigen müssen, die meist nicht direkt an den Projektverhandlungen teilnehmen. Fragen Sie Stakeholder, wenn sie von ihren Entscheidungen überzeugen müssen und wo-rauf diese Personen besonders Wert legen.

**Aufgabe 1.3 Ausbildungsprojekt**

**(9 Punkte)**

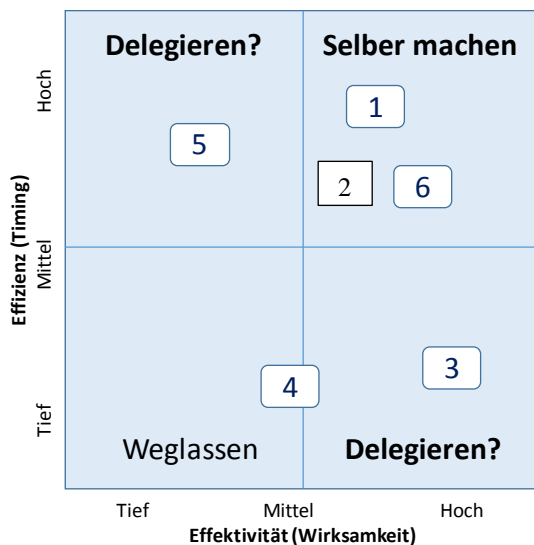
Die Geschäftsleitung hat beschlossen, das Projekt „myTraining“ (Ausbildung der Mitarbeitenden) als Teil der Strategie zu starten. Als Technischer Kaufmann sind Sie als Projektleiter nominiert.

Aufgabe 1.3.1: Erklären Sie die **6** Erfolgsfaktoren im Projekt mit einem kurzen Satz. Das heisst, worauf muss ich als Projektleiter achten, dass die Themen erfolgreich umgesetzt werden. **(6 Punkte)**

Nr.	Thema	Grundsatz
1	Projektrollen	- Der <b>Auftraggeber</b> ist klar bestimmt und nimmt sich Zeit für das Projekt. - Die Stellvertretung ist gewährleistet. - <b>Aufgaben / Kompetenzen / Verantwortung</b> aller am Projekt Beteiligten (Stakeholders) sind klar definiert, dokumentiert und werden gelebt.
2	Akzeptanz	Die <b>Geschäftsleitung</b> (GL) steht positiv hinter dem Projekt.
3	Projektbudget	- Die <b>finanziellen Ressourcen</b> (Projektbudget) sind genehmigt und . - Darüber kann verfügt werden.
4	Projektziele	- Die <b>Projektziele</b> sind klar und unmissverständlich definiert. - Sie können auf Erfolg überprüft werden (z.B. SMART Regel).
5	Informationsfluss	- Geregelter <b>Informationsfluss</b> - Schriftlich und mündlich (Berichtswesen, Meetings, Präsentationen)
6	Entscheide	- Kurze Entscheidungswege sind vorhanden - Schnelle <b>Entscheide</b> durch Auftraggeber und Geschäftsleitung

Aufgabe 1.3.2: Für ein Projektteam mit 4 Personen stellen Sie aus Sicht des Projektleiters, die nachstehenden **6** Projektaufgaben Nr. 1 bis 6 im nachfolgenden Portfolio dar. **(3 Punkte)**

- 1) Projektziele definieren
- 2) Teammitglieder über das Projekt informieren
- 3) Projektstatus schriftlich kommunizieren
- 4) Mittagessen organisieren
- 5) Zimmer für die Projektsitzungen regelmässig reservieren
- 6) Budget beim Auftraggeber beschaffen



## Aufgabe 1.4 Sitzungsleitung

8 Punkte

In der Rolle als Projektleiter planen Sie die erste Sitzung (Kick-off) des Projektes „myTraining“. Das Thema dieses Projektes ist *Ausbildung der Mitarbeitenden zum Thema Kundenorientierung*. Die Teilnehmenden, Ziele und Agenda sind massgebend für den Erfolg dieser Sitzung.

Aufgabe 1.4.1: Bezeichnen Sie in folgender Tabelle mit O=Obligatorisch / F=Fakultativ / X = wird nicht eingeladen die Teilnehmenden der ersten Sitzung. Umschreiben Sie den Beitrag zum Projekterfolg in Stichworten. (4 Punkte)

O/F/X	Teilnehmende	Beitrag zum Projekterfolg
F	Verwaltungsrat	Unterstützung für Auftraggeber
O	Auftraggeber	Entscheider, Lenkungsträger, Vorbild
O	Projektleiter	Moderation, Projektführung
O	Projektteam	Umsetzer
O	Abteilungsleitende	Vorbild
F	Vorarbeiter Montage (intern)	Kein Kundenkontakt
X	Ganze Belegschaft	Zielpublikum
X	Personalkommission (für Pensionskasse)	Interner Bereich

O = Obligatorisch / F = Fakultativ / X = wird nicht eingeladen

Aufgabe 1.4.2: Definieren Sie 4 mögliche Hauptziele für die Projektsitzung.

(2 Punkte)

**Ziele** (was wollen wir erreichen) an diesem Meeting

Die Teilnehmenden kennen ihre Rolle und bestätigen diese

Die Teilnehmenden akzeptieren die Vorgehensweise und Meilensteine

Die Teilnehmenden verstehen die Projektziele

Die Teilnehmenden sind informiert über die nächsten Schritte

Aufgabe 1.4.3: Planen Sie die Agenda für diese Sitzung.

(2 Punkte)

**Agenda** (welche Themen wollen wir besprechen)

1 Einleitung, Sensibilisierung und Vorstellung

2 Ziele und Agenda dieses Meetings

3 Projektziele, Budget und Projektorganisation

4 Projektplanung und Berichtswesen: Vorgehen, Termine, Meilensteine

---

**Aufgabe 2 Organisation****(45 Punkte)****Aufgabe 2.1 SWOT Analyse****(10 Punkte)**

Die Gebrüder Hauser und ihr Vater haben eine 4-Punkte Strategie skizziert. Halten Sie in einer **SWOT Analyse** die **4 Stärken** und **3 Schwächen** sowie **2 Chancen** und **1 Risiko** der Firma Hauser AG fest.

<b>Stärken / Strengths (4)</b>	<b>Schwächen / Weaknesses (3)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• LED Beleuchtung grösstes Wachstum</li><li>• Fähigkeit die Bedürfnisse der Kunden durch Kompetenz, Qualität, Zuverlässigkeit und sinnvolle Lösungen zu fairem Preis erkennen und möglichst erfüllen</li><li>• Qualifiziertes Personal auf allen Ebenen durch permanente Weiterbildung</li><li>• Mitarbeitende mit Kundenkontakt geschult in internen Workshops "sozialen Kompetenzen"</li><li>• Familie steht zum Unternehmen, Fortbestehen des Unternehmens, ist oberstes Ziel</li><li>• Vertrauen unserer Kunden / Geschäftspartner (transparente Kommunikation, Einhaltung der Abmachungen, Termintreue, hohe Qualität, Flexibilität in unvorhergesehenen Situationen)</li><li>• Erfolg durch partnerschaftliche Zusammenarbeit mit externen Partnern</li><li>• Wahrnehmung der Verantwortung gegenüber Menschen und der Umwelt</li><li>• Für Speziallösungen / Standardprodukten / Geschäftsbereiche mit teilweise hohen Margen</li><li>• Wachstum Industrieanlagen, befriedigenden Margen</li><li>• Hohe Fachkompetenz der Mitarbeitenden Industrieanlagen, langjährige Mitarbeiter</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fehlende regionale Ausdehnung</li><li>• Nicht optimierte bestehende Prozesse</li><li>• Ungenügender Einsatz von ICT</li><li>• Fehleranfällige / schwerfällige Prozesse Materialwirtschaft</li><li>• Personalwechsel bei Spezialitäten / Standardprodukte</li><li>• Kein Marketing für Speziallösungen / Standardprodukte vorhanden</li><li>• Kleiner Showroom LED, nur für Geschäftskunden mit vorgängiger Anmeldung</li><li>• Fehlende Übernahme LED Generalvertretung</li></ul>
<b>Chancen / Opportunities (2)</b>	<b>Risiken / Threats (1)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gezielt kleinere und mittlere Mitbewerber übernehmen und in die Firma integrieren</li><li>• Produkte Innovation(en) rasch erkennen, zum Vorteil der Kunden</li><li>• Übernahme LED Generalvertretung</li><li>• Expansion prüfen / externe Geschäftspartner, regionale Ausdehnung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hauptkonkurrent Bürgi bei Industrieanlagen, sinkende Margen</li><li>• Konkurrenz aus angrenzendem Ausland, sinkende Margen</li></ul>

---

### Aufgabe 2.2 Prozessinnovation

(5 Punkte)

Im Rahmen der Prozessinnovation der Hauser AG besteht vor allem bei der Materialwirtschaft Optimierungspotenzial. Nennen Sie **4 Hauptprozesse** der Materialwirtschaft und daraus **3 Objekte / Betriebsmittel** der Materialbeschaffung.

Hauptprozesse:

- Materialbeschaffung
- Materiallagerung
- Materialverteilung
- Materialentsorgung

Objekte / Betriebsmittel der Materialbeschaffung:

- Rohstoffe
- Hilfsstoffe
- Betriebsstoffe
- Zulieferteile / Halbfabrikate
- Handelsware

### Aufgabe 2.3 Einführung eines QM-Systems

(5 Punkte)

Im Rahmen der festgelegten Verbesserungen bei der Hauser AG, soll ein Qualitätsmanagement-System eingeführt werden. Bei den Haupttätigkeiten (siehe nachfolgende Tabelle) sollen sowohl die Abteilungsleiter (AL) und der neue Qualitätsmanager (QM) als auch die Geschäftsleitung (GL) involviert werden. Halten sie nun die **Zuständigkeiten pro Tätigkeit** der genannten Bereiche fest:

**D** = Durchführung / Verantwortlich

**I** = Information

**M** = Mitwirkung

Tätigkeiten	AL	QM	GL
▪ QM-System einführen	M	M	D
▪ QM-System einhalten und weiterentwickeln	M	D	M
▪ QM-Handbuch erstellen und pflegen	I	D	I
▪ Anweisungen ändern	M	D	M
▪ QM-System schulen	I	D	M



## Aufgabe 2.4 Vorstudie Showroom LED

(9 Punkte)

Der Verwaltungsrat der Hauser AG überlegt sich den Showroom deutlich zu vergrössern und für Private sowie für Geschäftskunden einen LED-Shop mit den üblichen Öffnungszeiten zu eröffnen. Im Rahmen einer Vorstudie sollen die Anforderungen für ein solches Vorhaben erarbeitet werden. Nennen Sie zu jedem Hauptpunkt 2 Kontrollfragen / Checkpunkte in Stichworten. (Hinweis: Hauptpunkte sind nicht in der richtigen Ablauffolge aufgeführt).

Hauptpunkte der Vorstudie	Kontrollfrage / Checkpunkte
– <b>Abnahme / Entscheid</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sind alle Hauptpunkte glaubhaft</li> <li>– Sind die Hauptpunkte nachvollziehbar</li> <li>– Gibt es wesentliche Lücken bei Hauptpunkten</li> <li>– Wurde ein Lösungsansatz als bevorzugt genannt</li> </ul>
– <b>Zielkatalog erstellen / strukturieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– lösungsneutral</li> <li>– positiv formuliert</li> <li>– vollständig</li> <li>– möglichst messbar</li> <li>– widerspruchsfrei</li> <li>– erreichbar</li> <li>– Zielwidersprüche ausdiskutiert</li> <li>– Ziele klassifiziert und gewichtet</li> <li>– Wird die Art der Zusammenarbeit regelmässig gemeinsam reflektiert</li> </ul>
– <b>Machbarkeit abklären</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ist die Machbarkeit nachgewiesen / aufgezeigt</li> <li>– Ist die Art der Machbarkeit nachvollziehbar</li> <li>– Ist das Vorhaben im geplanten Zeitrahmen umsetzbar</li> </ul>
– <b>Grobplanung erstellen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ist ein Projektstrukturplan erstellt worden</li> <li>– Sind kritische Entscheide terminlich festgelegt</li> <li>– Sind die Aufwände, Termine, notwendiges Know-how und Verfügbarkeit von Schlüsselpersonen überprüft und realistisch</li> <li>– Ist das Projektbudget bekannt</li> </ul>
– <b>Wirtschaftlichkeit prüfen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Erzeugt das Projekt relevante positive Auswirkungen</li> <li>– Sind die geplanten Grobkosten innerhalb des Kostenrahmens</li> <li>– Sind allfällige Schätzungen realistisch</li> <li>– Ist der Kosten- / Nutzen-Effekt in vertretbarem Rahmen</li> </ul>
– <b>Risiken identifizieren / bewerten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mögliche Risiken identifizieren</li> <li>– Sind die Risiken klassifiziert</li> <li>– Sind die Risiken realistisch bewertet</li> <li>– Sind Unterschiede in der Bewertung bereinigt</li> </ul>
– <b>Projektumfang verifizieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ist klar definiert was für Anforderungen zum Projekt gehören und welche nicht</li> <li>– Sind die Systemgrenzen klar und verständlich</li> <li>– Ist das Vorgehen bei Projekt-Änderungen am Projektumfang geregelt</li> <li>– Unterstützt der Auftraggeber das Projekt und den Umfang</li> <li>– Wird die Art der Zusammenarbeit regelmässig gemeinsam reflektiert</li> </ul>
– <b>Situationsanalyse durchführen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ist die Realität / IST Situation realistisch aufgezeigt</li> <li>– Ist die Situationsanalyse vollständig</li> <li>– Sind mögliche Rahmenbedingungen aufgezeigt</li> </ul>

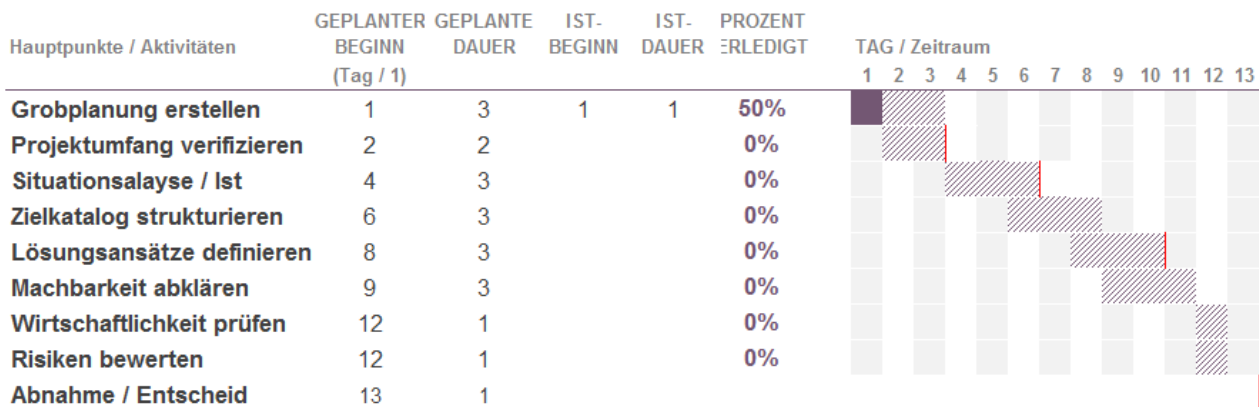
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Lösungsansätze überlegen</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sind alle möglichen Lösungsansätze identifiziert</li> <li>- Sind die Vor- und Nachteile der Lösungsansätze genügend abgeklärt</li> <li>- Sind Lösungsansätze richtig bewertet</li> <li>- Wird die Art der Zusammenarbeit regelmässig gemeinsam reflektiert</li> </ul>
---	--

### Aufgabe 2.5 GANTT Diagramm (auch Balkendiagramm genannt)

(9 Punkte)

Sie sind mitten in der Grobplanung der unter Aufgabe 2.4 erwähnten Vorstudie. Erstellen Sie ein GANTT - Diagramm in der **richtigen Ablauffolge** der einzelnen Hauptpunkte für das geplante Vorhaben.

### Showroom



### Aufgabe 2.6 Stellenbildung

(7 Punkte)

Aufgrund des bestehenden Organigramms der Hauser AG leiten Sie zur Bildung neuer Stellen folgende Punkte ab:

- Mindestens 4 fehlende Funktionen
- Mindestens 6 Bestandteile aus dem Organisationswürfel

#### Fehlende Funktionen:

- Verwaltungsrat
- Qualitätsmanagement
- Marketing
- Informatik
- Produkteinnovation

#### Bestandteile Organisationswürfels / Stellenbildung:

- Aufgaben
- Aufgabenträger
- Sachmittel
- Informationen
- Raum
- Menge
- Zeit

---

**Aufgabe 3 Kommunikation****(25 Punkte)****Aufgabe 3.1 Unternehmensphilosophie****(7 Punkte)**

Sie sind zur Mitarbeiterversammlung zum Thema „Warum unsere Unternehmensphilosophie wichtig ist“ eingeladen.

Am Schluss der Mitarbeiterversammlung erhalten alle Anwesenden die neue Broschüre der Unternehmensphilosophie mit den darin aufgeführten zentralen Werten sowie einen dazugehörigen Fragebogen. Alle Anwesenden werden vom Geschäftsleiter gebeten, an der Umfrage teilzunehmen und die Fragen zu beantworten.

Zur Vorbereitung der Mitarbeiterversammlung bittet Sie der Geschäftsführer aufgrund der festgelegten zentralen Werte des Unternehmens Antworten abzuleiten.

Beantworten Sie dazu die nachfolgenden Fragen in kurzen Sätzen:

<b>Fragen</b>	<b>Antworten</b>
<b>Wer bildet die Existenzgrundlage des Unternehmens?</b>	Überzeugte Kunden oder zufriedene Kunden sind die Existenzgrundlage des Unternehmens.
<b>Was ist die Basis unseres Erfolges?</b>	Engagierte, zufriedene und qualifizierte Mitarbeiter bilden die Basis.
<b>Wie werden unsere Kunden überzeugt?</b>	Durch Spitzenleistungen werden die Kunden überzeugt.
<b>Wer ist Teil unseres Netzwerkes?</b>	Zuverlässige Partner, zufriedene Geschäftspartner und Lieferanten, bilden den wichtigsten Teil unseres Netzwerkes.
<b>Was bedeutet Partnerschaft für unser Unternehmen?</b>	Partnerschaft bedeutet ein faires und respektvolles Miteinander, resp. Vertrauen durch Zuverlässigkeit jedes Einzelnen.
<b>Was ist das oberste Ziel des Familienbetriebes?</b>	Die Familie steht zu ihrem Unternehmen und sichert damit das langfristige Fortbestehen des Unternehmens.
<b>Wem gegenüber nehmen wir unsere Verantwortung wahr?</b>	Wir nehmen die Verantwortung gegenüber Menschen und der Umwelt wahr.

---

**Aufgabe 3.2 Social Media****(6 Punkte)**

Die Geschäftsleitung hat an einer Weiterbildungsveranstaltung einiges zur Nutzung von Facebook als Kommunikationsinstrument gehört. Nun möchte sie Facebook als Medium zur interaktiven Unternehmenskommunikation mit Kunden, Geschäftspartnern und Lieferanten allenfalls einsetzen.

Bevor der Einsatz definitiv entschieden wird, möchte die Geschäftsleitung von Ihnen **je 3 Vor- und 3 Nachteile** einer **Unternehmens-Facebook-Seite** erfahren.

Vorteile	Nachteile
Schnell	Regelmässige Bewirtschaftung
Interaktiv	Fachwissen muss aufgebaut oder extern vergeben werden
Image fördernd	Gefahrenpotenzial durch negative Einträge
Geringer Aufwand beim Einrichten der Seite	Ressourcen intensiv (Mann-Stunden)
Keine laufenden Kosten/Gebühren	
Messbarkeit: Zugriffe/Impressionen	
Kleiner Streuverlust	
Erreichbarkeit der Zielgruppen	
Werbeschaltungen sind regional und zielgruppenorientiert möglich.	

**Aufgabe 3.3 Social Media Kommunikation****(3 Punkte)**

Die Geschäftsleitungsmitglieder sowie die Abteilungsleiter sind bereits aktiv auf XING, einer online-Plattform für das Social-Networking. Welche sozialen Netzwerke ausser Facebook und XING kennen Sie sonst noch?

Nennen Sie **6** weitere soziale Netzwerke:

- LinkedIn
- Twitter
- Google+
- YouTube
- tumlr Stream
- Pinterest
- vimeo
- Flickr
- (whatsapp)

**Aufgabe 3.4 Korrespondenz via E-Mail Kommunikation****(9 Punkte)**

Im gesamten Unternehmen existieren keine formalen Vorgaben, wie eine E-Mail verfasst werden soll. Sie waren kürzlich an einer Schulung mit dem Titel „E-Mail-Knigge“. Die Geschäftsleitung bittet Sie deshalb, eine Muster E-Mail für das interne CI-Handbuch (CI, Corporate Identity) zu entwerfen.

Da Sie in der Funktion als Abteilungsleiter der Sparte Beleuchtungstechnik einem wichtigen Kunden eine Lieferverzögerung mitteilen müssen, nehmen Sie diesen Sachverhalt als Vorlage.

---

Sachverhalt des Lieferverzugs:

Ein wichtiger Kunde hat neue 100 LED Leuchten für einen bevorstehenden Event bestellt. Nach Rücksprache mit dem Schweizer Zulieferer hat die Hauser AG dem Kunden eine termingerechte Lieferung zugesichert. Nun gab es in der Lagerhalle des Lieferanten technische Probleme, die einen Schwelbrand auslösten. Dies hatte zur Folge, dass die dort gelagerten LED Leuchten unbrauchbar sind. Abklärungen haben ergeben, dass eine Ersatzlieferung bis zum vereinbarten Termin nicht mehr möglich ist. Sie haben sich folgendes Angebot überlegt: Der Kunde erhält für den Event 100 gebrauchte LED Leuchten aus dem Showroom. Die Lieferung, Installation sowie Demontage ist kostenlos. Zudem erhält der Kunde als Entschädigung 20 Prozent Rabatt auf die Lieferung der neuen Leuchten.

Formulieren Sie daraus eine E-Mail an den Kunden. Nebst dem Kunden sind auch die beiden Geschäftsinhaber, welche vorgängig informiert wurden, Adressaten der E-Mail. Ziel des Inhalts ist es, den Kunden über den Sachverhalt zu informieren und gleichzeitig eine Lösung für die Lieferverzögerung vorzuschlagen.

Beachten Sie beim Erarbeiten auch die formalen Punkte.

(Datum wird automatisch beim Versenden generiert)

Von: martin.muster@hauserag.ch

AN: rene.heim@messerag.ch

CC: max.hauser@hauserag.ch; henryk.hauser@hauserag.ch

Betreff: Lieferverzug

Sehr geehrter Herr Heim

Sie haben am 2. Februar 2016 100 LED Leuchten bestellt. Die Lieferung wurde Ihnen bis spätestens 8. März 2016 zugesichert.

Gestern Abend gab es in der Lagerhalle unseres Lieferanten ein technisches Problem, das einen Schwelbrand verursachte. Dies hatte zur Folge, dass alle dort gelagerten LED Leuchten unbrauchbar sind. Aus diesem Grund verspätet sich die Auslieferung Ihrer Bestellung um drei Wochen.

Für den Lieferverzug entschuldigen wir uns in aller Form. Wir setzen alles daran, um Ihnen Unannehmlichkeiten zu ersparen.

Wir wissen, dass Sie die LED Leuchten für Ihren Messestand Mitte März 2016 dringend benötigen. Deshalb schlagen wir Ihnen folgende Lösung vor: Sie erhalten für Ihren Messestand 100 gebrauchte LED Leuchten aus unserem Showroom. Ein Mitarbeiter wird die LED Leuchten am Tag der Messe liefern, installieren und nach der Messe wieder demontieren. Zudem erhalten Sie als Entschädigung 20 Prozent Rabatt auf die effektive Lieferung der neuen Leuchten.

---

Wir hoffen, dass Ihnen unser Lösungsvorschlag entgegenkommt und bitten Sie, uns in den nächsten Tagen mitzuteilen, ob Sie mit unserem Angebot einverstanden sind.

Bei Fragen stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

Martin Muster  
Abteilungsleiter

**Hauser AG**  
Industriestrasse 10  
4000 Basel  
Telefon 062 724 91 92  
[www.hauserag.ch](http://www.hauserag.ch)