

Berufsprüfung Technische Kaufleute / 2021

Integrierte Fallstudie

LÖSUNGSVORSCHLAG

Teilaufgabe 1: Projektmanagement

Aufgabenstellung 1.1.

Bewertung:

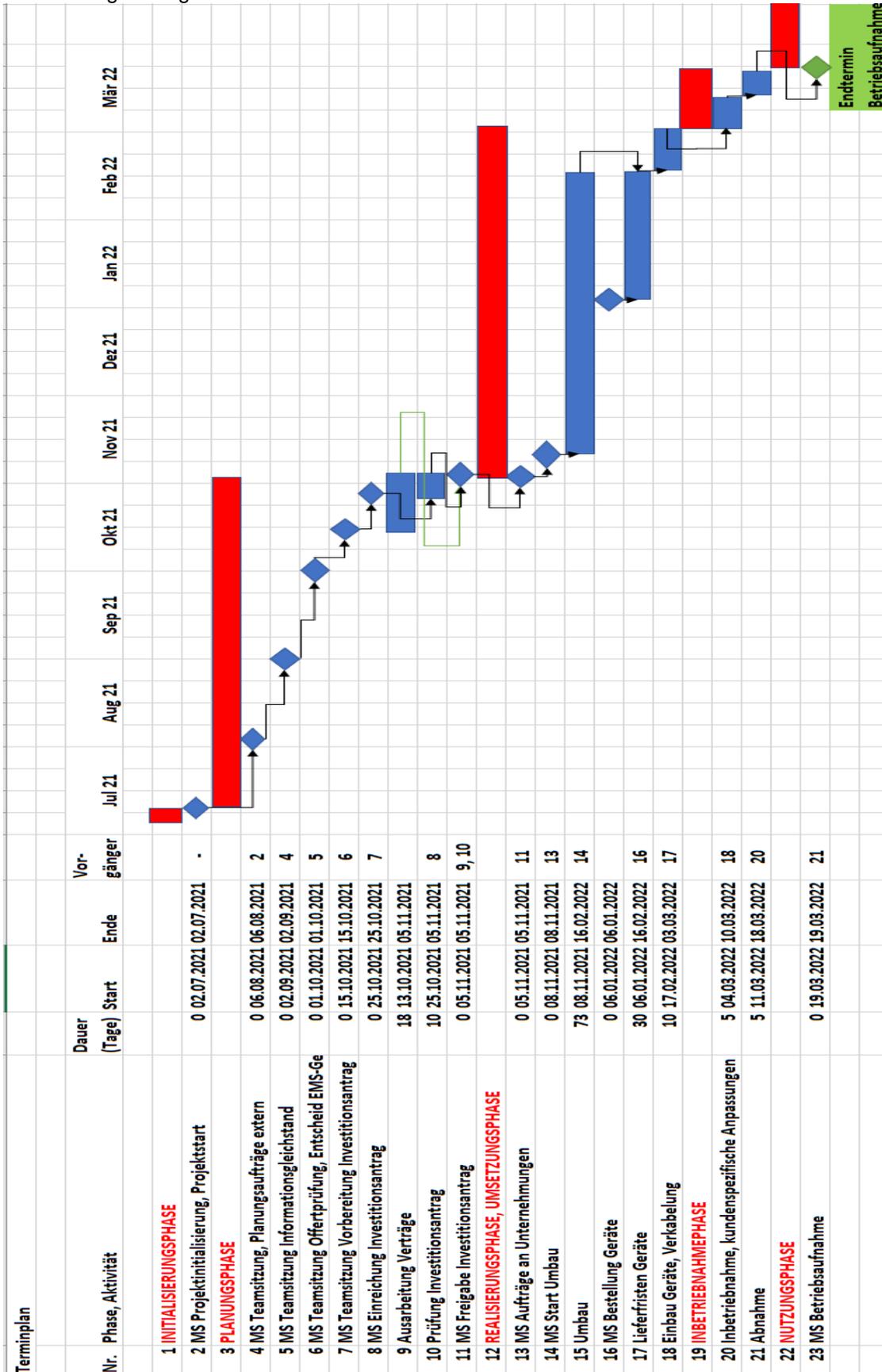
Diese Aufgabe ergibt 6 Punkte.

Inhalte	Beschrieb bezogen auf den Fall
1. Ausgangslage	Wovon ist auszugehen. → Geerbte Liegenschaft von Max Steiger → Investor Dominik Kraft
2. Projektumfang, Zielsetzung	Beschrieb was wie, Form des erwarteten Ergebnisses. → Fitnesscenter mit konventionellem Angebot und mit EMS Shop in Shop
3. Projektteam (Verantwortlichkeiten)	Projektverantwortung: Lisa Haueter, Paul Moll, Max Steiger Projektleitung: Lisa Haueter Projektteammitglied Paul Moll: SCM Projektteammitglied Max Steiger: Marketing, Unternehmensführung Investor Dominik Kraft: Ohne Mitspracherecht im operativen Bereich
4. Starttermin, (Meilensteine)	Wann wird das Projekt gestartet [02.07.2021, Startsituation], (wichtige Meilensteine siehe Terminplan)
5. angestrebter Abschlusstermin	Betriebsaufnahme → Eröffnung am 18.03.2022
6. geschätzte Investitionssumme (ev. Payback)	voraussichtlich notwendiges Kapital von Dominik Kraft und Zins an Max → CHF 30'000.-

Aufgabenstellung 1.2.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 15 Punkte.



Teilaufgabe 2: Beschaffung EMS-Geräte

Teilaufgabe 2.1.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 6 Punkte.

Nettobarwertmethode

	Abzinsungsfaktor	Kauf		Miete	
Jahr 0	1	22'182.50	22'182.50		
Jahr 1	0.943	4'200.00	3'960.60	10'200.00	9'618.60
Jahr 2	0.89	4'200.00	3'738.00	10'200.00	9'078.00
Jahr 3	0.84	4'200.00	3'528.00	10'200.00	8'568.00
Jahr 4	0.792	4'200.00	3'326.40	10'200.00	8'078.40
Jahr 5	0.747	4'200.00	3'137.40	10'200.00	7'619.40
NBW			39'872.90		42'962.40

Antrag:

Für einen Betrachtungszeitraum von 5 Jahren ist ein Kauf der Geräte klar vorzuziehen. Nebst den deutlich tieferen Kosten hat man am Ende der 5 Jahre noch 7 Occasionsgeräte. Die Leistungen und Garantien sind identisch.

Teilaufgabe 2.2.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 12 Punkte.

	Kriterien	Gewichtung	Ganda EMS AG		Tenswag Europa GmbH	
			Bewertung	GxB	Bewertung	GxB
1	Erfahrung Schweiz	10	3	30	1	10
2	Kosten Service/Reparatur	10	2	20	3	30
3	Anpassmöglichkeiten an verschiedene Körpergrössen und -bauten	15	3	45	2	30
4	Ausstattung, Anzahl Intensitätsstufen und Programme	15	2	30	3	45
5	Einsatzzeit pro Akkuladung	20	3	60	1	20
6	Reaktionszeit Reparatur	30	3	90	1	30
	Total	100		275		165

Antrag:

Trotz des tieferen Preises der Geräte von der Firma «Tenswag GmbH», der tieferen Kosten für Service und Reparaturen und der höheren Anzahl einstellbarer Intensitätsstufen sind die Geräte der Firma «Ganda EMS AG klar zu bevorzugen. Dies v.a. aufgrund der garantierten Reaktionszeit für Reparaturen und der viel besseren Akkukapazität. Zudem werden mit den besseren Anpassmöglichkeiten an verschiedene Körpergrössen und -bauten mehr Kunden angesprochen. Im Falle der Variante «Kauf» beantrage ich den Kauf der Geräte der Firma «Ganda EMS AG».

Aufgabenstellung 2.3.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 6 Punkte.

Formular: Investitionsantrag											
Projekt: Beschaffung von 6 EMS-Trainingsgeräten und 1 Instruktorgerät											
Beschrieb: Beschaffung von 6 Trainingsgeräten «EMS-Profi 2021» der Firma Ganda-EMS AG mit folgenden Spezifikationen: <ul style="list-style-type: none">- Anwendung für Bauch, Beine, Po und Arme- Eignung für den Muskelaufbau und zum Abnehmen- Eignung für Personen ab 16 Jahre mit guter Gesundheit (ungeeignet für Personen mit: Herz-/Kreislauferkrankungen, Epilepsie, Organtransplantationen)- Kabellose Gelpads für die Anbringung direkt auf die Haut mit muskelspezifischem Verschlussband oder integrierbar in einem Anzug- Gelpads mit wiederaufladbaren Akkus (USB) für eine Anwendungsdauer von 35 Minuten- 3 Anzüge pro Gerät im Lieferumfang (1xS, 1xM, 1xL; S als XS justierbar, L als XL und XXL justierbar)- Dank mehrerer Justiermöglichkeiten der Verschlussbänder und 3 unterschiedlichen und justierbaren Grössen der Anzüge eignet sich das Kombigerät sowohl für Damen und Herren mit unterschiedlichsten Körperbauten (Abdeckung 95%)- Intensitätsstufen: 10- Automatikprogramme: 8 Beschaffung von 1 Instruktorgerät «EMS-Instruktor 2021» der Firma Ganda-EMS AG mit folgenden Spezifikationen: <ul style="list-style-type: none">- Ausstattung wie die Kombigeräte, zusätzliche Überwachungs- und Eingriffsfunktion bei den Teilnehmergeräten Das Investitionsvolumen versteht sich inkl. Lieferung, Installation, Inbetriebnahme, kundenspezifische Anpassung, Schulung und einer Reserve für Unvorhergesehenes. Finanzzahlen: <table><tr><td>Investitionssumme</td><td>CHF 25'000.- (aufgerundet)</td></tr><tr><td>Zahlungsplan</td><td>100% bei Betriebsaufnahme</td></tr><tr><td>Erwartete Paybackzeit:</td><td>4 Jahre</td></tr></table> Termine: <table><tr><td>Start Umbau</td><td>08.11.2021</td></tr><tr><td>Betriebsaufnahme</td><td>18.03.2022</td></tr></table>		Investitionssumme	CHF 25'000.- (aufgerundet)	Zahlungsplan	100% bei Betriebsaufnahme	Erwartete Paybackzeit:	4 Jahre	Start Umbau	08.11.2021	Betriebsaufnahme	18.03.2022
Investitionssumme	CHF 25'000.- (aufgerundet)										
Zahlungsplan	100% bei Betriebsaufnahme										
Erwartete Paybackzeit:	4 Jahre										
Start Umbau	08.11.2021										
Betriebsaufnahme	18.03.2022										
Ort, Datum: Zofingen, 25.10.2021	<i>Lisa Haueter, Paul Moll, Max Steiger</i>										

Teilaufgabe 3: Social Media

Teilaufgabe 3.1.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 9 Punkte.

Instagram	Instagram ist eine bereits bewährte Plattform und eine der zwei wichtigsten für die Zielgruppe der «Generation Active». Instagram als (mehrheitlich) Fotoplattform eignet sich um durch (gut gemachte) Bilder Emotionen zu vermitteln, was die Plattform für Lifestyle-Themen wie Fitness ideal macht.	Wir präsentieren ästhetische Fotos unseres Studios sowie Menschen beim Training in unserem Studio. Dabei soll auch die individuelle, und professionelle Beratung in den Fotos sichtbar werden. Dazu werden unsere hochwertigen Trainingsgeräte passend in Szene gesetzt.
Facebook	Auch Facebook ist eine bereits bewährte Plattform und eine der zwei wichtigsten für die Zielgruppe der «Generation Active». Dazu kommt, dass Facebook eine Breite Palette an (Re-)Aktionsmöglichkeiten auf Beiträge anbietet. Dadurch kommt man einfacher mit Kunden in Dialog und kann einfacher Kundennähe schaffen. Zusätzlich können Beiträge einfach geteilt werden, wodurch Beiträge leichter mehr Leute erreichen können. Durch die Möglichkeit Videos zu posten, eignet es sich auch für Kommunikationsaktivitäten in denen etwas erklärt werden soll (erklärende + anleitende Beiträge, Tutorials), was für unseren Fall als Trainings-Dienstleistungsanbieter ideal ist.	Wir stellen uns als neues Fitnessstudio in der Region vor (Text), weisen auf unser in der Region einzigartiges Ganzkörper-EMS als sichere, hocheffektive und zeitoptimierte Trainingsmethode hin (Text) und unterstreichen dies mit vorher/nachher Bildern von Max, der neben dem normalen Fitnesstraining mit dieser Methode 25 kg abnehmen und Kraft aufbauen konnte. Diesen Beitrag verlinken wir auf unsere Homepage. Auch z. B. möglich: Wir präsentieren uns als kompetenter und qualitativ hochwertiger Dienstleister, der auch Begleitung über die Räumlichkeiten hinweg anbietet. Daher posten wir als erstes ein qualitativ hochwertiges Trainingsvideo mit Lisa als ausgebildeter Fitnessinstructorin und Fitnessexpertin, das in unseren Räumlichkeiten gefilmt wird und diese ansprechend präsentiert. Lisa soll dabei sehr motivierend auftreten und das Video soll sehr inspirierend wirken und zu unserer Homepage verlinkt sein.

Teilaufgabe 3.2.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 3 Punkte.

Social Media-Leitfaden:

Regel 1 zum Bereich «Recht»:

Die Verwendung von fremdem, urheberrechtlich geschütztem Bild- und Videomaterial auf unserem Instagram-, Facebook- und YouTube-Kanal muss zuerst mit der Geschäftsleitung besprochen werden. Diese klärt ab, ob und in welcher Form das Bildmaterial verwendet werden darf.

Regel 2 zum Bereich «Datenschutz/Datensicherheit»:

Die für die Verwendung von Instagram, Facebook und YouTube nötigen Passwörter sind von den Mitarbeitenden streng vertraulich zu behandeln und dürfen nicht an Unbefugte / Personen ausserhalb des Unternehmens weitergegeben werden. Verlässt ein Mitarbeitender das Unternehmen sind die Passwörter zu wechseln. Die Passwörter müssen mindestens acht Zeichen lang sein, Gross- und Kleinbuchstaben, Ziffern sowie Sonderzeichen enthalten.

Regel 3 zum Bereich «Kommunikation»:

In unserer Branche herrscht allgemein ein familiärer Umgangston mit Kundinnen und Kunden. Diesem offenen und nahen Stil wollen wir auch auf Instagram, Facebook und YouTube treu bleiben. Daher verwenden wir in unseren Beiträgen generell die «Du»-Form. Die «Sie»-Form wäre zu förmlich und distanziert.

Auch möglich bei «Datenschutz/Datensicherheit» wäre:

Social-Media-Plattformen bergen Risiken sowohl für Arbeitgeber als auch für Arbeitnehmende. Im Bewerbungsprozess nutzen Arbeitgeber z. B. soziale Netzwerke, um an Informationen über potenzielle Mitarbeitende zu gelangen. Freizügige Fotos oder verfängliche Äusserungen können in diesem Kontext nachteilige Folgen haben. Wenn Mitarbeitende interne Firmeninformationen auf eine soziale Plattformen stellen, könnten Geschäftsgeheimnisse berührt werden oder ein Imageschaden entstehen. Ausser den betrieblichen Geheimhaltungspflichten und Straftaten im Rahmen des Cybermobbings finden sich in Schweizer Gesetzen keine genaueren Angaben für Verhaltensregeln. Deshalb ist es sinnvoll, wenn ein Unternehmen (im Einklang mit der Gesetzgebung) konkrete **Sicherheitsrichtlinien** erstellt und den Mitarbeitenden bekannt gibt.

Beispiel

Richtlinien zur Nutzung sozialer Netzwerke

1. Persönliche Informationen zurückhaltend publizieren.
 2. Datenschutzregeln der Plattform einhalten.
 3. Kontaktanfragen von unbekanntenen Personen vorsichtig behandeln.
 4. Auffälligkeiten melden oder ansprechen.
 5. Unterschiedliche Passwörter für unterschiedliche Plattformen verwenden.
 6. Keine Informationen über den eigenen Arbeitgeber publizieren.
 7. URL vor dem Anklicken eines Links überprüfen (Gefahr von Phishing).
 8. Dateien zurückhaltend herunterladen.
-

Teilaufgabe 4: Webseite und finanzielle Überlegungen

Teilaufgabe 4.1.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 9 Punkte.

Berechnung Gemeinkostenzuschlagsatz:

Fallinformationen:

Lohnaufwand pro Jahr (13 Monatslöhne): 421'200 CHF + Sozialversicherungen 75'816 CHF

Von den Löhnen sind rund 40 % Fixkosten, 60 % sind variabel

Aufgabeninformationen:

variablen Löhne = Einzellöhne

alle anderen Kosten = Gemeinkosten

summarische Zuschlagskalkulation

Variable Löhne = Einzellöhne = $(421'200 + 75'816) \times 60\% = 298'209.60$ CHF

Alle anderen Kosten = Gemeinkosten =

Löhne	$(421'200 + 75'816) \times 40\% = 198'806.40$ CHF
+ Reinigungsaufwand	18'000.- CHF
+ Telefonie, Informatik	3'000.- CHF
+ Betriebsversicherungen	909.- CHF
+ Verwaltungsaufwand (Büro, Versandkosten)	5'000.- CHF
+ Werbeaufwand	50'000.- CHF
+ Abschreibungen auf Trainingsgeräte und Einrichtungen	15'000.- CHF
	<hr/>
	290'715.40 CHF

$$\text{Gemeinkostenzuschlagsatz} = \frac{\text{(Fertigungs)Gemeinkosten}}{\text{Einzellöhne}} \times 100$$

$$\text{Gemeinkostenzuschlagsatz} = \frac{290'715.40 \text{ CHF}}{298'209.60 \text{ CHF}} \times 100$$

Gemeinkostenzuschlagsatz = 97.5 % (gerundet auf 1 Kommastelle)

Berechnung Selbstkosten:

Einzellöhne	40.- CHF
+ Zuschlag für Gemeinkosten (97.5%)	39.- CHF
= Selbstkosten	79.- CHF

Berechnung Verkaufspreis für eine individuell betreute Fitness-Lektion inkl. MwSt.:

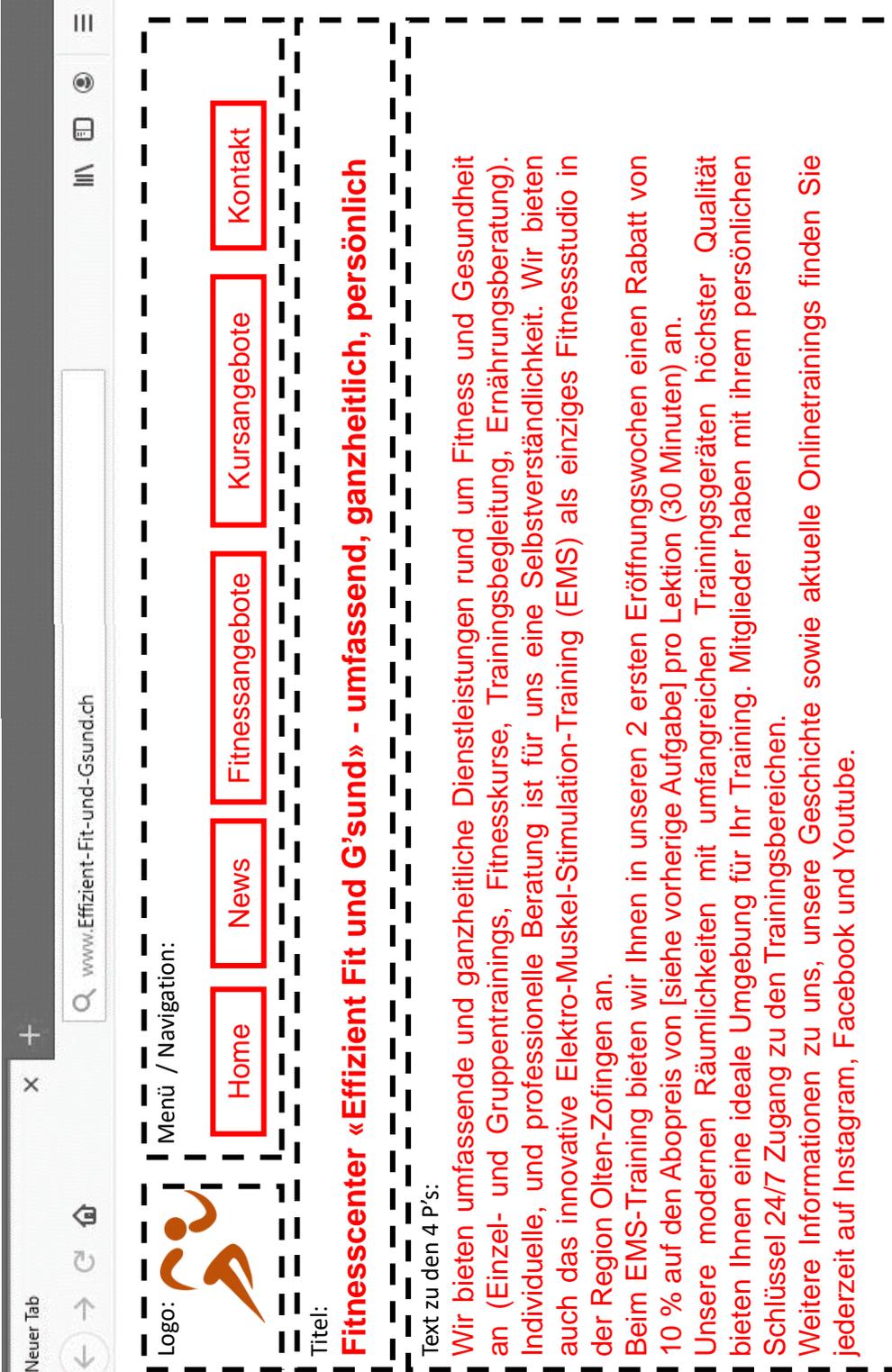
Selbstkosten	79.- CHF
+ Kalkulatorischer Gewinnzuschlag (10%)	7.90 CHF
Nettoerlös	86.90 CHF
+ MwSt	6.70 CHF
Verkaufspreis für eine individuell betreute Fitness-Lektion inkl. MwSt.	93.60 CHF

Teilaufgabe 4.2.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 9 Punkte.

Hinweis: Es wurden neben den 4 P's Product, Price, Promotion und Place auch People, Process oder Physical Evidence gewertet.



The image shows a browser window with the address bar displaying 'www.Effizient-Fit-und-Gsund.ch'. Below the browser window, a navigation menu is shown with five items: 'Home', 'News', 'Fitnessangebote', 'Kursangebote', and 'Kontakt'. Each item is enclosed in a red rectangular box. Below the menu, the text 'Fitnesscenter «Effizient Fit und G'sund» - umfassend, ganzheitlich, persönlich' is written in red. Underneath this, the text 'Text zu den 4 P's:' is followed by a paragraph of red text describing the fitness center's services, including group trainings, individual consultations, and EMS training. The text concludes with information about a 10% discount on the first two weeks of training and mentions of social media presence on Instagram, Facebook, and YouTube.

Logo: 

Menü / Navigation:

- Home
- News
- Fitnessangebote
- Kursangebote
- Kontakt

Fitnesscenter «Effizient Fit und G'sund» - umfassend, ganzheitlich, persönlich

Text zu den 4 P's:

Wir bieten umfassende und ganzheitliche Dienstleistungen rund um Fitness und Gesundheit an (Einzel- und Gruppentrainings, Fitnesskurse, Trainingsbegleitung, Ernährungsberatung). Individuelle, und professionelle Beratung ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Wir bieten auch das innovative Elektro-Muskel-Stimulation-Training (EMS) als einziges Fitnessstudio in der Region Olten-Zofingen an.

Beim EMS-Training bieten wir Ihnen in unseren 2 ersten Eröffnungswochen einen Rabatt von 10 % auf den Abopreis von [siehe vorherige Aufgabe] pro Lektion (30 Minuten) an.

Unsere modernen Räumlichkeiten mit umfangreichen Trainingsgeräten höchster Qualität bieten Ihnen eine ideale Umgebung für Ihr Training. Mitglieder haben mit ihrem persönlichen Schlüssel 24/7 Zugang zu den Trainingsbereichen.

Weitere Informationen zu uns, unsere Geschichte sowie aktuelle Onlinetrainings finden Sie jederzeit auf Instagram, Facebook und Youtube.

Teilaufgabe 4.3.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 6 Punkte.

Berechnung Break-even-Punkt:

$$\text{Break-even-Punkt (mengenmässig)} = \frac{\text{Fixkosten}}{\text{DB pro Mengeneinheit}}$$

$$\text{DB pro Mengeneinheit} = \text{Nettoerlös (pro Mengeneinheit)} - \text{variable Kosten (pro Mengeneinheit)}$$

Berechnung Fixkosten:

Fixkosten =	
Löhne	(421'200 + 75'816) x 40% = 198'806.40 CHF
+ Reinigungsaufwand	18'000.- CHF
+ Telefonie, Informatik	3'000.- CHF
+ Betriebsversicherungen	909.- CHF
+ Verwaltungsaufwand (Büro, Versandkosten)	5'000.- CHF
+ Werbeaufwand	50'000.- CHF
+ Abschreibungen auf Trainingsgeräte und Einrichtungen	15'000.- CHF
	<hr/>
	290'715.40 CHF

Berechnung DB pro Mengeneinheit:

Variable Lohnkosten pro Lektion = 40 CHF

Nettoerlös pro Lektion = 110 CHF

DB pro Mengeneinheit = 110 CHF – 40 CHF = 70 CHF

Berechnung Break-even-Punkt (mengenmässig):

$$\text{Break-even-Punkt (mengenmässig)} = \frac{290'715.40 \text{ CHF}}{70 \text{ CHF}}$$

Break-even-Punkt (mengenmässig) = 4154 (auch 4153 kann als korrekt angenommen werden) individuell betreute Einzellektionen

Teilaufgabe 5: Unternehmensführung

Aufgabenstellung 5.1.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 3 Punkte.

Kommunikationspolitik	Wir unterlassen irreführenden Marketing- und Verkaufsinformationen bei der Publizierung unserer Fitnessangebote.
Umgang mit Mitarbeitenden	Nationalität, Alter, Geschlecht, sexuelle Orientierung, soziale Herkunft, religiöse und politische Ausrichtung führen nicht zu Benachteiligungen von unseren Fitnessinstruktoren bzw. bei der Einstellung neuer Fitnessinstruktoren.

Aufgabenstellung 5.2.

Bewertung:

Diese Aufgabe ergibt 6 Punkte.

2 weitere wesentlich relevante Themenbereiche der Unternehmensethik die zum Fall passen	Zum Fall passende, detaillierte Richtlinie basierend auf den Informationen des Falls
1.Umgang mit Kunden	Wir achten die Rechte und die Würde unserer Kursteilnehmenden, insbesondere ihr Recht auf Selbstbestimmung und Selbstverantwortung. Dabei berücksichtigen wir die Möglichkeiten und Leistungsgrenzen der Kursteilnehmenden.
2.Geschäftspraktiken	Wir sorgen dafür, dass die (Gesundheits)Daten unserer Mitglieder und Kursteilnehmenden gegenüber Dritten vor unrechtmässigem Zugriff geschützt sind.

Auch möglich wären folgende Bereiche mit der passenden Richtlinie:

Nicht nur Personen, auch Unternehmen können und sollen ethisch handeln. Zum Bereich der **Unternehmensethik** gehören die folgenden Themen:

- Umweltschutz / Energie
- Betriebliche Sicherheit
- Gemeinwohl / Sozialverträglichkeit
- Geschäftspraktiken
- Marktleistungsqualität
- Personalentwicklung
- Arbeitsplatzsicherung

Die zehn Prinzipien von Global Compact (Stand 2015)

Menschenrechte	(1) Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte im eigenen Einflussbereich (2) Sicherstellung, dass sich das eigene Unternehmen nicht an Menschenrechtsverletzungen beteiligt
Arbeitsnormen	(3) Wahrung der Vereinigungsfreiheit und wirksame Anerkennung des Rechts zu Kollektivverhandlungen (4) Abschaffung jeder Art von Zwangsarbeit (5) Abschaffung der Kinderarbeit (6) Beseitigung der Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung
Umweltschutz	(7) Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen (8) Ergreifung von Schritten zur Förderung einer grösseren Verantwortung gegenüber der Umwelt (9) Hinwirkung auf die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien
Korruptionsbekämpfung	(10) Selbstverpflichtung, Korruption in allen Formen, einschliesslich Erpressung und Bestechlichkeit, zu begegnen