

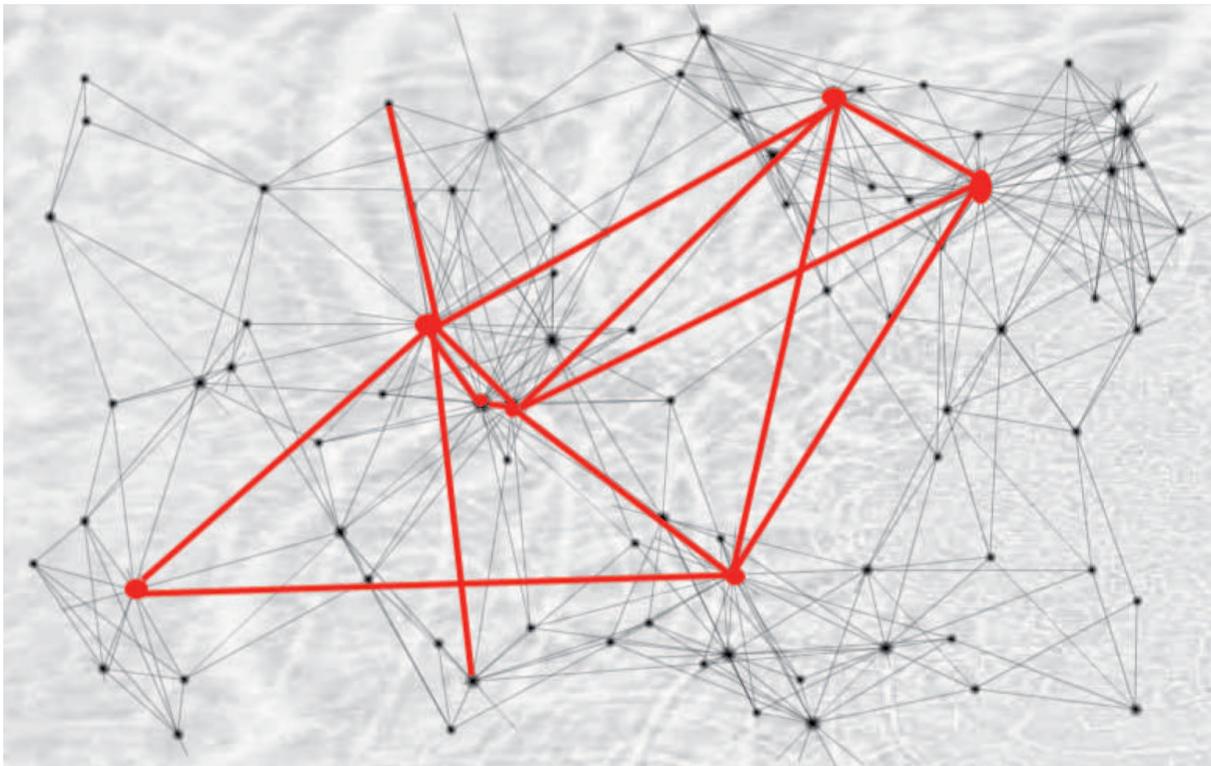
Schülerausgabe

Roland Gschwend, Sylvia Neidhöfer

Im Auftrag der SAB, Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für Bildungsmanagement.

Musterbeispiel «Mobilität»

Unterrichtseinheit im Fachgebiet Vertiefen und Vernetzen (E-Profil)



Vorabversion

Release 2.1

Zürich, 31. Juli 2010





1. Lebensqualität dank Mobilität

1.1 Individuelles Mobilitätsverhalten heute und in Zukunft

Welche Mobilität will ich?

Viele junge Menschen betrachten das Autofahren als Teil der Allgemeinbildung. Daher ist Autofahren lernen mit 18 Jahren für viele etwas Selbstverständliches geworden. Wie steht es mit Ihrer Mobilität heute und in Zukunft?

Wie kommen Sie heute zur Schule, ins Geschäft? Welche privaten oder öffentlichen Verkehrsmittel nutzen Sie?

1.1.1 Verkehrsmittelwahl heute und in Zukunft:

Stellen Sie Ihr effektives Verhalten heute und Ihre erwünschte Mobilität der Zukunft zusammen. Tragen Sie je Verkehrsmittel die tägliche Nutzungsintensität ein:

- ◆ Starke Nutzung drei Striche: III
- ◆ Mittlere Nutzung zwei Striche: II
- ◆ Schwache Nutzung ein Strich: I

Verkehrsmittel	Meine tägliche Mobilität heute	Meine tägliche Mobilität in Zukunft
Zu Fuss		
Fahrrad		
Moped		
Roller, Motorrad		
ÖV: Tram, Bus, Zug		
Auto		
Flugzeug		



1.1.2 Persönlicher Vergleich mit dem Schweizer Durchschnitt

Vergleichen Sie Ihre heutige und Ihre künftig gewünschte Mobilität mit der durchschnittlichen Mobilität der Schweizer Bevölkerung. Kreuzen Sie die für Sie zutreffenden Aussagen an und ergänzen Sie entsprechend.

- Meine Mobilität heute verhält sich nicht wie der Durchschnitt, weil ...

- Meine Mobilität wird sich in Zukunft in die Richtung des Durchschnitts entwickeln, weil ...

- Meine Mobilität wird sich in Zukunft nicht in die Richtung des Durchschnitts entwickeln, weil ...

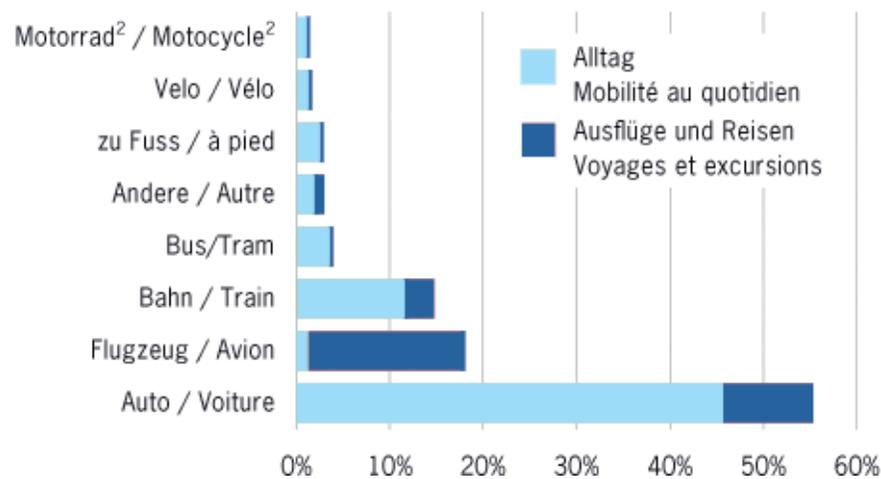
Rund 19 000 Kilometer pro Person legte die schweizerische Bevölkerung im Jahr 2005 im In- und Ausland zurück – ungefähr eine halbe Erdumrundung. Das weitaus meistverwendete Verkehrsmittel ist das Auto: mit ihm werden 55 von 100 zurückgelegten Kilometern gefahren (also fast 10 600 km pro Person und Jahr). 18% der Jahresdistanz entfallen auf das Flugzeug (3 400 km), welches auch über zwei Drittel aller Reisen mit Übernachtung auf sich vereinigt. Der Anteil des öffentlichen Verkehrs (Bahn, Bus, Tram) beträgt 19% (3 600 km), der des Langsamverkehrs (zu Fuss, Velo) 4% (760 km).

Quelle: BFS Panorama Mobilität

Personenverkehr / Transport de personnes

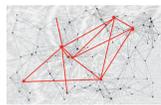
Verkehrsmittelbenutzung 2005, Jahresmobilität¹ in %

Utilisation des moyens de transports, en 2005, mobilité annuelle¹ en %



¹ Anteile bezogen auf die Jahresdistanzen im In- und Ausland, Personen ab 6 Jahren / Parts aux distances annuelles en Suisse et à l'étranger, population à partir de 6 ans

² Inklusiv Mofa und Kleinmotorrad / Y compris cyclomoteur et motorcycle léger



1.2 Rahmenbedingung zur individuellen Mobilität

Welche Mobilität wird mir erlaubt? Kann ich meine künftigen Mobilitätsbedürfnisse so, wie ich möchte, auch ausleben? Oder gibt es künftige Einschränkungen, wie beispielsweise schon heute in St. Gallen geplant?

Abstimmung zum Individualverkehr in Städten:

Am 7. März 2010 fand in der Stadt St. Gallen eine Abstimmung zur Mobilität statt:

St. Gallen stoppt Autoverkehr

59 Prozent der St. Galler wollen den Individualverkehr nicht mehr weiter wachsen lassen.

Die Stadt St. Gallen setzt in Zukunft konsequent auf den öffentlichen Verkehr, die Velofahrer und die Fussgänger. Der motorisierte Individualverkehr soll dagegen plafoniert (begrenzt, beschränkt) werden. Die Stimmberechtigten hiessen die sogenannte Städte-Initiative als erste Schweizer Stadt gut. Das Resultat fiel mit 59 Prozent Ja-Stimmen überraschend deutlich aus.

... Hinter der Städte-Initiative steht der Verein Umverkehr, der ähnliche Initiativen in Zürich, Winterthur, Luzern und Basel eingereicht hat...

Quelle: Tages Anzeiger 8. März 2010.

1.2.1 Beobachtungsauftrag/Fragen zum Artikel

Im folgenden Filmbeitrag werden die Resultate der St. Galler-Abstimmung kommentiert. Film von Tele Ostschweiz (3.06 Min.):

Vergleiche [Link auf Film im eLearning](#):

eduserVICES.frentix.com → Kurs Vertiefen & Vernetzen

Fassen Sie zu den folgenden Stichworten die wichtigsten Ereignisse zusammen:

- a) Resultat der Abstimmung

- b) Charakterisieren Sie diese Abstimmung. Bestimmen Sie, ob die folgenden Aussagen richtig bzw. falsch sind und kreuzen Sie entsprechend an. Stellen Sie allfällige Falschaussagen mit einem Kommentar richtig.

b1 Solche Abstimmungen werden typischerweise mit dem absoluten Mehr entschieden.

- falsch
 richtig

Richtigstellung:



b2 Bei solchen Abstimmungen sind Proporz- oder Majorzverfahren wie bei Wahlen nicht sinnvoll.

- falsch
- richtig

Richtigstellung:

b3 Eine Stadträtin wird typischerweise im Proporzverfahren gewählt.

- falsch
- richtig

Richtigstellung:

c) Was meint die St. Galler Stadträtin mit «Wer A sagt, muss auch bereit sein, B zu sagen.»?

d) Welche Verkehrsmittel sollen gefördert werden?

e) Welche Verkehrsmittel sollen plafoniert werden?

f) Welche Auswirkungen hat die Annahme einer solchen Abstimmung in Ihrer Wohngemeinde / Stadt auf Ihre Mobilität der Zukunft?



1.2.2 Mobilitätsbedürfnisse und Maslow

Umfrage: Wer würde die Städteinitiative annehmen, wer würde diese ablehnen? Stimmen Sie in Ihrer Klasse ab und halten Sie das Resultat fest.

Anzahl Ja -Stimmen	Anzahl Nein -Stimmen	Abstimmungsresultat
_____	_____	_____

Brainstorming zu den von der Abstimmung betroffenen Bedürfnissen

Wir tragen möglichst viele Beispiele von Bedürfnissen, welche **dank höherer Mobilität möglich werden**, zusammen. Tragen Sie die Beispiele zu den Bedürfniskategorien in einer Gruppe zusammen in die unten stehende Darstellung ein.

Brainstorming-Regeln:

- ◆ Alle Beiträge sind erwünscht. Alle Ideen sind erlaubt!
- ◆ Kritik, Bemerkungen oder Bewertungen zu den Beiträgen sind verboten!

Bedürfniskategorie nach Maslow: _____ Beispiele von Bedürfnissen: _____
Bedürfniskategorie nach Maslow: _____ Beispiele von Bedürfnissen: _____
Bedürfniskategorie nach Maslow: _____ Beispiele von Bedürfnissen: _____
Bedürfniskategorie nach Maslow: _____ Beispiele von Bedürfnissen: _____
Bedürfniskategorie nach Maslow: _____ Beispiele von Bedürfnissen: _____



1.2.3 Welche Produkte / Dienstleistungen können meine Mobilitätsbedürfnisse stillen?

Nennen Sie drei konkrete Produkte/Dienstleistungen, welche Sie in Zukunft zur Deckung Ihrer Mobilitätsbedürfnisse brauchen werden.

Güter, welche meine Mobilitätsbedürfnisse decken werden.

1.

2.

3.

1.3 Mobilität und wirtschaftspolitische Ziele

Welchen Einfluss haben erhöhte Mobilitätsbedürfnisse auf die wirtschaftspolitischen Ziele Umwelterhaltung, Wirtschaftswachstum und Vollbeschäftigung (=magische Vielecke)?

Zeichnen Sie ein Netzwerk mit mindestens diesen drei wirtschaftspolitischen Zielen, welche von erhöhten Mobilitätsbedürfnissen betroffen sind.

MEMO: Was ist ein Netzwerk?

Hasenbeispiel: Wie hängt die Population der Hasen von der verfügbaren Futtermenge ab?

Darstellungsregeln

Wenn-dann-Beziehung:  Je mehr Futter, desto mehr Hasen

Rückkoppelungseffekt:  Je mehr Hasen, desto weniger Futter

Wenn-dann-Beziehung

Zielharmonie

+

Je mehr / grösser ...

desto mehr / grösser ...

Je weniger / kleiner ...

desto weniger / kleiner ...

Zielkonflikt

-

Je mehr / grösser ...

desto weniger / kleiner ...

Je weniger / kleiner ...

desto mehr / grösser ...

Zielneutralität

Je mehr / grösser ...

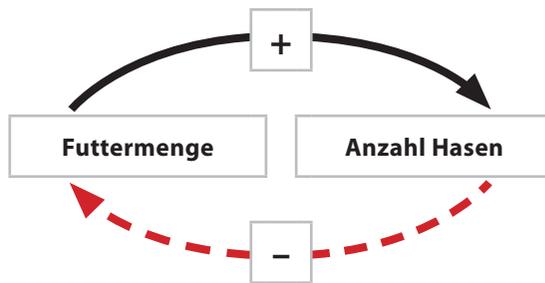
keinen direkten Einfluss auf ...

Je weniger / kleiner ...

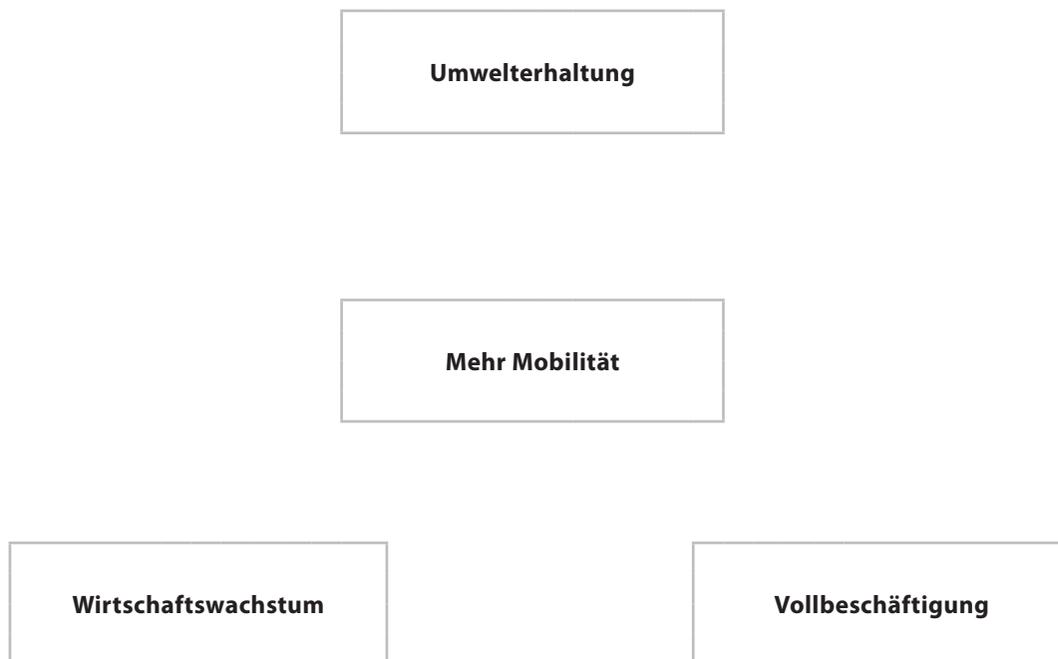
keinen direkten Einfluss auf ...



Netzwerkzeichnung zum Hasenbeispiel:



Netzwerk: Mobilität und wirtschaftspolitische Ziele





1.4 Partnerarbeit: PR-Werbespot Pro/Kontra Individualverkehr aus Sicht diverser Institutionen

Gesucht ist der beste PR-Spot. Sie können maximal 10 von 100 Punkten für die Bewertung dieser Unterrichtseinheit sammeln.

Auftrag:

- ◆ Erstellen Sie einen PR-Werbespot für eine Institution aus den nachfolgenden Bereichen (vgl. nächste Seite).

Organisation:

- ◆ Bilden Sie in Ihrer Klasse Zweiergruppen

Zeitraumen:

- ◆ 1 Lektion zur Erstellung, max. 1 Lektion zur Betrachtung aller Werbespots

Hilfsmittel:

- ◆ Ein Raster zur Sammlung der Argumente für die eigene Institution sowie Optionskarten mit möglichen Argumenten stehen zur Verfügung.
- ◆ Der PR-Werbespot wird mit den von der Lehrperson angegebenen Hilfsmitteln selbst erstellt (PPP / Folien / Flipchart / Plakat; Filmsequenzen werden nicht erwartet)

Bewertungskriterien/Anforderungen:

- ◆ Der PR-Werbespot dauert maximal 30 Sekunden.
- ◆ Der PR-Werbespot beinhaltet Stellungnahme entweder für oder gegen mehr Individualverkehr (Auto, Motorrad)
- ◆ Die Stellungnahme muss Sachinformationen mit Argumenten enthalten.
- ◆ Die Stellungnahme muss suggestive Informationen enthalten.
- ◆ Der Werbespot berücksichtigt erkennbar den AIDA-Ansatz.
- ◆ Der Werbespot ist selbst erstellt.

Ablauf der Präsentationen:

- ◆ Der Werbespot wird der Klasse gezeigt.
- ◆ Die Konzeption hinter dem Werbespot wird kurz erläutert (max. 2 Minuten).



Raster zur Sammlung von Argumenten für die eigene Institution

Institutionen	Pro-/Kontra-Argumente
Unternehmungen:	
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Autobauer (BMW) ◆ ... 	
<hr/>	
Politische Parteien	
<ul style="list-style-type: none"> ◆ SVP ◆ FDP ◆ CVP ◆ SP 	
<hr/>	
Verbände	
<ul style="list-style-type: none"> ◆ TCS ◆ VCS ◆ WWF ◆ ... 	
<hr/>	

Optionskarten mit möglichen Argumenten

Individualverkehr schafft Arbeitsplätze.	Individualverkehr stösst mehr CO ₂ aus als ÖV.	Individualverkehr ermöglicht grösseren Bekanntenkreis.
Individualverkehr spart Zeit.	Individualverkehr produziert Stau.	Individualverkehr produziert mehr Lärm.
Individualverkehr produziert mehr Verletzte und Todesfälle als ÖV.	Individualverkehr fördert die Bodenversiegelung.	Individualverkehr vergrössert die Lebensqualität, weil er Mobilität mit mehr Wahlmöglichkeiten zulässt.
Individualverkehr vermindert die Lebensqualität, weil er die Luftverschmutzung vergrössert.	Ein eigenes Auto erhöht die Anerkennung (das Prestige) bei anderen.	Funktionierender Individualverkehr erhöht das Wirtschaftswachstum.



Bewertungsraster Präsentation PR-Werbespot

Name:	Experten:
Datum/Klasse/PR-Werbespot für Institution:	Kommentar auf der Rückseite

Informationsgehalt	Maximale Punkte je Kriterium					
Argumente: Anzahl Fehlend-falsch gesetzt-einseitig-ausgewogen-sinnvoll	0	1				
Argumente: Inhalt und Aufbau Wirr-ausschweifend-sachbezogen-korrekt	0	1				
Eigenleistungen Fehlend-wenig-unpassend/passend-aussagekräftig-anschaulich	0	1				
Präsentation						
AIDA-Ansatz vorhanden / Kommunikation Eintönig-zu schnell/zu langsam-undeutlich-klar-korrektes Hochdeutsch	0	1	2	3	4	
Auftreten und Originalität / Kommunikation Unsicher-lebendig-Blickkontakt/Gestik Fad/langweilig-kreativ-fesselnd-humorvoll	0	1				
Einsatz von Hilfsmitteln, Veranschaulichungen / Kommunikation Sinnvolle Auswahl-zweckmässiger Einsatz-sorgfältig gestaltet-abwechslungsreich	0	1				
Zeitmanagement Maximalzeit eingehalten	0	oder				1
Total Punkte Präsentation (maximal 10 Punkte)	_____					

Notizen:



Tages-Anzeiger: 2003-04-08

Von Walter Jäggi (gekürzt)

Überraschungen unter der Oberfläche

Unter einer Wasserkastenabdeckung oder einem Luftwasserkanal kann sich der durchschnittliche Autofahrer kaum etwas vorstellen. Und doch: Wer ein Auto besitzt, besitzt damit auch eine Wasserkastenabdeckung und einen Luftwasserkanal - nebst Dutzenden oder Hunderten weiterer Teile, deren Namen ihm höchstens auf einer Garagenrechnung begegnen, wenn sie einmal ersetzt werden müssen.

Bei der Entwicklung und bei der Herstellung dieser wichtigen, wenn auch für den Konsumenten völlig unbekanntem Puzzleteile des Autos spielen Schweizer Unternehmen eine überraschend grosse Rolle. Aber als Zulieferer stehen sie mit ihren Innovationen viel weniger im Rampenlicht als die Markenproduzenten, die ungeniert auch mit zugekauften Produktvorteilen werben.

Der Luftwasserkanal und die Wasserkastenabdeckung sind übrigens Plastikstrukturen, die dafür sorgen, dass beim Autofahren zwar Aussenluft ins Interieur gelangen kann, aber kein Regenwasser. Aus den Lüftungsdüsen darf es nie tropfen. Das ist kein spektakuläres Extra, danach wird von keinem Autokäufer gefragt, das ist einfach selbstverständlich.

Herstellerin der beiden Teile ist die Firma Weidmann in Rapperswil. Das alteingesessene Unternehmen, gegründet, als Kunststoff noch gleichbedeutend war mit Bakelit, produziert solche und ähnliche Teile in grossen Mengen. Verarbeitet wird nicht einfach Plastik, sondern eine Vielzahl von Kunststoffen und anderen Materialien in möglichst automatisierten Prozessen. Was im Volksmund schlicht ein Plastikteil ist, ist oft ein sehr raffiniert konstruiertes komplexes Gebilde. Präzision ist dabei ebenso gefragt wie ein günstiger Preis - schliesslich sind Autos Massenprodukte.

Weidmann ist der bedeutendste Industriebetrieb in Rapperswil, aber bedeutend unbekannter als beispielsweise der Circus Knie, der ebenfalls hier seinen Firmensitz hat. Ein anderes Unternehmen, das in der Autoindustrie eine international wichtige Rolle spielt, ist die Ems-Gruppe. Deren Produkte sind wesentlich weniger populär als die Person ihres Besitzers, Nationalrat Christoph Blocher.

Ems-Grivory liefert unter anderem die Ausgangsmaterialien für die Herstellung von Kunststoffteilen, die hohe Anforderungen erfüllen müssen. Beispielsweise für Benzin-Einfüllstutzen, welche dampfdicht sein, oder für Kühlwasserleitungen, die hohe Temperaturen aushalten müssen. Mit neuen Teilen aus den Emser Kunststoffen werden Kombinationen von Gummi und Aluminium ersetzt. Damit spart der Autohersteller Gewicht und verbessert die gesetzlich vorgeschriebene Recyclingfähigkeit. Polyamide, die temperatur- und chemikalienbeständig sind, sind immer häufiger in der direkten Umgebung des Motors zu finden. Bosch, einer der grossen Zulieferer der Autoindustrie, holt bei Ems den Kunststoff für die Herstellung der Dieseleinspritzpumpen.

Zur Ems-Gruppe gehört auch die Firma Eftec, die Kleb- und Dichtmaterialien und die dazu nötigen Verfahren liefert. Weils schnell geht und Gewicht spart, wird in der Autoproduktion immer öfters geklebt, etwa bei den Scheiben oder bei gewissen Ausstattungsteilen. Nähte und Falze müssen mit Abdichtmassen versehen, Hohlräume gegen eindringendes Wasser geschützt werden.

Die Ems-Tochter Patvag ist in einem ganz besonderen Nischengeschäft tätig, das Unternehmen entwickelt und produziert die Anzündkerzen, welche im Notfall den Gasgenerator des Airbags anwerfen.

Im Kleber- und Dichtungsgeschäft tätig ist auch Gurit-Essex in Freienbach, allerdings ist dieses Schweizer Unternehmen heute Teil des Chemiemultis Dow.



- c) Neben den genannten privaten Unternehmungen ist auch der Staat ein Teilnehmer im erweiterten Wirtschaftskreislauf. Welche Rolle spielt er in diesem Fall?

2.2 Autozulieferunternehmen als Spielbälle der Konjunktur?

Film Tagesschau vom 08.03. 2010 (Schwerpunkt SFS)

Vergleiche Link auf Film im eLearning:

eduservices.frentix.com → Kurs Vertiefen & Vernetzen

Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Ausschnitt aus der Tagesschau:

- a) Um welche wirtschaftliche Problemstellung geht es im Tagesschuausschnitt?

- b) Nach Meinung von Serge Gaillard (seco) weiss man noch nicht, wie sich die Arbeitslosigkeit im 2. Halbjahr entwickeln wird, da das Ausmass der Konjunkturerholung noch unsicher ist. Was versteht man unter Konjunktur?

- c) Welche Wirtschaftsdaten werden vorwiegend zur Messung der Konjunkturlage herangezogen?

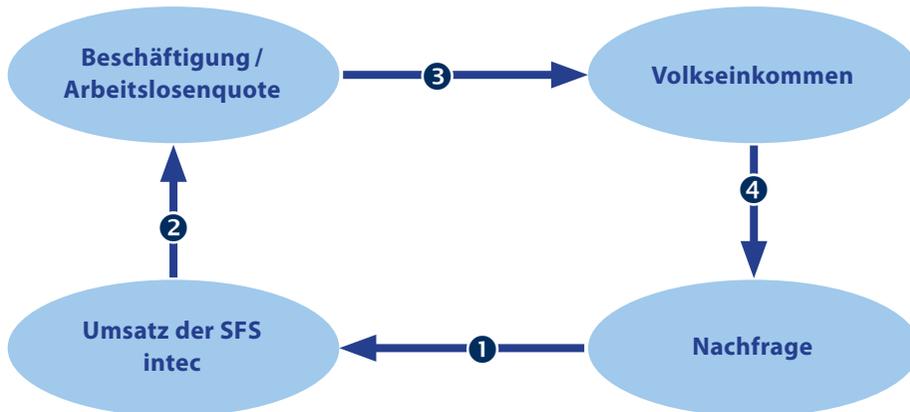
- d) Wo im Konjunkturverlauf befindet sich derzeit die Schweiz Ihrer Meinung nach?

- e) Im Beitrag wird von einer «exportorientierten» Industrie im St. Galler Rheintal gesprochen. Was versteht man darunter?



f) Warum hat die SFS intec nun wieder vollere Auftragsbücher?

g) Beschriften Sie die 4 Pfeile im stark vereinfachten Feedback-Diagramm ausgehend davon, dass die Nachfrage nach Produkten der SFS intec nun wieder steigt:



h) Warum ist ein schwacher Kurs des Euro für die SFS intec schlecht?

i) Die SFS intec ist, wie wir bereits wissen, eine exportorientierte Unternehmung, die vom weltweiten Handel profitiert. Nennen Sie Vor- und Nachteile, die durch den weltweiten Handel resp. die Globalisierung entstehen können.

Vorteile:

Nachteile:



2.3 Unternehmungsmodell des Autozulieferers SFS intec

In diesem Teil wenden wir uns nun der SFS intec genauer zu.

- a) Im Folgenden finden Sie das Leitbild der SFS. Ermitteln Sie, welche Anspruchsgruppen im Leitbild der SFS intec angesprochen werden und welche nicht. Beurteilen Sie das Leitbild kritisch.

Unternehmensleitbild

Wir wollen Veränderung

Wir sind veränderungsbereit und schnell.

Auf der Basis gegenseitiger Wertschätzung handeln wir teamorientiert und unternehmerisch, einfach, ehrlich und fair.

Wir messen unsere Dienstleistungen, um daraus zu lernen und uns kontinuierlich zu verbessern.

Wir suchen Partnerschaft

Mit Innovationen und Qualität setzen wir uns für maximalen Kundennutzen ein.

Unseren Kunden wollen wir bevorzugter Partner sein.

Mit Kunden und Lieferanten streben wir enge Leistungsgemeinschaften mit hohem Servicegrad an.

Wir brauchen Engagement

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren sich vorbildlich für unsere Kunden. Sie sind engagiert und überdurchschnittlich qualifiziert. Sie suchen die ständige Verbesserung.

Wir streben nach Erfolg

Unser Unternehmen strebt eine langfristige überdurchschnittliche Entwicklung und die Erhaltung der Selbstständigkeit an. Dies erreichen wir durch eine gesunde Dynamik, ausreichende Erträge und internationale Ausrichtung.

Erfolg macht SFS intec attraktiv und verlässlich für Marktpartner, Mitarbeitende und Kapitalgeber.

Wir leben Gemeinschaft

Wir setzen uns aktiv für die Gemeinschaft und die Umwelt ein. Wir fördern eine liberale Wirtschafts- und demokratische Rechtsordnung.

Produkte und Leistungen, Anlagen und Arbeitsplätze sollen innovativ und vorbildlich sein.

Sie erfüllen hohe Ansprüche an Sicherheit, Schutz der Umwelt und Wirtschaftlichkeit.



c) Im folgenden Text beschreibt die SFS Holding ihre hohe Kundenorientierung. Beurteilen Sie das Organigramm der SFS Holding und der Gruppengesellschaften in Bezug auf die Umsetzung der Kundenorientierung.

Mit Innovationskraft und Kundenfokussierung, mit hoher Flexibilität und grossem Engagement, setzt SFS intec Ideen wirtschaftlich und fristgerecht in nutzbringende Lösungen um. Mit dem langjährigen Know-how in ausgewählten, leistungsfähigen Basistechnologien; der Kaltmassivumformung, der Pulvermetallurgie und der Kunststoff-Spritzgiesstechnik; verbessert SFS intec gezielt die Wettbewerbsfähigkeit seiner Kunden.

SFS intec hat dank konsequenter Kundenorientierung eine führende Position als Entwicklungs- und Zulieferpartner bei Branchenleadern der Automobil-, Elektro-, Luftfahrt-, Investitionsgüter- und Beschlägeindustrie. Darüber hinaus werden die Systeme der mechanischen Befestigungstechnik von zahlreichen Unternehmen in der Bauwirtschaft und der Transportindustrie eingesetzt. Die Hersteller von Türen und Fenstern profitieren von der ästhetischen Bändertechnik mit dem hohen Rationalisierungspotenzial. Mit über 20 Marktorganisationen in Europa und Übersee pflegt SFS intec den direkten Kontakt zu seinen Abnehmern auf der ganzen Welt und ist Zulieferer von:

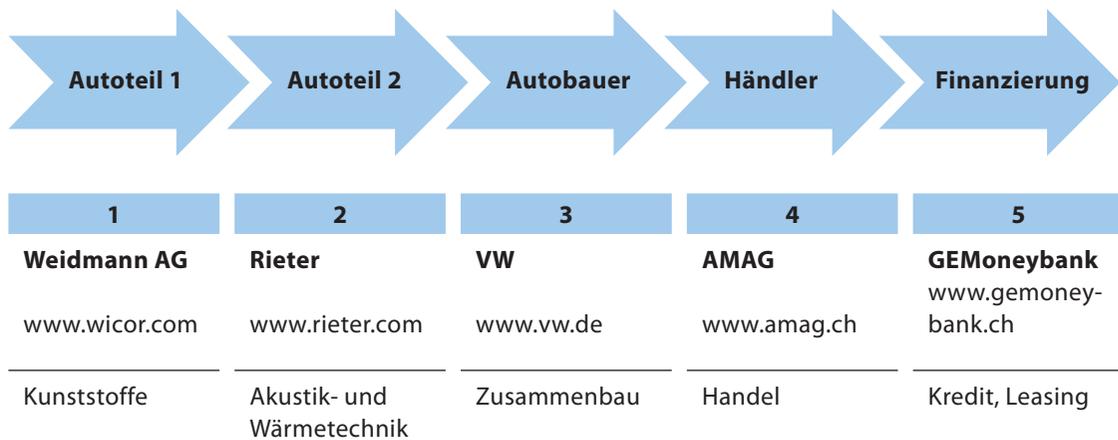
- Präzisionsformteilen und Sonderschrauben für die Automobilindustrie
- Präzisionsformteilen und Sonderschrauben für die Elektro-, Beschläge-, Luftfahrt und Investitionsgüterindustrie
- Systemprodukten für den Baubereich
- Befestigungs- und Bändertechnik für den Türen- und Fensterbau sowie die Transportindustrie



3. Auftritt am Markt

In unserer Wirtschaft erfolgt die Herstellung eines Produktes wie diejenige eines Fahrzeuges nicht nur durch einen einzigen Hersteller. Viele Hersteller sind an der Produktion eines Autos beteiligt. Dabei haben sich die Produzenten im Laufe der Zeit immer mehr auf einzelne Bestandteile eines Autos spezialisiert und bieten diese dem Produzenten an, welcher den nächsten Herstellungsschritt zur Produktion eines Autos vornimmt. Der Autobauer setzt die Einzelteile zusammen und verkauft diese direkt oder über einen Händler dem Konsumenten. Finanzierungsgesellschaften unterstützen die Anschaffung eines Autos durch Kreditvergabe oder Leasingangebote für Autokäufer.

In der Praxis sind beispielsweise folgende Unternehmungen an der Wertschöpfungskette von der Herstellung bis zum Verkauf von Autos beteiligt:



Sie erhalten zum Marktauftritt dieser Unternehmungen zwei Aufträge:

1. Unternehmungsporträt
2. Marketing-Mix für einen Autobauer



3.1 Unternehmungsporträts

Auftrag: Stellen Sie für die genannten Unternehmungen je ein schriftliches Unternehmungsporträt auf ca. zwei A4-Seiten zusammen.

Ziel ist, dass Sie diese Unternehmungen einem Laien in wenigen Sätzen vorstellen können. An der Schlussprüfung dieser Unterrichtseinheit brauchen Sie diese Kenntnisse zur Lösung der Prüfungsaufgaben.

Inhalt der Unternehmungsporträts

Die Unternehmungsporträts enthalten folgende Aspekte:

Allgemein:

1. Zusammenfassung zum Unternehmen: Sitz, Rechtsform, Grösse, Wirtschaftssektor und Branche, Trägerschaft mit Nennung der wichtigsten Eigentümergruppen/Personen
2. Organigramm: Kurzkomentar zu den vorhandenen Gliederungskriterien
3. Wichtigste Produkte/Dienstleistungen des Kerngeschäfts
4. Umschreibung des Marktes: Kunden und Konkurrenten

Fokus Produkt-/Marktziele:

5. Marktziele (Bedürfnis, Kundengruppen, Marktanteil)
6. Produktziel (Produkt, Sortiment, Mengen)

- ◆ **Hilfsmittel:** Vorbereitete Strukturen auf den nächsten Seiten und Dossiers zu den Unternehmungen im eLearning (eduservices.frentix.com → Kurs Vertiefen & Vernetzen)
- ◆ **Organisation:** Gruppenarbeiten mit gegenseitiger Vorstellung der Resultate

	Expertengruppen				
Stammgruppen	1	2	3	4	5
A	Lernendenname				
B					
C					
D					



- ◆ **Informationsquellen:** Internet und Dossiers zu den Unternehmungen im eLearning (eduservices.frentix.com → Kurs Vertiefen & Vernetzen)
- ◆ **Zeitbudget:**
 - ◆ 20 Minuten Organisation inkl. lesen dieses Auftrags
 - ◆ 45 Minuten zur Erstellung der Unternehmungsporträts in Expertengruppen
 - ◆ 30 Minuten für Präsentationen in der Klasse durch die Expertengruppen
- ◆ **Abgabetermin:**
- ◆ **Bewertungskriterien:** Vergleiche Bewertungsraster unter 3.2

Sie können mit den Aufträgen 3.1 Unternehmungsporträt und 3.2 Marketing-Mix maximal 10 von 100 Punkten holen.

Unternehmungsporträt

Allgemein:

1. Zusammenfassung zum Unternehmen

a) Sitz

b) Rechtsform

c) Grösse

d) Wirtschaftssektor und Branche

2. Trägerschaft mit Nennung der wichtigsten Eigentümergruppen/Personen

3. Organigramm: Kurzkomentar zu den Hinweisen über die Organisationsgliederung



4. Wichtigste Produkte/Dienstleistungen des Kerngeschäfts

5. Umschreibung des Marktes: Kunden und Konkurrenten

Fokus Produkt-/Marktziele:

6. Marktziele

a) Bedürfnis

b) Kundengruppen

c) Marktanteil

7. Produktziel

a) Produkt

b) Sortiment

c) Mengen



3.2 Marketingmix

Legen Sie für einen Autobauer wie beispielsweise VW, BMW, Renault, Kia, Mercedes usw. den Marketing-Mix für Sie als künftige Kundengruppe fest.

Erarbeiten Sie mit Hilfe eines morphologischen Kastens eine grobe Ausgestaltung jedes P's. Die einzelnen P's müssen sinnvoll aufeinander abgestimmt sein.

Sie können mit den Aufträgen 3.1 (Unternehmungsporträt) und 3.2 (Marketing-Mix) maximal 10 von 100 Punkten holen.

Checkliste für einen Marketingmix in Form eines morphologischen Kastens

Aspekte der Ausgestaltung	
1. Produktpolitik	
Produktkern	Gebrauchsmöglichkeit? Funktionstüchtigkeit? Sicherheit?
Zusatznutzen Form/Design	Handlichkeit? Prestige? Aerodynamik? Schutz? Werbung? Information? Gebrauch?
Marke/No-name	Eindeutige Markierung? Qualität? Bekanntheit? Verbreitung?
2. Distributionspolitik	
Direkter Absatz	Kontakt zu Kunden? Preis? Unabhängigkeit? Veränderung des Marktes?
Indirekter Absatz	Streuung? Beratung? Lager und Transportkosten? Marktkennntnisse?
Sonderform	Franchising?
Logistik	Aufbauorganisation? Ablauforganisation?
3. Preispolitik	
Marktpreis	Örtlich? Regional? National? International?
Kalkulation	Gesamtkalkulation? Einzelkalkulation? Margen?
Zahlungsbereitschaft	Kundengruppe?
Rabatte, Skonto	Mengen? Zeitpunkte? Kundenbindung? Wiederverkauf?
4. Promotion	
Public Relations	Publikationen? Website? Presse? Geschäftsbericht? Sponsoring?
Werbung (Medien)	Internet? Inserate? Plakate? Presse? Kataloge? Filme? Geschenke? Spots?
Werbekonzeption	Produkt? Zielgruppe? Werbeziel? Werbebotschaft? Werbemittel? Werbeträger? Werbeperiode? Werbeort? Werbebudget?

- ◆ **Organisation:** Gruppenarbeiten mit gegenseitiger Vorstellung der Resultate
- ◆ **Informationsquellen:** Internet und Dossiers zu den Unternehmungen im eLearning (eduservices.frentix.com → Kurs Vertiefen & Vernetzen)
- ◆ **Zeitbudget:**
 - ◆ 10 Minuten Organisation inkl. lesen dieses Auftrages
 - ◆ 20 Minuten zur Erstellung des Marketing-Mix in den Expertengruppen 1–5
 - ◆ 20 Minuten für die gegenseitige Vorstellung in den Stammgruppen A, B, C, D
- ◆ Abgabetermin:

**Bewertungsraster für beide Aufträge Unternehmungsporträts und Marketing-Mix:**

Kriterien	Maximal erreichbare Punkte	Erreichte Punkte
Formale Vollständigkeit des Unternehmungsporträts	1
Inhaltliche Korrektheit	1
Sinnvolle Abstimmung Produkt-/Marktziele	3
Formale Vollständigkeit des Marketing-Mix	1
Sinnvoll begründete Abstimmung der Elemente im Marketing-Mix	4
Total	10



4. Auswirkungen der Geschäftstätigkeit in der finanziellen Berichterstattung (Buchhaltung)

Die Seeacker Garage ist eine Tochtergesellschaft der AMAG und verkauft Autos der Marken Volkswagen (= VW) aus Deutschland und Seat aus Spanien an Kunden im Raum Zürich und Aargau. Um den Kunden wirklich sehr gut zu betreuen, bietet sie nebst dem Verkauf neuer Fahrzeuge auch noch die Finanzierung mittels Leasing an und unterhält auch eine Reparaturwerkstätte zur Durchführung der Services.

Die Seeacker Garage beschäftigt rund 35 Mitarbeiter und bildet regelmässig Lernende aus, darunter jeweils auch einen KV-Lernenden pro Lehrjahr im E-Profil.

Der Lernende im dritten Lehrjahr ist derzeit in den Ferien und hat vor seiner Abreise anscheinend nicht mehr alle Arbeiten erledigt, die er hätte erledigen sollen. Somit wird der Lernende im zweiten Lehrjahr, Peter Pahn, damit beauftragt, die **nachfolgenden Belege** im ERP-System (= Enterprise Resource Planning System) **zu erfassen**.

Die Seeacker Garage verbucht die Mehrwertsteuer nach der Nettomethode und führt die Lager an Fahrzeugen und Ersatzteilen mit laufendem Inventar. Dabei ist der Kontenplan der Seeacker Garage strikte einzuhalten.

→ Vgl. Belegsammlung mit Kontenplan im eLearning
(eduservices.frentix.com → Kurs Vertiefen & Vernetzen)



3.3 Lösungsblatt

Nr.	Soll	Haben	Betrag
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			



5.2. Private Verschuldung und Leasing

Ein früherer Schulkollege von Peter Pahn, Umberto Guzzi, möchte einen der VW Polo Typ 1200 TDI CR DPF kaufen resp. da er noch nicht genügend gespart hat, das Auto leasen.

Die Lernenden bei der Seeacker Garage wissen, dass man, bevor man einen Leasingvertrag eingeht, ausrechnen sollte, ob man sich die Raten leisten kann. Umberto Guzzi verdient derzeit im Monat CHF 4'200 resp. im Jahr CHF 50'400.

Um den Kollegen möglichst gut beraten zu können, hat Peter Pahn nun mittels des Budgetplaners seiner Bank die Angaben von Umberto Guzzi ausgewertet. Das Ergebnis präsentiert sich wie folgt:

Ausgaben im Jahr	Statistische Werte	Eigene Werte
Nahrungsmittel, Getränke	3'487 CHF	3'487 CHF
Bekleidung, Schuhe	1'180 CHF	1'180 CHF
Gesundheitspflege	1'502 CHF	1'502 CHF
Verkehr	4'667 CHF	4'667 CHF
TV, Radio, Telefon, Internet	1'180 CHF	1'180 CHF
Freizeit, Unterhaltung, Sport	8'798 CHF	8'798 CHF
Bildung	268 CHF	268 CHF
Wohnen, Energie	10'944 CHF	10'944 CHF
Wohnungseinrichtung	1'073 CHF	1'073 CHF
Krankenversicherung	2'736 CHF	2'736 CHF
Andere Versicherungen	2'575 CHF	2'575 CHF
Beiträge, Spenden	2'307 CHF	2'307 CHF
Weitere Ausgaben	0 CHF	0 CHF
Steuern auf Einkommen und Vermögen	4'631 CHF	4'631 CHF
Total		
Einnahmen im Jahr	50'400 CHF	50'400 CHF
Ausgaben im Jahr	45'348 CHF	45'348 CHF
Sparpotenzial im Jahr	5'052 CHF	5'052 CHF

Link zum Budgetplaner im eLearning
(eduservices.frentix.com → Kurs Vertiefen & Vernetzen)



Peter Pahn überlegt nun, welche der statistisch ausgerechneten Ausgaben gemäss Budgetplaner wohl auch für seinen Kollegen Umberto zutreffen könnten. Sie helfen ihm dabei und halten Ihre Überlegungen (Fragen etc.) stichwortartig in einer Gesprächsvorbereitung resp. Gesprächsnotiz fest.

Gesprächsnotiz:

Die Kosten für den (öffentlichen) Verkehr werden, sofern das Auto auch für die Fahrt ins Büro benutzt wird (Parkplatz?), hinfällig und könnten so für die Finanzierung des Autoleasings herangezogen werden.

Hat der Kollege eine eigene Wohnung? Reichen rund CHF 900 tatsächlich für seine Wohnung/ seinen Anteil an der Wohnung?

Spendet der Kollege? Wenn nein, könnten die CHF 2'300 für das Autoleasing herangezogen werden.

Etc.

Peter Pahn berechnet nun anhand der Angaben der Schwestergesellschaft AMAG LEASING AG die ungefähre monatliche Leasingrate für einen VW Polo Typ 1200 TDI CR DPF. Er geht dabei vom Preis im Schauraum aus und rechnet mit einer Laufzeit von 48 Monaten für den Leasingvertrag. Die AMAG LEASING AG rechnet mit einem Zinssatz von 6.4%. Nach der Leasingdauer hat der VW Polo noch einen Restwert von CHF 5'000. Beurteilen Sie das Resultat der Berechnungen von Peter Pahn gemäss untenstehender Formel der AMAG LEASING AG und geben Sie eine Empfehlung ab.



5.3. Rechtliche Aspekte beim Kauf eines Fahrzeugs

Der untenstehende Mustervertrag für Occasionsfahrzeuge ist Bestandteil der folgenden Aufgaben.

Kaufvertrag über ein gebrauchtes Kraftfahrzeug



occasionauto.ch
Ihr Occasionsmarkt für die Schweiz!

Verkäufer	Käufer
Name	Name
Vorname	Vorname
Strasse / Nr.	Strasse / Nr.
PLZ / Ort	PLZ / Ort
Telefon	Telefon
Personalausweis- bzw. Pass-Nr.; ausstellende Behörde	Personalausweis- bzw. Pass-Nr.; ausstellende Behörde

Das Fahrzeug wird in dem Zustand wie besichtigt und probefahren unter Ausschluss der Sachmängelhaftung verkauft.
(gilt nur für Verkauf von privat)

Angaben zum Fahrzeug

Hersteller	Gesamtlaufeistung
Typ	Tachostand (falls abweichend)
Amtl. Kennzeichen	Nächster TÜV / AU fällig
Fahrgestell-Nr.	Anzahl Vorbesitzer
Erstzulassung	

Mitverkauftes Zubehör, Sonderausstattung	
Mängel	
Sondereinbarung	
Schäden	
Vorschäden	

Vereinbarter Kaufpreis

	In Worten:
--	------------

Bitte Zutreffendes ankreuzen/ausfüllen, bzw. Nichtzutreffendes streichen

Der Verkäufer sichert zu:

dass das Fahrzeug mit Zusatzausstattung und Zubehör sein unbeschränktes Eigentum ist.
 dass das Fahrzeug in der Zeit, in der es ein Eigentum war
 keinen Unfallschaden keine sonstigen Beschädigungen
 lediglich die oben genannten Beschädigungen / Unfallschäden erlitten hat.
 dass das Fahrzeug
 mit dem Originalmotor
 mit einem anderen Motor _____ ab Km _____ ausgerüstet ist.

Der Käufer sichert zu:

das Fahrzeug innerhalb von 3 Werktagen, bis spätestens _____ umzumelden.
 dass das Fahrzeug bis zur vollständigen Zahlung des vereinbarten Kaufpreises Eigentum des Verkäufers bleibt.

Übergabeprotokoll:

Das Fahrzeug wurde übergeben am: _____ um: _____ Uhr

Der Käufer erhält:
 Fahrzeugbrief Fahrzeugschein TÜV/AU Bescheinigung Stilllegebescheinigung Anzahl Schlüssel: _____

Der Verkäufer erhält:
 eine Anzahlung in Höhe von _____ den vollständige Kaufpreis in BAR per Scheck-Nr.: _____

: Nr. 1

Ort/Datum	Unterschrift Verkäufer	Unterschrift Käufer
-----------	------------------------	---------------------

Link zum Mustervertrag im eLearning
(eduservices.frentix.com → Kurs Vertiefen & Vernetzen)



Maria Umdreher will ihr Auto (Jahrgang 2004) verkaufen und gibt ein entsprechendes Inserat auf.

a) Welche Rechtswirkung entfaltet ein Inserat? OR-Artikel?

b) Umberto Guzzi (Jahrgang 1991) nimmt mit Maria Umdreher Kontakt auf. Nach einer Besichtigung und Probefahrt führen sie am Freitag Vertragsverhandlungen und verbleiben wie folgt: «Umberto Guzzi kann sich den möglichen Kauf übers Wochenende in aller Ruhe überlegen und soll bis Mittwochabend per Mail Bescheid geben, ob er das Auto kaufen will oder nicht. Der Kaufpreis beträgt bei Barzahlung CHF 14'000.» Beschreiben Sie die rechtliche Wirkung der Willensäußerung des Verkäufers. OR-Artikel?

c) Umberto Guzzi sagt am Mittwoch per Mail zu. Am nächsten Tag treffen sie sich wieder und setzen gemeinsam einen schriftlichen Vertrag auf.

c1) Nennen Sie fünf wesentliche Punkte, welche auf dem Dokument «Kaufvertrag» stehen sollten. Beachten Sie den Mustervertrag für einen Occasionsautokauf.

1.

2.

3.

4.

5.

6.

c2) Der Kaufvertrag wurde schriftlich abgeschlossen. Wäre es möglich gewesen, diesen Kauf auch mündlich zu vereinbaren? Begründen Sie Ihre Antwort mit Angabe der entsprechenden Gesetzesartikel.



- d) Am Donnerstagabend schliessen sie den Kaufvertrag ab und vereinbaren die Übergabe und Zahlung auf Mittwoch der kommenden Woche. Übers Wochenende bekommt Umberto Guzzi immer mehr Bedenken, dass dieser Kauf seine finanziellen Möglichkeiten übersteige. Er sucht deshalb nach einer rechtlichen Möglichkeit, um sich nachträglich von der Verpflichtung aus diesem Kaufvertrag zu befreien. Dabei erinnert er sich an zwei Möglichkeiten.

Beraten Sie Umberto Guzzi, ob er mit seinen beiden nachstehenden Absichten Erfolg haben wird oder nicht, und begründen Sie Ihre Entscheidung in Worten und mit Angabe der entsprechenden Gesetzesartikel.

- d1) Umberto Guzzi beruft sich auf das siebentägige Widerrufsrecht nach OR 40a ff.

- d2) Umberto Guzzi beruft sich auf seine finanziell angespannte Lage. Dieser Autokauf übersteige das übliche Budget eines Lehrabsolventen nach ZGB 323 und hätte die Zustimmung der Eltern gebraucht.

- e) Der Kaufvertrag wird ordnungsgemäss abgewickelt. Umberto Guzzi möchte noch folgende Fragen zum Muster-Kaufvertrag von Ihnen beantwortet haben.

- e1) Ist mit dem Kaufvertrag eine Gattungs- oder Speziesschuld begründet worden? Kurz begründung.

- e2) Was ist ein Übergabeprotokoll und welchen Zweck erfüllt es?

- e3) Welchen Zweck hat die Vertragsklausel «Das Fahrzeug wird in dem Zustand wie besichtigt und probegefahren unter Ausschluss der Sachmängelhaftung verkauft»?



e4) Widerspricht die Wegbedingung der Gewährleistung (e3) zwingenden Gesetzesbestimmungen? Begründen Sie Ihre Lösung in Worten und mit Angabe der entsprechenden Gewährleistungs-Gesetzesartikel.

e5) Kreuzen Sie das Zutreffende gemäss Musterkaufvertrag an.

Der Verkäufer sichert dem Käufer zu, dass er

Besitzer

Eigentümer

des Autos mit Zusatzausstattung und Zubehör ist.

e6) Erläutern Sie den Unterschied zwischen Besitz (ZGB 919 ff) und Eigentum (ZGB 641 ff).

e7) Welche Folgen hat es für den Käufer Umberto Guzzi, wenn Maria Umdreher das Auto geleast und es ihm während der Leasingdauer verkauft hätte?



5.4 Versicherungsvorschlag

- a) Umberto Guzzi ist stolzer Eigentümer seines ersten Autos.
Welche Versicherung(en) muss er als Automobilist obligatorisch abschliessen?

- b) Umberto Guzzi (Jahrgang 1991, Single, abgeschlossene berufliche Grundbildung als Kaufmann arbeitet als kaufmännischer Angestellter 100%) bezieht in zwei Monaten eine eigene Mietwohnung. Er hat alle seine Ersparnisse in das erste Auto und die Erstausrüstung seiner Wohnung investiert.

Erstellen Sie einen sinnvollen und an seine Lebenssituation angepassten Versicherungsvorschlag. Nennen Sie die abzuschliessende freiwillige Versicherungsart und begründen Sie Ihren Entscheid. Es müssen nicht alle Zeilen ausgefüllt werden.

Abzuschliessende freiwillige Versicherung	Begründung
1. <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
2. <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
3. <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
4. <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
5. <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
6. <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
7. <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>



Lesen Sie den folgenden Zeitungsartikel.

Crashrecorder reduzieren Raserei

Junglenker mit einem Crashrecorder bauen laut der Untersuchung einer Versicherung weniger Unfälle.

Die AXA Winterthur registriert 15 Prozent weniger Schadenfälle bei jenen Versicherten, die sich ein solches Gerät in ihr Auto einbauen liessen. Die AXA Winterthur ist die einzige Motorfahrzeugversicherung in der Schweiz, die Crashrecorder anbietet. 18- bis 25-Jährige können ihr Auto mit einem solchen ausrüsten und erhalten dafür 15 Prozent Rabatt auf der Versicherungsprämie.

Damals noch als Winterthur-Versicherung präsentierte das Unternehmen am 15. November 2006 den Crash Recorder, mit dem Jugendliche eine Prämienreduktion erhalten. (Bild: Keystone) Das Modell ist ein Erfolg: Innerhalb von knapp zwei Jahren liessen sich 13 000 Junglenkerinnen und Junglenker einen Crashrecorder einbauen, wie Unternehmenssprecher Pascal Hollenstein einen Bericht der «SonntagsZeitung» bestätigte.

Dass diese deutlich weniger Unfälle verursachen, dürfte zwei verschiedene Gründe haben: Sicher entschieden sich eher Leute für den Recorder, die ohnehin vorsichtiger fahren und ein ausgeprägtes Sicherheitsbewusstsein haben, sagte Hollenstein.



Damals noch als Winterthur-Versicherung präsentierte das Unternehmen am 15. November 2006 den Crash Recorder, mit dem Jugendliche eine Prämienreduktion erhalten.

(Bild: Keystone)

Vorsicht fährt mit

«Wir sind aber überzeugt, dass der Crashrecorder auch einen präventiven Effekt hat.» Dies habe schon die Auswertung des Pilotprojekts ergeben und zeige sich auch jetzt wieder in Kundengesprächen. «Wer sich bewusst ist, dass er ein solches Gerät im Auto hat, fährt vorsichtiger. Das hören wir immer wieder», sagte der Sprecher.

Der von der AXA Winterthur selbst entwickelte Crashrecorder registriert nicht ständig, sondern zeichnet nur bei einem Unfall Daten auf. 20 Sekunden vor und 10 Sekunden nach einem Aufprall wird die Beschleunigung in zwei Richtungen gespeichert. Aus diesen Daten lässt sich etwa ableiten, ob das Auto beim Unfall überhaupt in Fahrt war, ob es schleuderte und welche Geschwindigkeit es ungefähr hatte.

Vorbehalte beim Bund

Ein Obligatorium für Crashrecorder ist derzeit aber weder für die AXA Winterthur noch für den Bund ein Thema. Beim Bundesamt für Strassen (ASTRA) hat man sogar gewisse Vorbehalte gegen die Erfolgsmeldung der Versicherung. «Eine repräsentative Untersuchung in Deutschland hat ergeben, dass der Crashrecorder keinerlei präventive Wirkung hat», sagte ASTRA-Sprecher Thomas Rohrbach auf Anfrage.

Die flächendeckende Einführung sei im Rahmen des Verkehrssicherheits-Projekts Via sicura zwar diskutiert worden. «Aufwand und Ertrag stehen aber in keinem Verhältnis». Selbst wenn ein Gerät nur 200 Franken kosten würde, fielen bei 4,5 Millionen zugelassenen Fahrzeugen Kosten von 900 Millionen Franken an. «Mit diesem Geld lassen sich viele Kreuzungen und Ausserortsstrecken sicherer machen», sagte Rohrbach.



Hingegen schlage Via sicura einen gezielten Einsatz von Datenaufzeichnungsgeräten vor: Wiederholungstäter sollen den Ausweis nur mit der Auflage wieder erhalten, dass sie ihr Auto mit einer Black-Box ausrüsten. «Technisch ist es möglich, dass die Polizei zeitgleich über eine Verletzung der Strassenverkehrsregeln informiert wird», sagte Rohrbach.

Quelle: 20 Minuten Online, 10. Januar 2010

c) Beraten Sie Umberto Guzzi bei folgenden Fragestellungen:

c1) Was bringt Umberto Guzzi den Einbau eines Crashrecorders?

c2) Die Versicherung erhofft sich durch den Einbau von Crashrecordern einen «präventiven Effekt». Nennen Sie die fünf Elemente des Riskmanagements. Kreuzen Sie das Element an, welches durch den Einbau eines Crashrecorders nach Ansicht der Versicherung positiv beeinflusst wird.

Elemente des Riskmanagement	Präventiver Effekt des Crashrecorders zielt in erster Linie auf das Element (ankreuzen):
1. <hr/>	<input type="checkbox"/>
2. <hr/>	<input type="checkbox"/>
3. <hr/>	<input type="checkbox"/>
4. <hr/>	<input type="checkbox"/>
5. <hr/>	<input type="checkbox"/>

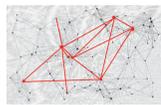
c3) Diskussionsrunde zum Crashrecorder.

Wer wird einen Crashrecorder einbauen lassen?

Anzahl JA: NEIN:

- ◆ Je zwei JA- bzw. NEIN- Stimmende begründen ihre Entscheidung kurz anhand ihrer Pro-/Kontra-Überlegungen.
- ◆ Diskussionsrunde mit allen
- ◆ Wer wird seine Entscheidung nochmals überdenken?

Anzahl:



Abschlussarbeiten bei der Seeacker Garage

Mittlerweile geht es bei der Seeacker Garage langsam aber sicher auf den Halbjahresabschluss zu und der Chef der Verwaltung bittet Peter Pahn, unbedingt noch schnell die ersten Buchungen des Lernenden im 1. Lehrjahr zu verifizieren und allenfalls zu korrigieren. Anschliessend soll er selber auch noch die wenigen Abschlussbuchungen für den Semesterabschluss tätigen. Dabei hat er sich natürlich wieder genau an den Kontenplan der Seeacker Garage zu halten, darauf legt der Verwaltungschef hohen Wert. Die Mehrwertsteuer kann jetzt hier vernachlässigt werden, denn diese wird der Chef der Verwaltung bei der Endkontrolle der Buchungen selber noch erfassen.

6.1 Korrekturbuchungen

Helfen Sie Peter Pahn bei der Durchsicht und Korrektur der Buchungen, damit Sie endlich in den wohlverdienten Freitagabend-Ausgang können.

Nr.	Geschäftsfall	Buchungen des Lernenden im 1. Lehrjahr		Betrag
		Soll	Haben	
1	Rechnung der Autosattlerei Huber & Söhne für CHF 890. Die Sattlerei hat im Auftrag der Seeacker Garage am Fahrzeug von Frau Huberta Meier den Neubezug der Sitze vorgenommen.	6100 Unterhalt und Reparaturen	2000 Kreditoren	890.00
2	Ankauf eines gebrauchten Golfs von einem Kunden für CHF 9'000. Das Auto wird mittels Banküberweisung bezahlt.	1530 Fahrzeuge	1020 Bank	9'000.00
3	Rechnung an Kunde Ferdinand Gangnach für den Service an seinem 5-jährigen Golf für CHF 1'248.	2000 Kreditoren	3200 Ertrag Service und Reparaturen	1'248.00
4	Während der Quartalsabschlüsse hilft sehr häufig auch eine Studentin der Betriebswirtschaft an der Fachhochschule aus. Der Verwaltungschef gibt ihr anstelle des Lohnes ein zweijähriges Notebook des Geschäftes. Das Notebook hat noch einen Buchwert von CHF 300.	5080 übriger Sozialaufwand	1520 Büro-maschinen/EDV	300.00
5	Kunde Paul Muller ist zum zweiten Mal gemahnt worden. Er schuldet der Seeacker Garage derzeit noch CHF 800 für die neuen Sommerreifen, die er im März gekauft hat.	3900 Debitorenverluste	1000 Kasse	800.00
6	Kunde Ferdinand Gangnach hat 2% Skonto resp. CHF 25 von der Rechnung abgezogen.	3200 Ertrag Service und Reparaturen	1000 Kasse	25.00
7	Rechnung an die Banca del Mondo für den Verkauf eines Direktionsfahrzeuges der Marke Phaeton für CHF 170'000.	1020 Bank	1530 Fahrzeuge	170'000.00



Nr.	Geschäftsfall	Buchungen des Lernenden im 1. Lehrjahr		Betrag
		Soll	Haben	
8	Rechnung der Pneumo AG für den Kauf einer Auswuchtungsanlage: Auswuchtungsanlage CHF 5'000.– + Montage und Transport CHF 300.– + Entsorgung der alten Anlage CHF 150.– Total CHF 5'450.– Die alte Anlage hatte einen Anschaffungswert von CHF 6'000 und kumulierte Abschreibungen von 5'500.	1500 Maschinen 6900 Abschreibungen	1000 Kasse 1500 Maschinen	5'450.00 5'500.00
9	Um den Verkauf anzukurbeln wurde im Monat Mai ein Wettbewerb durchgeführt. Die Gewinner wurden ausgelost und die Preise (mobile GPS, Navigationssysteme) gestern übergeben. Die GPS/Navigationssysteme haben einen Verkaufswert von CHF 750 und einen Einstandswert von CHF 350.	6600 Werbeaufwand	1000 Kasse	750.00
10	Eingang der Offerte für drei neue Bürostühle in der Verwaltung im Betrag von CHF 2'400.	1510 Mobiliar	2000 Kreditoren	2'400.00
11	Postgiro für die Zahlung der Schauraumdekorationen im Betrag von CHF 2'800, Rechnung der Werbefix AG liegt bei, hat aber noch keinen Buchungstempel.	2000 Kreditoren	1010 Post	2'800.00
12	Nachträgliche Gewährung des Flottenrabattes von 8% an die Banca del Mondo für den Verkauf des Phaetons.	6200 Fahrzeugaufwand	1020 Bank	13'600.00
13	Rechnung der Rickenberg Transporte AG für die Importe der Neuwagen im letzten Quartal für CHF 12'600.	6200 Fahrzeugaufwand	1100 Debitoren	12'600.00
14	Bestellung der drei neuen Bürostühle für CHF 2'100.	Rabatt	Mobiliar	300.00
15	Zahlungsvereinbarung mit Kunde Robert Zahlnichtgern: Rechnung CHF 1'950 Verzugszins CHF 100 CHF 2'050 seine geleistete Teilzahlung in bar CHF 500 Restzahlung in 2 Monaten CHF 1'550 Der Vermerk des Chefs auf der Vereinbarung lautet: «bisher nur Rechnung verbucht!»	1000 Kasse	1100 Debitoren	500.00
16	Rechnung der DATASUPER AG für den Kauf zwei neuer Laptops zur Fehlerdiagnose in der Werkstatt: 2 Laptops à CHF 1'900 CHF 3'800 Einrichten und Konfigurieren CHF 800 CHF 4'600 Rücknahme alter Geräte CHF 600 Rechnungsbetrag CHF 4'000 Zahlung innert 30 Tagen, 2% Skonto Vermerke des Chefs auf der Rechnung: Buchwert der zwei alten Laptops CHF 800, Anschaffungswert 5'000, indirekte Abschreibung! Noch nichts gebucht! Skonto ausnützen!	1500 Maschinen 6900 Abschreibungen	2000 Kreditoren 1500 Maschinen	4'000.00 600.00



Nr.	Geschäftsfall	Soll	Haben	Betrag
1	Rechnung der Autosattlerei Huber & Söhne für CHF 890. Die Sattlerei hat im Auftrag der Seeacker Garage am Fahrzeug von Frau Huberta Meier den Neubezug der Sitze vorgenommen.	6100 Unterhalt und Reparaturen	2000 Kreditoren	890.00
2	Ankauf eines gebrauchten Golfs von einem Kunden für CHF 9'000. Das Auto wird mittels Banküberweisung bezahlt.	1530 Fahrzeuge	1020 Bank	9'000.00
3	Rechnung an Kunde Ferdinand Gangnach für den Service an seinem 5-jährigen Golf für CHF 1'248.	2000 Kreditoren	3200 Ertrag Service und Reparaturen	1'248.00
4	Während der Quartalsabschlüsse hilft sehr häufig auch eine Studentin der Betriebswirtschaft an der Fachhochschule aus. Der Verwaltungschef gibt ihr anstelle des Lohnes ein zweijähriges Notebook des Geschäftes. Das Notebook hat noch einen Buchwert von CHF 300.	5080 übriger Sozialaufwand	1520 Büro-maschinen/EDV	300.00
5	Kunde Paul Muller ist zum zweiten Mal gemahnt worden. Er schuldet der Seeacker Garage derzeit noch CHF 800 für die neuen Sommerreifen, die er im März gekauft hat.	3900 Debitorenverluste	1000 Kasse	800.00
6	Kunde Ferdinand Gangnach hat 2% Skonto resp. CHF 25 von der Rechnung abgezogen.	3200 Ertrag Service und Reparaturen	1000 Kasse	25.00
7	Rechnung an die Banca del Mondo für den Verkauf eines Direktionsfahrzeuges der Marke Phaeton für CHF 170'000 im Einstandswert von CHF 120'000.	1020 Bank	1530 Fahrzeuge	170'000.00



Nr.	Geschäftsfall	Soll	Haben	Betrag
8	<p>Rechnung der Pneumo AG für den Kauf einer Auswuchtungsanlage:</p> <p>Auswuchtungsanlage CHF 5'000</p> <p>+ Montage und Transport CHF 300</p> <p>+ Entsorgung der alten Anlage CHF 150</p> <p>Total CHF 5'450</p> <p>Die alte Anlage hatte einen Anschaffungswert von CHF 6'000 und kumulierte Abschreibungen von 5'500.</p>	<p>1500 Maschinen</p> <p>6900 Abschreibungen</p>	<p>1000 Kasse</p> <p>1500 Maschinen</p>	<p>5'450.00</p> <p>5'500.00</p>
9	<p>Um den Verkauf anzukurbeln wurde im Monat Mai ein Wettbewerb durchgeführt. Die Gewinner wurden ausgelost und die Preise (mobile GPS, Navigationssysteme) gestern übergeben. Die GPS/Navigationssysteme haben einen Verkaufswert von CHF 750 und einen Einstandswert von CHF 350.</p>	6600 Werbeaufwand	1000 Kasse	750.00
10	<p>Eingang der Offerte für drei neue Bürostühle in der Verwaltung im Betrag von CHF 2'400.</p>	1510 Mobiliar	2000 Kreditoren	2'400.00
11	<p>Postgiro für die Zahlung der Schauraumdekorationen im Betrag von CHF 2'800, Rechnung der Werbefix AG liegt bei, hat aber noch keinen Buchungsstempel.</p>	2000 Kreditoren	1010 Post	2'800.00
12	<p>Nachträgliche Gewährung des Flottenrabattes von 8% an die Banca del Mondo für den Verkauf des Phaetons.</p>	6200 Fahrzeugaufwand	1020 Bank	13'600.00
13	<p>Rechnung der Rickenberg Transporte AG für die Importe der Neuwagen im letzten Quartal für CHF 12'600.</p>	6200 Fahrzeugaufwand	1100 Debitoren	12'600.00
14	<p>Bestellung der drei neuen Bürostühle für CHF 2'100.</p>	Rabatt	Mobiliar	300.00



Nr.	Geschäftsfall	Soll	Haben	Betrag
15	Zahlungsvereinbarung mit Kunde Robert Zahltnichtgern: Rechnung CHF 1'950 Verzugszins CHF 100 CHF 2'050 seine geleistete Teilzahlung in bar CHF 500 Restzahlung in 2 Monaten CHF 1'550 Der Vermerk des Chefs auf der Vereinbarung lautet: «bisher nur Rechnung verbucht!»	1000 Kasse	1100 Debitoren	500.00
16	Rechnung der DATASUPER AG für den Kauf zwei neuer Laptops zur Fehlerdiagnose in der Werkstatt: 2 Laptops à CHF 1'900 CHF 3'800 Einrichten und Konfigurieren CHF 800 CHF 4'600 Rücknahme alter Geräte CHF 600 Rechnungsbetrag Zahlung innert 30 Tagen, 2% Skonto CHF 4'000 Vermerke des Chefs auf der Rechnung: Buchwert der zwei alten Laptops CHF 800, Anschaffungswert CHF 5'000, indirekte Abschreibung! Noch nichts gebucht! Skonto ausnützen!	1500 Maschinen 6900 Abschreibungen	2000 Kreditoren 1500 Maschinen	4'000.00 600.00



Nr. 6.2 Abschlussbuchungen:	Soll	Haben	Betrag
1 Die Miete für die Geschäftsliegenschaft wird halbjährlich, am 31. Oktober und am 30. April vorausbezahlt. Die Jahresmiete beträgt CHF 42'000. Die Abgrenzung zum Abschluss des ersten Halbjahres ist vorzunehmen.			
2 Das Darlehen zur Finanzierung des Neuwagenbestandes im Betrag von CHF 500'000 wird quartalsweise nachschüssig, jeweils am 31. August, 30. November, 28. Februar und 31. Mai bezahlt, Zinssatz 6.5%.			
3 Mitte des Jahres weist das Konto Debitoren einen Schlussbestand an offenen Kundenrechnungen von CHF 205'000 aus. Das Konto Delkredere wurde anfangs Jahr mit CHF 10'500 eröffnet. Die Seeacker Garage rechnet derzeit damit, dass 6% der Forderungen nicht bezahlt werden.			
4 Die Mobilien sind um CHF 2'000 abzuschreiben.			
5 Die Maschinen sind um CHF 40'000 indirekt abzuschreiben.			

the happy end

Musterbeispiel «Mobilität»
Unterrichtseinheit im Fachgebiet Vertiefen und Vernetzen
Release 2.1, Juli 2010

Autoren: Roland Gschwend, Sylvia Neidhöfer

© SAB, Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für Bildungsmanagement
Die Rechte an allen erarbeiteten Unterlagen liegen bei der SAB.

Folgende Finanzierungspartner ermöglichten die Erstellung der ersten Unterrichtseinheit:
SAB, Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für Bildungsmanagement
SKKBS, Schweizerische Konferenz kaufmännischer Berufsfachschulen
Verlag SKV, Zürich

