2.3.2 Nutzwertanalyse (Qualitativer Vergleich):

Anforderungen an den Lieferanten	Gewichtung der Anforderung	**Intel.Design GmbH**		**Smartwear AG**	
		Note	Punkte	Note	Punkte
Produktqualität	3	4	12 (Note 4 x 3)	4	12 (Note 4 x 3)
Nachhaltiger Rohstoffeinsatz	3	3	9 (Note 3 x 3)	4	12 (Note 4 x 3)
Faire Arbeitsbedingungen	3	3	9 (Note 3 x 3)	4	12 (Note 4 x 3)
Reklamations-service	1	3	3 (Note 3 x 1)	2	2 (Note 2 x 1)
Lieferzeit	2	4	8 (Note 4 x 2)	3	6 (Note 3 x 2)
Image	3	**2**	6 (Note 2 x 3)	4	12 (Note 4 x 3)
		Punkte	**47**	**Punkte**	**56**

2.3.3 Vergleicht man nur die Preise der beiden Lieferanten (Quantitativer Angebotsvergleich) fällt auf, dass die Intel.Design GmbH um 5.044,07 EUR günstiger als die Smartwear AG ist. Damit würde diesbezüglich die Entscheidung auf die Intel.Design GmbH fallen.
Berücksichtigt man jedoch die Ergebnisse der Nutzwertanalyse (Qualitativer Angebotsvergleich), wäre hier die Smartwear AG vorzuziehen, da diese die höhere Punktzahl erreicht und vor allem in den Bereichen „Faire Arbeitsbedingungen“ und „Image“ besser abschneidet.
Da das Leitbild hinsichtlich der Arbeitsbedingungen klare Ziele setzt, ist somit eindeutig der Anbieter Smartwear AG auszuwählen, da dieser die Ziele erfüllt.

Schriftliche Abschlussprüfung Sommer 2023

Aufgabe 1

1.1.1 Vorüberlegungen:
Alle Waren/ Dienstleistungen, die in einem Handelsunternehmen angeboten werden, bezeichnet man als Sortiment. Dabei ist dessen Gestaltung eine der Hauptaufgaben eines Großhandelsunternehmens. Man charakterisiert die Struktur eines Sortiments anhand der Sortimentsbreite und Sortimentstiefe. Man spricht von einem breiten Sortiment, wenn ein Unternehmen viele verschiedenen Warengruppen, Warenbereiche und Artikelgruppen umfasst. Bei wenigen Warengruppen spricht man hingegen von einem schmalen/ engen Sortiment. Eine weitere Unterteilung in Kern- und Randsortiment erfolgt nach dem Anteil am Gesamtumsatz. So spricht man von dem Sortimentsteil, welches den meisten Umsatzanteil erbringt und somit die Haupttätigkeit des Unternehmens widerspiegelt, als Kernsortiment. Das sogenannte Randsortiment rundet hingegen das Kernsortiment ab und erbringt den geringeren Anteil am Umsatz.

Die Elektro-Großhandel GmbH hat mit sechs Warenbereichen im Vergleich zum Bauer Elektrogroßhandel, der über acht Warenbereiche verfügt, eine „schmalere“ Sortimentsbreite. Jedoch beinhalten die sechs Warenbereiche der Elektro-Großhandels GmbH alle Sortimentsschwerpunkte, die im Kernsortiment eines Elektrogroßhandels üblicherweise erwartet werden. Betrachtet man den branchenfremden Warenbereich 6 „Arbeitsschutz und -kleidung“ fällt auf, dass dieser mit 7.250 T-EUR einen geringeren Umsatzanteil aufweist und somit zum Randsortiment des Unternehmens zählt.
Insgesamt verfügt der Elektrogroßhandel Bauer über ein größeres Randsortiment. Dieser bietet nämlich noch zusätzlich Industriekomponenten an.

1.1.2 Der Auszug aus dem Branchenreport zeigt auf, dass es durch die Klimaerwärmung erforderlich wird, besonders bei einer Aufrüstung von Neu- und Bestandsbauten darauf zu achten, Lüftungsanlagen bzw. auch Klimageräte zu verwenden, die zusätzlich auch heizen können. Auch viele Wärmepumpen verfügen über eine Kühlfunktion.
Der Elektrogroßhandel Bauer hat im Gegensatz zu uns bereits den Warenbereich „Klimatechnik und Lüftungsanlagen“ in seinem Sortiment verankert. Wenn wir weiterhin konkurrenzfähig bleiben wollen und unseren Umsatz erhöhen möchten, ist es daher empfehlenswert, diesen Warenbereich auch in unser Sortiment zu implementieren. So könnten

Musterprüfung 1

Aufgabe 1

1.1.1 Erläuterung Aufgabenstellung: Der Operator „erläutern“ bedeutet: durch Beispiele oder ergänzende Informationen einen Sachverhalt verständlich zu machen, zu verdeutlichen bzw. zu veranschaulichen.

Da bei den Neukunden der All-Office-GmbH keinerlei Informationen bezüglich der Zahlungsfähigkeit der Kunden vorliegen, ergibt sich ein hohes Kreditrisiko. Um diesem Risiko entgegen zu wirken, empfiehlt es sich, Informationen bezüglich der Kreditwürdigkeit der Neukunden einzuholen (z.B. durch eine Anfrage bei Creditreform).
Die Geschäftsbeziehungen bis zur Sicherstellung der Bonität sollten zunächst eingegrenzt werden. Dadurch reduziert sich das Risiko für die All-Office GmbH, die eigene Zahlungsfähigkeit zu gefährden.

1.1.2 Erläuterung Aufgabenstellung: Der Operator „erstellen“ verlangt, ein anschauliches Lösungsmodell, Regelungsentwurf zu einem bestimmten Sachverhalt/Problemstellung zu erstellen. Die Verwendung von Checklisten stellt hierzu ein systematisches Instrument dar.

Idealtypisch umfasst der Ablauf bei der Auftragsbearbeitung acht Schritte:

Schritt	Vorgang	erledigt
1	Anfrage eines Kunden geht ein	
2	Eigene Lieferfähigkeit/Lieferwilligkeit sowie Kreditfähigkeit des Kunden überprüfen	
3	Kundenangebot erstellen	
4	Kunde bestellt aufgrund des Angebots	
5	Aufruf des Kunden im Warenwirtschaftssystem (Stammdaten)/ bzw. Erfassen des Neukunden sowie des Kundenauftrags	
6	Auftragsbestätigung an den Kunden versenden	
7	Kommissionierung und Verpacken der Ware veranlassen	
8	Lieferschein und Ausgangsrechnung erstellen	

1.2.1 Erläuterung Aufgabenstellung: Der Operator „aufführen“ ist definiert dadurch, dass Informationen zu einem Sachverhalt zielgerichtet zusammengetragen werden sollen.

Anlage 2:

An: Schulz@Kopier-and-more.de	Von: info@all-office.de
Betreff: Antwort Anfrage	

Sehr geehrter Herr Schulz,

vielen Dank für Ihr Interesse an unserem Artikel „Druckerpatrone A-234“.

Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass wir die Druckerpatronen A-234 derzeit nicht mehr zu dem von Ihnen aufgeführten Preis von 69,90 € (brutto) pro Patrone anbieten können.

Wir bieten Ihnen freibleibend den Artikel wie folgt an:

Art.-Nr.	Bezeichnung	Menge	VK-Preis	Betrag in EUR
A-234	Druckerpatrone	50	63,86 EUR pro Stück.	3.193,00
			zuzüglich Versand	40,00
			Nettoverkaufspreis	**3.233,00**
			MwSt. 19 %	614,27
			Bruttoverkaufspreis	**3.847,27**

Zahlungsbedingungen: 2 % Skonto innerhalb von 10 Tagen, 30 Tage netto.

Bei Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Mit freundlichen Grüßen
All-Office GmbH

Schülername

Frachtkosten innerhalb EU	-	32,01 EUR
Zoll	-	45,60 EUR
Einfuhrkosten	-	70,00 EUR
= Einstandspreis	1.488,10 EUR	1.251,48 EUR

Das günstigere Angebot ist das der best-shirts-canada. Die New-Cotton GmbH sollte sich daher, wenn ausschließlich der Preis berücksichtigt werden soll, für den Anbieter aus Kanada entscheiden.

2.3.2 Erläuterung Aufgabenstellung: Der Operator „beschreiben“ ist definiert, dass ein Sachverhalt strukturiert und fachsprachlich korrekt in eigenen Worten wiedergegeben wird.

Vorüberlegung:
Je nach der vorliegenden Beschaffungsstrategie müssen unterschiedliche Kriterien bei der Auswahl der Lieferanten berücksichtigt werden. Der Preis spielt natürlich oft eine sehr wichtige Rolle, dennoch sind auch andere Merkmale eines Lieferanten wichtig.

Lösung: Mögliche Kriterien:
- Einhaltung von ökologischen Kriterien: Verfügt der Lieferant über ökologische/soziale Labels/Zertifizierungen?
- Pünktlichkeit/Zuverlässigkeit: Werden vereinbarte Lieferzeiten eingehalten? Wird die zugesagte Qualität geliefert?
- Leistungsfähigkeit/Leistungsbereitschaft: Verfügt der Lieferant über ausreichende Lieferkapazitäten? Kann dieser auch auf Abruf liefern?
- Alter/Image: Wie lange besteht das Unternehmen des Lieferanten? Welches Image genießt dieses?
- Usw.

Um diese Kriterien bei der Auswahl zu berücksichtigen kann ein Mehrfaktorenvergleich (Punktebewertungstabelle, Scoring-Modell) durchgeführt werden.

Musterprüfung 2

Aufgabe 1

1.1 Erläuterung Aufgabenstellung: Der Operator „erstellen“ ist definiert, dass ein anschauliches Lösungsmodell, Regelungsentwurf zu einem bestimmten Sachverhalt/Problemstellung erstellt/dargestellt wird.

Vorüberlegungen:
Um komplexe Verkaufsgespräche sicher führen zu können, ist es wichtig die einzelnen Phasen und deren Ziele zu kennen. Es empfiehlt sich auch Verkaufsgespräche, z.B. durch Rollenspiele zu üben.

Lösung: Die folgende Übersicht zeigt einen idealtypischen Verlauf.

Phase	Ziel
1) Kontaktaufnahme	Der Kunde soll sich willkommen und wohlfühlen → z.B. durch eine freundliche Begrüßung, persönliche Ansprache mit Namen, usw.
2) Bedarfsermittlung	Welche Bedürfnisse hat der Kunde? → z.B. aktives Zuhören, Kundenwunsch direkt erfragen, Kaufmotive in Erfahrung bringen, usw.
3) Warenvorlage	Die infrage kommende Ware dem Kunden anbieten → dabei nur eine begrenzte Anzahl zeigen um den Kunden nicht zu überfrachten; dabei möglichst alle Sinne ansprechen, usw.
4.) Verkaufsargumentation:	Überzeugen des Kunden durch Darstellung der Vorteile/Nutzen des entsprechenden Artikels → dabei die Argumente aus der Warenkenntnis ableiten, usw.