

Übungen Betriebswirtschaft

Umsatz	100,00 €	100,00 €
Material	50,00 €	49,00 €
sonstige K.	45,00 €	45,00 €
Gewinn	5,00 €	6,00 €

Umsatzrendite	5,00 %	6,00 %
---------------	--------	--------

Steigerung Umsatzrendite **20,00 %**

Fazit: Die Senkung der Materialkosten um 2% erbringt im vorliegenden Fall einen Renditezuwachs von 20%.

Gewinn wird im Einkauf gemacht!

Aufgabe 2 – Personalwirtschaft

externe Faktoren: technischer Fortschritt
politische Faktoren
Marktentwicklung (Bedürfnisveränderung, Einkommensentwicklung, Strukturveränderungen...)
Entwicklung des Preisniveaus
soziodemographische Entwicklung
konjunkturelle Entwicklungen

interne Faktoren: Fluktuation
Altersstruktur
Unternehmensstrategie/-philosophie/ Visionen
Organisationsstruktur
Fehlzeiten
Produktivität/Erfahrungskurve
Marktstellung, geplante Absatzmenge

Aufgabe 3 – Kartelle und Compliance-Regeln

- a) wettbewerbsbehindernde Absprachen (Preis-, Mengen-, Gebietskartelle)
Zusammenschlüsse von Unternehmen mit der Absicht einer marktbeherrschenden Stellung
Maßnahmen des Kartellamtes:
Einleitung eines Prüfverfahrens und bei Bestätigung des Verdachtes Verhängen von Bußgeldern
- b) Compliance bezeichnet die Einhaltung von Gesetzen, Verordnungen und Richtlinien sowie von freiwilligen Regelungen (Selbstverpflichtung) innerhalb eines Unternehmens und ist damit Teil der Corporate Governance. Die Selbstverpflichtung kann ethische, ökologische, soziale und weitere Themen umfassen.

Compliance-Management-System – Elemente:

- Risikoidentifikation
- Organisation
- interne und externe Kommunikation
- internes Kontrollsystem, Überwachung und Verbesserung (lernendes System)

Aufgabe 4 – Marketing

relativer Marktanteil = Marktanteil des eigenen Unternehmens in Relation zum Marktanteil des Marktführers

Marktvolumen = Absatzvolumen aller Anbieter am Markt

Marktanteil 20,00 %

Absatzvolumen 20.000.000 €

Marktvolumen 100.000.000 €

Marktpotenzial ist noch nicht ausgeschöpft – ungesättigter Markt

Wachstumschancen sind vorhanden – Neukundengewinnung als Schwerpunkt

Markteintrittschancen für neue Anbieter