

**Aufgabe 1**

- 1.1 Die Graber GmbH ist evtl. mit dem bisherigen Lieferanten kid toy KG unzufrieden, evtl. möchte sie sich nicht in eine weitere Abhängigkeit dieses Lieferanten begeben, vielleicht bietet ein anderer Anbieter bessere Qualität bzw. günstigere Preise.
- 1.2 Nein, denn Anfragen an die Lieferanten sind rechtlich unverbindlich und keine Willenserklärungen. Sie stellen lediglich eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes dar.

1.3

	kid toy KG Stuttgart	Kölmel KG Freiburg	Spielzeit GmbH Karlsruhe
Listenpreis	1.900,00	1.800,00	1.940,00
- Rabatt	152,00	-----	194,00
Zieleinkaufspreis	1.748,00	1.800,00	1.746,00
- Skonto	34,96	54,00	34,92
Bareinkaufspreis	1.713,04	1.746,00	1.711,08
+ Bezugskosten	30,00	-----	40,00
Einstandspreis	1.743,04	1.746,00	1.751,08

- 1.4.1 Besonderen Wert wurde dem Kriterium Qualität beigemessen. Dieses Kriterium hat den höchsten Gewichtungsfaktor (40 %).
- 1.4.2 Die Termintreue der kid toy KG wurde im Vergleich zu den anderen möglichen Lieferanten am schlechtesten beurteilt (lediglich 4 Punkte).

1.4.3

Kriterium	Gewichtung in %	kid toy KG Stuttgart		Kölmel KG Freiburg		Spielzeit GmbH Karlsruhe	
		Punkte	Punkte gewichtet	Punkte	Punkte gewichtet	Punkte	Punkte gewichtet
Qualität	40	8	<b>320</b>	10	<b>400</b>	7	<b>280</b>
Termin-treue	30	4	<b>120</b>	8	<b>240</b>	6	<b>180</b>
Kurze Lieferzeit	20	8	<b>160</b>	8	<b>160</b>	7	<b>140</b>
Unterstützung bei Werbung	10	5	<b>50</b>	10	<b>100</b>	8	<b>80</b>
	100		<b>650</b>		<b>900</b>		<b>680</b>

Die Kölmel KG hat die höchste Punktzahl ( $\Sigma$  gewichtete Punkte = 900) erreicht.

Anmerkung: Auch ohne Gewichtung der Punkte weist die Kölmel KG bei allen Kriterien eine höhere oder zumindest gleich hohe absolute Punktzahl aus als alle anderen Lieferanten.

- 1.5.1 Der Lagerleiter Hansen möchte möglichst geringe Lagerbestände haben. Dies senkt die Lagerkosten.

1.5.2

Anzahl der Bestellungen	Bestellmenge in Stück	Bestellkosten in Euro	Ø Lagermenge	Lagerhaltungskosten in Euro	Gesamtkosten in Euro
1	200	35,00	100	200,00	235,00
<b>2</b>	<b>100</b>	<b>70,00</b>	<b>50</b>	<b>100,00</b>	<b>170,00</b>
3	67	105,00	33,5	67,00	172,00
4	50	140,00	25	50,00	190,00
5	40	175,00	20	40,00	215,00

Anmerkung: Bei der Berechnung der durchschnittlichen Lagermenge wurde hier ein linearer Lagerabgang unterstellt. (Anfangsbestand + Endbestand) : 2. Hier also: Anfangsbestand = Bestellmenge, Endbestand = 0!

- 1.6.1 19 % = 79,80 Euro (Umsatzsteuer)  
119 % = 499,80 Euro (Rechnungsbetrag)
- 1.6.2 Die Umsatzsteuer ist ein durchlaufender Posten für das Unternehmen. Letztlich trägt der Endverbraucher die Umsatzsteuer.
- 1.7.1 Zielgruppe ist der zu umwerbende Personenkreis. In diesem Falle kämen als Zielgruppe Eltern, Erzieherinnen, Kinder, Betreiber von Freizeitparks usw. in Frage.
- 1.7.2 Bei PR-Maßnahmen steht im Unterschied zur Werbung nicht das Produkt, sondern das Image des Unternehmens im Vordergrund. Beispiele: Tag der offenen Tür, Möglichkeit zur Betriebsbesichtigung, Sponsoring.
- 1.8.1 Z. B.: Schlechte Arbeitsbedingungen für chinesische Arbeitskräfte, Akkordarbeit, fehlende Umweltstandards. Andererseits Schaffung von Arbeitsplätzen in China, Gewinne für chinesische Unternehmen.
- 1.8.2 Nachteile für deutsche Unternehmen bzw. für deutsche Verbraucher:  
Schließung von deutschen Produktionsstandorten, Abbau von Arbeitsplätzen in Deutschland, Kosteneinsparung und dadurch Steigerung des Gewinns bei den deutschen Unternehmen, Qualitätsverlust, dadurch Verärgerung der Kunden, Gefahren durch mangelhafte Waren z. B. bei Kinderspielzeug.