Aufgabe 1 Absatzmarketing **45**

Ausgangssituation

Die Kaffeefabrik GmbH ist ein junges aufstrebendes Unternehmen in Reutlingen. Sie produziert Kaffeepads und bietet zusätzlich die speziell dazugehörende Kaffeemaschine an. In Zukunft möchte das Unternehmen neben Kaffeepads auch Kaffeekapseln sowie die dazu passende Kaffeemaschine produzieren. Die Produkteinführung ist für das Frühjahr 2018 geplant. Sie sind Mitarbeiter/-in im Bereich Marketing und mitverantwortlich für die Produkteinführung der Kaffeekapseln und der dazu passenden Kaffeemaschine.

1.1 Durch die Neueinführung der Kaffeekapseln entstehen für das Unternehmen Chancen und Risiken. (Anlage 1) 6

Beschreiben Sie jeweils drei Chancen und Risiken.

1.2 Der Kaffeefabrik GmbH liegen die Zahlen aus dem Controlling (Anlage 2) und Marktforschungsergebnisse (Anlage 3) vor.

1.2.1 Ermitteln Sie tabellarisch den Bruttoverkaufspreis für die Kapselmaschine. 6

1.2.2 Unterbreiten Sie einen konkurrenzorientierten Preisvorschlag unter Berücksichtigung der Angaben aus den Anlagen 1 - 3. 4

1.3 Bisher wurden die Kaffeepads über den Einzelhandel und durch Außendienstmitarbeiter vertrieben. Auch der Vertrieb der Kaffeekapseln soll über Außendienstmitarbeiter erfolgen. Das Verkaufsgebiet Deutschland wird in Nord und Süd aufgeteilt. Jedes Gebiet wird von einem Außendienstmitarbeiter betreut. Noch ist offen, ob der Vertrieb über Handlungsreisende oder Handelsvertreter erfolgen soll.

1.3.1 - Berechnen Sie den kritischen Jahresumsatz (Anlage 4) und verdeutlichen Sie Ihr Ergebnis grafisch anhand einer Skizze. 13

- Treffen Sie eine begründete Entscheidung, indem Sie neben dem kritischen Umsatz drei weitere selbstgewählte qualitative Kriterien in einer Entscheidungswerttabelle in Ihre Überlegungen mit einbeziehen.

1.3.2 In Zukunft sollen die Kapseln auch über weitere Vertriebskanäle verkauft werden. 4

Beschreiben Sie drei geeignete Möglichkeiten und geben Sie eine begründete Empfehlung ab.

1.4 Heute Morgen hat Ihr Marketing-Team eine E-Mail mit Anlagen Ihrer Abteilungsleiterin Frau Berthold erhalten. (Anlagen 5 und 6) 12

Sie werden beauftragt, die E-Mail zu bearbeiten und zu beantworten. (Anlage 7)

Anlage 1 Übersicht über den Kaffeemarkt

Anteil der verschiedenen Kaffeevarianten am gesamten Kaffeemarkt Deutschland (in %)

Jahr	Röstkaffee	Ganze Bohnen	Kapseln	Pads
2013	76,4	15,8	1,3	6,5
2014	74,8	16,1	1,9	7,2
2015	73,2	16,4	2,5	7,9
2016	69,8	16,7	5,2	8,3

Kapsel-Krise bei Branchenführer

Der Markt für Espressoautomaten in Deutschland wächst weiter rasant. Nur für den Branchenführer deutet sich ein Absatzrückgang an. Im 1. Quartal verkauften sich die Geräte für das Luxuskapselsystem schlechter: der Absatz sank um 10 % – obwohl die Geräte im Schnitt deutlich günstiger wurden. Ursachen für die Flauten sind zum einen die Diskussion um Umweltnachteile der Alu-Kapseln, zum anderen die steigende Konkurrenz durch Discounter. Discounter bieten seit einiger Zeit verstärkt eigene Kapselsysteme an (Kaffeemaschine und Kaffeekapseln).

Vor- und Nachteile der Kapselmaschinen

Der Vorzug der Kapselmaschinen gegenüber den klassischen Siebträgern ist die spielend leichte Bedienung, der geringere Stromverbrauch und die geringere Größe der Maschinen. Die Nachteile: ein deutlich höherer Kilopreis des Kaffees, die geringere Vielfalt der Bohnen und die fehlende Nachhaltigkeit – das Abfallproblem bei der Entsorgung der Kapseln.

Anlage 2 Zahlen aus dem Controlling

Kosten einer Kaffeemaschine für Kapseln:

Materialeinzelkosten	20 EUR
Fertigungslöhne	10 EUR
Materialgemeinkostensatz	20 %
Fertigungsgemeinkostensatz	150 %
Vertriebsgemeinkosten	30 %
Verwaltungsgemeinkosten	10 %
Mindestgewinn	10 %

Anlage 3 Marktforschungsergebnisse

Verkaufspreise der Konkurrenz

Unternehmen	Bruttoverkaufspreis
Crema KG	179,90 EUR
Total Coffee GmbH	99,90 EUR
Nestara GmbH	69,90 EUR

Stärken und Schwächen-Analyse der Marktteilnehmer

	Crema KG				Total Coffee GmbH				Nestara GmbH				Kaffee-fabrik GmbH			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kaffeequalität				x				x			x					x
Design				x			x			x						x
Reinigung der Maschine				x			x			x					x	
Verarbeitungsqualität				x			x			x					x	

1 = schlecht
2 = nicht zufriedenstellend
3 = gut
4 = sehr gut

Anlage 4 Interne Mitteilung

Kaffeefabrik GmbH

Interne Mitteilung

Für das Jahr 2018 wird mit einem Gesamtabsatz von 9.000.000 Kaffeekapseln gerechnet. Bis zum Jahr 2020 wird mit einer Absatzsteigerung von 20 % gerechnet.

Verkaufspreis pro Kapsel: 0,30 EUR.

Kosten für einen Reisenden: monatliches Fixum 2.500 EUR; 2 % Umsatzprovision.
Kosten für einen Handelsvertreter: 4 % Umsatzprovision.

Anlage 5 E-Mail von Frau Berthold

Von...	Monika.Berthold@kaffeefabrik-gmbh.com
An ...	Marketingabteilung@kaffeefabrik-gmbh.com
Betreff:	Kommunikationspolitische Maßnahmen für die neuen Kaffeekapseln

Hallo Marketing-Team,

die Markteinführung der neuen Kaffeekapseln ist für das Frühjahr 2018 geplant.

- Der Werbeplan muss noch mit Erläuterungen vervollständigt werden. Ein Formular sowie die Marktforschungsergebnisse sind im Anhang beigefügt.
- Ihr Team sollte sich auch Gedanken über weitere kommunikationspolitische Maßnahmen machen. Bitte schlagen Sie mir drei weitere geeignete kommunikationspolitische Instrumente neben der Absatzwerbung vor.
  Erläutern Sie konkret diese Instrumente bei der Einführung der Kaffeekapseln und zeigen Sie deren Vorteile auf.

Bitte teilen Sie mir Ihre Ergebnisse bis morgen 10:00 Uhr per E-Mail mit, damit ich diese auf unserer Abteilungsleiter-Sitzung präsentieren kann.

Gruß

Monika Berthold

Abteilungsleiterin Marketingabteilung

Anhang:	Formular Werbeplan.docx (Anlage 7) Marktforschungergebnisse.docx (Anlage 6)

Anlage 6 Marktforschungsergebnisse

Zubereitungsart nach Haushaltseinkommen (Auswahl)
Bevölkerung ab 18 Jahren in Deutschland, 2016

	Kaffeetrinker gesamt (in %)	Einzelportionstrinker (u. a. Kapseln) (in %)
Bis unter 500 EUR	0,8	0,7
500 bis unter 1 000 EUR	6,5	3,9
1 000 bis unter 1 500 EUR	14,1	10,3
1 500 bis unter 2 000 EUR	18,3	13,3
2 000 bis unter 2 500 EUR	17,2	14,2
2 500 bis unter 3 000 EUR	13,0	14,7
3 000 bis unter 3 500 EUR	10,2	16,2
3 500 bis unter 4 000 EUR	7,1	18,8
4 000 EUR und mehr	12,8	17,6
Insgesamt	100,0	100,0

Prozentualer Anteil am Verbrauch der Kaffeekapseln nach Geschlecht und Alter

Jahr	Frauen	Männer	Insgesamt
2014	66,6	33,4	100
2015	58,1	41,9	100
2016	56,4	43,6	100

Jahr	18 bis 35 Jahre	36 bis 50 Jahre	über 50 Jahre	Insgesamt
2014	30,1	52,6	17,3	100
2015	28,4	53,1	18,5	100
2016	28,6	53,5	17,9	100

Bitte geben Sie dieses Blatt mit Ihren Lösungen ab.

Name, Vorname:_____**Klasse:**_____

Anlage 7 Werbeplan

Werbeplan Kaffeekapseln	
Werbeobjekt	Kaffeekapseln
Werbeziel	
Streukreis (drei Zielgruppen)	
Streuzeit (Werbezeit)	
Streugebiet	

Punkte

Aufgabe 2 Beschaffung und Produktion 45

Ausgangssituation

Sie sind Auszubildende(r) der „Möbelworld GmbH" im Rems-Murr-Kreis. Diese produziert mittels Baukastenprinzip Möbel für den Alltagsgebrauch sowie für den Bürobedarf. Zukünftig soll für junge Leute eine günstige Linie angeboten werden. Als erstes Projekt wird ein moderner TV-Tisch (TV 01) produziert.

2.1 Erklären Sie das Baukastenprinzip und nennen Sie zwei Vorteile. 2

2.2 Für die Fertigung der Schubladen des TV-Tisches entsteht ein Mehrbedarf an Teleskopschienen (P352), die fremdbezogen werden.

2.2.1 Das erste Fertigungslos umfasst 10.000 Schubladen und soll am 02.10.2017 gefertigt werden. Für eine Schublade werden immer zwei Schienen benötigt. 3

Ermitteln Sie unter Berücksichtigung der Lager-Dispositionskarte (Anlage 1) die Menge, die für das erste Los beschafft werden muss.

2.2.2 Aufgrund des zusätzlichen Bedarfes an Teleskopschienen wurde vom bisherigen Lieferanten ein neues Angebot eingeholt. Dieser sagt eine Lieferung zum 30.09.2017 zu. Am 04.10.2017 ist die Ware noch nicht eingetroffen. 4

Prüfen Sie mit Hilfe des Gesetzes (Anlage 2), ob die Möbelworld GmbH vom Kaufvertrag zurücktreten kann.

2.2.3 Gehen Sie davon aus, dass die Möbelworld GmbH vom Vertrag zurückgetreten ist. Im Zuge des Lieferungsverzugs wurden zwei weitere Angebote eingeholt. (Anlage 3 und 4) 5

Ermitteln Sie die Einstandspreise für beide Angebote.

Hinweis: Falls Sie in 2.2.1 keine Anzahl ermitteln konnten, gehen Sie von 18.600 Stück aus.

2.2.4 Die Teleskopschienen werden beim preisgünstigeren Lieferanten bestellt und am 12.10. geliefert. 6

Bilden Sie die Buchungssätze für
- die Eingangsrechnung (bestandsorientiert)
- den Zahlungsausgleich, wenn die Möbelworld GmbH am 25.10. die Rechnung begleicht.

2.2.5 Im Hinblick auf die Kostenkontrolle wird die Lagerhaltung genauer untersucht. Für das nächste Meeting mit der Geschäftsleitung werden Sie gebeten, die Lagerkennziffern für das 3. Quartal 2017 aufzubereiten. 8

Analysieren Sie exemplarisch anhand der Teleskopschienen die Wirtschaftlichkeit des Lagers und unterbreiten Sie zwei Verbesserungsvorschläge. (Anlagen 1 und 5)

2.2.6 Ihr Abteilungsleiter fordert von Ihnen die Prüfung des Beschaffungsvorgangs aufgrund der veränderten Produktionsmengen. Dazu erhalten Sie von ihm die Daten in Anlage 6. 6

Erläutern Sie drei Rückschlüsse, die sich für die Beschaffung der Teleskopschienen ergeben.

2.3 Durch den verstärkten Preiskampf in der Möbelbranche muss die Geschäftsleitung die Kosten optimieren. Folgende Daten liegen Ihnen für die Schreibtische vor:

Die Kapazitätsgrenze liegt bei 20.000 Stück pro Quartal.
Bei einer Ausbringung von 15.000 Stück im dritten Quartal des Jahres entstanden Gesamtkosten in Höhe von 4.400.000 EUR. Im zweiten Quartal betrugen diese bei 12.500 hergestellten Schreibtischen und identischer Kostenstruktur 4.000.000 EUR.
Die Erlöse für 15.000 Stück belaufen sich auf 5.400.000 EUR.

2.3.1 Berechnen Sie den Beschäftigungsgrad, bei dem der Betrieb kostendeckend produziert. 6

2.3.2 Beschreiben Sie anhand einer Skizze, warum die Geschäftsleitung im Hinblick auf die Gesamtkosten an der Kapazitätsgrenze produzieren möchte. 5

Anlage 1

LAGER - DISPOSITIONSKARTE 3. Quartal

Teile-Nr.:	P352		
Teilebezeichnung:	Teleskopschienen		
Mindestbestand:	3.000	Kartennummer:	121
Höchstbestand:	70.000	Einheit:	Stück

Datum	Beleg	Zugang	Abgang	Lager-bestand	Reservierter Bestand
03.07.2017	Anfangsbestand			55.000	
12.08.2017	LS 0015	10.000		65.000	
15.08.2017	ME 0008		8.000	57.000	
11.09.2017	ME 0015		3.000	54.000	
20.09.2017	LS 0020	6.000		60.000	
25.09.2017	ME 0034		54.000	6.000	1.500
30.09.2017	Endbestand 3. Quartal			6.000	

Anlage 2 Auszug aus dem BGB

§ 276 Verantwortlichkeit des Schuldners
(1) Der Schuldner hat Vorsatz und Fahrlässigkeit zu vertreten, wenn eine strengere oder mildere Haftung weder bestimmt noch aus dem sonstigen Inhalt des Schuldverhältnisses, insbesondere aus der Übernahme einer Garantie oder eines Beschaffungsrisikos, zu entnehmen ist. Die Vorschriften der §§ 827 und 828 finden entsprechende Anwendung.
(2) Fahrlässig handelt, wer die im Verkehr erforderliche Sorgfalt außer Acht lässt.
(3) Die Haftung wegen Vorsatzes kann dem Schuldner nicht im Voraus erlassen werden.

§ 280 Schadensersatz wegen Pflichtverletzung
(1) Verletzt der Schuldner eine Pflicht aus dem Schuldverhältnis, so kann der Gläubiger Ersatz des hierdurch entstehenden Schadens verlangen. Dies gilt nicht, wenn der Schuldner die Pflichtverletzung nicht zu vertreten hat.
(2) Schadensersatz wegen Verzögerung der Leistung kann der Gläubiger nur unter der zusätzlichen Voraussetzung des § 286 verlangen.
(3) Schadensersatz statt der Leistung kann der Gläubiger nur unter den zusätzlichen Voraussetzungen des § 281, des § 282 oder des § 283 verlangen.

§ 286 Verzug des Schuldners
(1) Leistet der Schuldner auf eine Mahnung des Gläubigers nicht, die nach dem Eintritt der Fälligkeit erfolgt, so kommt er durch die Mahnung in Verzug. Der Mahnung stehen die Erhebung der Klage auf die Leistung sowie die Zustellung eines Mahnbescheids im Mahnverfahren gleich.
(2) Der Mahnung bedarf es nicht, wenn
1. für die Leistung eine Zeit nach dem Kalender bestimmt ist,
2. der Leistung ein Ereignis vorauszugehen hat und eine angemessene Zeit für die Leistung in der Weise bestimmt ist, dass sie sich von dem Ereignis an nach dem Kalender berechnen lässt,
3. der Schuldner die Leistung ernsthaft und endgültig verweigert,
4. aus besonderen Gründen unter Abwägung der beiderseitigen Interessen der sofortige Eintritt des Verzugs gerechtfertigt ist.
(3) Der Schuldner einer Entgeltforderung kommt spätestens in Verzug, wenn er nicht innerhalb von 30 Tagen nach Fälligkeit und Zugang einer Rechnung oder gleichwertigen Zahlungsaufstellung leistet; dies gilt gegenüber einem Schuldner, der Verbraucher ist, nur, wenn auf diese Folgen in der Rechnung oder Zahlungsaufstellung besonders hingewiesen worden ist. Wenn der Zeitpunkt des Zugangs der Rechnung oder Zahlungsaufstellung unsicher ist, kommt der Schuldner, der nicht Verbraucher ist, spätestens 30 Tage nach Fälligkeit und Empfang der Gegenleistung in Verzug.
(4) Der Schuldner kommt nicht in Verzug, solange die Leistung infolge eines Umstands unterbleibt, den er nicht zu vertreten hat.

§ 323 Rücktritt wegen nicht oder nicht vertragsgemäß erbrachter Leistung
(1) Erbringt bei einem gegenseitigen Vertrag der Schuldner eine fällige Leistung nicht oder nicht vertragsgemäß, so kann der Gläubiger, wenn er dem Schuldner erfolglos eine angemessene Frist zur Leistung oder Nacherfüllung bestimmt hat, vom Vertrag zurücktreten.
(2) Die Fristsetzung ist entbehrlich, wenn
1. der Schuldner die Leistung ernsthaft und endgültig verweigert,
2. der Schuldner die Leistung bis zu einem im Vertrag bestimmten Termin oder innerhalb einer im Vertrag bestimmten Frist nicht bewirkt, obwohl die termin- oder fristgerechte Leistung nach einer Mitteilung des Gläubigers an den Schuldner vor Vertragsschluss oder auf Grund anderer den Vertragsabschluss begleitenden Umstände für den Gläubiger wesentlich ist, oder
3. im Falle einer nicht vertragsgemäß erbrachten Leistung besondere Umstände vorliegen, die unter Abwägung der beiderseitigen Interessen den sofortigen Rücktritt rechtfertigen.
(3) Kommt nach der Art der Pflichtverletzung eine Fristsetzung nicht in Betracht, so tritt an deren Stelle eine Abmahnung.
(4) Der Gläubiger kann bereits vor dem Eintritt der Fälligkeit der Leistung zurücktreten, wenn offensichtlich ist, dass die Voraussetzungen des Rücktritts eintreten werden.
(5) Hat der Schuldner eine Teilleistung bewirkt, so kann der Gläubiger vom ganzen Vertrag nur zurücktreten, wenn er an der Teilleistung kein Interesse hat. Hat der Schuldner die Leistung nicht vertragsgemäß bewirkt, so kann der Gläubiger vom Vertrag nicht zurücktreten, wenn die Pflichtverletzung unerheblich ist.
(6) Der Rücktritt ist ausgeschlossen, wenn der Gläubiger für den Umstand, der ihn zum Rücktritt berechtigen würde, allein oder weit überwiegend verantwortlich ist oder wenn der vom Schuldner nicht zu vertretende Umstand zu einer Zeit eintritt, zu welcher der Gläubiger im Verzug der Annahme ist.

Anlage 3

Solto KG

Solto KG, Leipziger Straße 100, 10409 Berlin

Möbelworld GmbH
Im Grüble 10
71336 Waiblingen

Ihr Zeichen	Unser Zeichen	Nachricht vom	Datum
MG	LB	04.10.2017	05.10.2017

Angebot

Sehr geehrte Frau Geist,

vielen Dank für die Anfrage nach Teleskopschienen. Gerne bieten wir die von Ihnen angefragte Anzahl Teleskopschienen mit einem Stückpreis von 4,90 EUR zuzüglich USt an:

Ausstattungsmerkmale:

- Länge 25 cm
- Höhe 1,5 cm
- Inklusive Vorschraubbefestigung
- Tragkraft von 25 kg

Die Teleskopschienen werden in unserem Werk Berlin gefertigt. Für Versand und Verpackung berechnen wir daher eine Paulschale von 150,00 EUR. Als Wiederverkäufer erhalten Sie einen Rabatt von 10 %. Die Zahlung erfolgt innerhalb von 30 Tagen ohne Abzug nach Rechnungseingang oder innerhalb von 14 Tagen unter Abzug von 2 % Skonto auf den Warenwert.

Über Ihren Auftrag würden wir uns freuen.

Mit freundlichen Grüßen

i.A. Schlotterbeck

Schlotterbeck, Solto KG

Telefon: 030 – 23456
Fax: 030 – 23456-01
www.solto-berlin.com

Bankverbindung
DE14100800880035885622
BIC DRESDEFF100

USt.IdNr. DE 59625596
Geschäftsführer: Alois Hoch
HRA: 58636170

Anlage 4

Möbelmanufaktur AG

Möbelmanufaktur AG, Hauptstraße 32, 80335 München

Möbelworld GmbH
Im Grüble 10
71336 Waiblingen

München, 05.10.2017

Angebot

Sehr geehrte Frau Geist,

vielen Dank für Ihre Anfrage. Aus unserem Programm „push and pull" bieten wir Ihnen an:

Teleskopschiene „life" mit hochwertigem verarbeitetem Stahl. Bei der Ausstattung wurden in Sachen Qualität und Beschaffenheit höchste Maßstäbe gesetzt. Die Schiene ist bereits montagefertig zusammengesetzt und mit unterschiedlichen Bohrvorrichtungen für die Weiterverarbeitung ausgestattet. Zudem enthalten die Scharniere eine Entriegelung der Führung, damit man jederzeit die Schublade wieder herausnehmen kann. Die Tragkraft beläuft sich auf 35 kg. Wir stellen Teleskopschienen nach den Anforderungen der ISO 9001:2008 her.

Der Preis für die nachgefragte Stückzahl Teleskopschienen beträgt pro Schiene 5,55 EUR und versteht sich ohne Umsatzsteuer. Ab einem Warenwert von 500,00 EUR gewähren wir 5 % Rabatt, ab 5.000,00 EUR 10 % Rabatt.

Die Lieferzeit beträgt 14 Tage nach Bestellungseingang.

Die Lieferung erfolgt mit eigenem Lkw. Hierfür berechnen wir eine Transportkostenpauschale von 100,00 EUR. Die Schienen werden in Folie eingeschweißt geliefert. Paletten und Verpackungsmaterial werden von uns auf Wunsch kostenlos zurückgenommen.

Wir erbitten Ihre Zahlung 30 Tage ab Rechnungsdatum. Bei Zahlung innerhalb 10 Tagen gewähren wir 3 % Skonto auf den Warenwert. Die Schienen bleiben bis zur vollständigen Bezahlung unser Eigentum.

Bitte prüfen Sie unser Angebot. Wir freuen uns auf Ihren Auftrag.

Mit freundlichen Grüßen

i. A. Mayer

Telefon: 089 – 2569870
Fax: 089 – 2569871
www.moebelmanufaktur.com

Bankverbindung
DE78700100800000915602
BIC PBNKDEFFXXX

USt.-Id.-Nr.: DE535525596
Geschäftsführer: Franz Koch
HRB: 6489245

Anlage 5

Ausschnitt aus einer Fachzeitschrift „Möbel und Co":

Neue Trends bringen die Möbelbranche wieder auf Vordermann

In der Möbelbranche besteht ein harter Kampf zwischen den Möbeldiscountern und den auf Qualität setzenden Möbelhäusern. Doch warum in den Kampf ziehen, wenn man auch auf den fahrenden Zug aufspringen kann. So scheint die neue Strategie vieler Möbelhäuser zu sein, die nun versuchen durch extravagante Designs zu einem erschwinglichen Preis, junge Kunden in die Warenhäuser zu locken.
Dazu beigetragen hat die verbesserte Strategie der Möbelhersteller. Diese verbesserten ihre Kostenstruktur durch eine effizientere Lagerhaltung oder Lieferantenauswahl.
Und die Strategie scheint aufzugehen, wenn man die Zahlen vom dritten Quartal dieses Jahres betrachtet. So ist selbst bei den einzelnen Herstellungskomponenten die Umschlagshäufigkeit durchschnittlich auf 2,3 gestiegen. Viele Möbelhersteller konnten somit eine Lagerdauer von 48 Tagen generieren.

Anlage 6

Bezeichnung	Jahresbedarf in Stück	Einstandspreis in EUR	Jahresbedarf in EUR	prozentualer Wertanteil
Griffe	520.200	0,80	416.160	12,3
Seitenwände	800.100	0,50	400.050	11,9
Tischplatte	120.000	2,80	336.000	10,0
Rollen	380.000	1,70	646.000	19,2
Teleskopschiene	280.000	4,90	1.372.000	40,7
Schrauben	2.130.000	0,05	106.500	3,2
Holzdübel	1.650.000	0,04	66.000	2,0
Rückwand	120.000	0,25	30.000	0,9