
Zentralkommission für
die Lehrabschlussprüfungen
der kaufmännischen
und der Büroangestellten

Wirtschaft und Gesellschaft

Lehrabschlussprüfungen 2005
für Kaufleute
Erweiterte Grundbildung

Serie 1/3

Lösungen

Kandidatennummer: _____

Name: _____

Vorname: _____

Punktzahl: _____

Note: _____

Die Experten: _____

Diese Prüfungsaufgabe darf 2005 nicht im Unterricht verwendet werden. Die Zentralkommission hat das uneingeschränkte Recht, diese Aufgabe für Prüfungs- und für Übungszwecke zu verwenden. Eine kommerzielle Verwendung bedarf der Bewilligung des Autors, des Inhabers des Urheberrechtes. ©

HAG34000-1300

Inhaltsverzeichnis

1	FALLBEISPIEL TRAKTOR GETRÄNKE AG (ZEIT: 80', 47 PUNKTE)	1
1.1	Ausgangslage	1
1.2	Aufgaben	1
1.2.1	Wahl der Rechtsform (6 Punkte)	1
1.2.2	Finanzierung und Kapitalanlage (4 Punkte).....	3
1.2.3	Handelsregister (5 Punkte).....	4
1.2.4	Umwelt und Ziele der Unternehmung (8 Punkte)	5
1.2.5	Marketing-Mix (4 Punkte)	8
1.2.6	Preiskalkulation (4 Punkte).....	10
1.2.7	Mietvertrag (5 Punkte).....	11
1.2.8	Kaufvertrag (6 Punkte)	12
1.2.9	Versicherungen (5 Punkte).....	13
2	FALLBEISPIEL IRNIGER AG (ZEIT: 100', 53 PUNKTE)	15
2.1	Ausgangslage	15
2.2	Aufgaben	15
2.2.1	Diverse Nachtragsbuchungen (17 Punkte).....	15
2.2.2	Bewertungen (4 Punkte).....	18
2.2.3	Bilanzerstellung und Bilanzanalyse (9 Punkte).....	19
2.2.4	Betriebswirtschaftliche Auswirkungen eines Standortwechsels (5 Punkte)	21
2.2.5	Gesamtwirtschaftliche Auswirkungen eines Standortwechsels (5 Punkte).....	22
2.2.6	Wachstumsschwäche der Schweizer Wirtschaft (13 Punkte).....	24
3	ANHANG	27
3.1	Kontenplan der Irniger AG (alphabetisch geordnet)	27
3.2	Konten der Bilanz	27
3.3	Medientext 1 zur aktuellen Situation der Irniger AG	28
3.4	Medientext 2 zur Ausgangslage	29

1 Fallbeispiel Traktor Getränke AG

(Zeit: 80', 47 Punkte)

1.1 Ausgangslage

Die Ausgangslage des Fallbeispiels Traktor Getränke AG wurde der Homepage traktorgetraenke.ch entnommen.

Im Frühling 2003 gründeten die beiden Zürcher Umweltwissenschaftler Michael Wehrli und Philippe Schenkel die Aktiengesellschaft „Traktor Getränke AG“. Die Traktor Getränke AG vertreibt hochwertige Fruchtsäfte, so genannte „Smoothies“, in der ganzen Schweiz. Hergestellt werden die Smoothies von der Bio-Molkerei in Herisau. Verwendet werden nur Früchte aus garantiert biologischem Anbau.

Die Idee für die Lancierung des neuartigen Fruchtsaftes hatte Philippe Schenkel während eines Studienaufenthaltes in Grossbritannien, wo sich „Smoothies“ in den letzten zehn Jahren zu Verkaufsrennern entwickelt haben. „Smoothies“ sind frische Mix-Getränke mit einem hohen Fruchtanteil. Die Früchte werden fein püriert und nicht gepresst. Das ist der Grund für das intensivere Aroma und die sämiger Konsistenz. Sie gibt dem „Smoothie“ auch seinen Namen (engl.: smooth = sanft).

1.2 Aufgaben

1.2.1 Wahl der Rechtsform (6 Punkte)

- a) Beim Entscheid zur Rechtsform konnten Michael Wehrli und Philippe Schenkel zwischen den Möglichkeiten der Kollektivgesellschaft, der GmbH und der AG wählen. Schon bald war für die beiden Jungunternehmer klar, dass die Kollektivgesellschaft nicht in Frage kam. Beschreiben Sie den Grund, der vermutlich gegen die Rechtsform der Kollektivgesellschaft sprach. (1 Punkt) (3.5.2.2)

Antwort

Die Kollektivgesellschafter haften unbeschränkt und solidarisch, d.h. mit dem geschäftlichen und privaten Vermögen.

1

- b) Schliesslich mussten sich die beiden Jungunternehmer zwischen der Rechtsform der GmbH und der AG entscheiden. Wie Sie in der Ausgangslage gelesen haben, entschieden sich Michael Wehrli und Philippe Schenkel für die Aktiengesellschaft. Diese Entscheidung ist – auf den ersten Blick – eher ungewöhnlich. Beschreiben Sie kurz drei Überlegungen, warum aussenstehende Personen eher die Rechtsform der GmbH empfohlen hätten.
(3 Punkte) (3.5.2.1)

Überlegung 1 <i>Die GmbH benötigt ein kleineres Grundkapital (GmbH: CHF 20'000.–, AG: CHF 100'000.–)</i>	1
Überlegung 2 <i>Das Gründungsverfahren einer GmbH ist einfacher.</i>	1
Überlegung 3 <i>Für die Gründung einer GmbH braucht es nur zwei Personen, bei der AG müssen es mindestens drei Personen sein.</i> <i>Oder andere sinnvolle Schülerantworten z.B. Die GmbH braucht keine Kontrollstelle</i>	1

- c) Bei der Wahl der Firma wurden auch noch andere Möglichkeiten diskutiert. Kreuzen Sie in der nachstehenden Liste an, ob die Varianten rechtlich korrekt (R) oder falsch (F) sind.
(2 Punkte) (3.5.2.1)

	R	F		2
c1)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Traktor Getränke	
c2)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Wehrli und Schenkel, Fruchtsäfte	
c3)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ScheWe Fruchtsäfte AG	
c4)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ScheWe Fruchtsäfte	
Bewertung:	Alle richtig:	2 Punkte		
	1 Fehler:	1 Punkt		
	ab 2 Fehler:	0 Punkte		

1.2.2 Finanzierung und Kapitalanlage (4 Punkte)

Mit einem Aktienkapital von CHF 150'000.– und einem Bankkredit von der Zürcher Kantonalbank nahmen Michael Wehrli und Philippe Schenkel das Abenteuer Selbständigkeit in Angriff. An der Aktiengesellschaft „Traktor Getränke AG“ beteiligten sich 20 Personen aus dem privaten Umfeld der Jungunternehmer.

- a) Beurteilen Sie die Anlage in Aktien der Traktor Getränke AG aus Sicht eines privaten Investors hinsichtlich Sicherheit, Rendite und Liquidität. Alle Beurteilungen müssen kurz begründet werden. (3 Punkte) (3.3.2.3)

Anlagekriterien	Beurteilung	
Sicherheit	<i>Eher tiefe Sicherheit bzw. hohes Risiko Bei der Kapitalanlage in ein junges Unternehmen besteht die Gefahr eines Totalverlustes.</i>	1
Rendite	<i>Hohe Renditechancen Falls sich die Geschäftsidee durchsetzen sollte, besteht die Chance auf überdurchschnittliche Renditen.</i>	1
Liquidität	<i>Schlecht Die Aktien der Traktor Getränke AG werden nicht an der Börse gehandelt und können somit nicht einfach verkauft werden.</i>	1

- b) Beurteilen Sie die Anlage aus Sicht der Ethik. Die Beurteilung muss kurz begründet werden. (1 Punkt) (3.1.1)

Ethik	<i>Gut Es werden nur Früchte aus garantiert biologischem Anbau verwendet. (oder andere sinnvolle Schülerantworten, die ein Verständnis gegenüber dem Begriff der Ethik zeigen)</i>	1
--------------	--	----------

1.2.3 Handelsregister (5 Punkte)

Dem Handelsregistereintrag der Traktor Getränke AG sind unter anderem folgende Informationen zu entnehmen:

Firma	Sitz	Adresse der Firma
Traktor Getränke AG	Zürich	Badenerstrasse 571 8048 Zürich
Aktienkapital (Fr.)	Liberierung (Fr.)	Aktienstückelung
150'000.–	150'000.–	150 Namenaktien zu Fr. 1'000.–

a) Welche weiteren Informationen sind im Handelsregistereintrag aufgeführt? Kreuzen Sie in der nachstehenden Liste an, ob die Informationen im HR enthalten sind (Ja) oder nicht enthalten sind (Nein). (2 Punkte) (3.5.2.1)

Ja **Nein**

- Namen und Vornamen aller Aktionäre
- Die wichtigsten Kennzahlen aus Bilanz und Erfolgsrechnung
- Unterschriftsberechtigte Personen
- Zweck der Unternehmung

2

Alle richtig: 2 Punkte / 1 Fehler: 1 Punkt / ab 2 Fehler: 0 Punkte

b) Der Eintrag in das Handelsregister hat verschiedene rechtliche Wirkungen. Die so genannte Publizitätswirkung ist im Art. 933 OR beschrieben. Erklären Sie die Publizitätswirkung anhand eines konkreten Beispiels. (2 Punkte) (3.5.2.5)

Antwort

Die Eintragungen im Handelsregister werden als allgemein bekannt vorausgesetzt.

Beispiel: Unternehmungen, die mit der Traktor Getränke AG Verträge abschliessen wollen, müssen wissen, ob der HR-Eintrag der Traktor Getränke AG eine Kollektivprokura von Michael Wehrli und Philippe Schenkel vorsieht.

Oder andere sinnvolle Schülerlösungen

Bewertung:

1 Punkt: Korrekte Erklärung, aber zu allgemein

2 Punkte: Konkretes und korrektes Beispiel wird geschildert

2

- c) Beschreiben Sie eine weitere rechtliche Wirkung des Handelsregistereintrages im Fall der Traktor Getränke AG in eigenen Worten. (1 Punkt) (3.5.2.5)

Antwort

Beschreibung einer korrekten rechtlichen Wirkung:

- *Konstitutive (begründende) Wirkung bei der AG oder*
- *Firmenschutz etc.*

1

1.2.4 Umwelt und Ziele der Unternehmung (8 Punkte)

Der Start der Unternehmung Traktor Getränke AG verlief viel versprechend. Verschiedene Zeitungen und Zeitschriften berichteten schon bald von der Traktor Getränke AG und deren Produkten. Lesen Sie den folgenden Medientext von Felix Würsten, der im Mai 2004 in der Zeitschrift „Alumni Focus der ETH Zürich“ erschienen ist, sorgfältig durch und beantworten Sie die folgenden Fragen.

Kein gewöhnlicher Fruchtsaft

Der Getränkemarkt ist in der Schweiz hart umkämpft. Dennoch wagen zwei ETH-Absolventen den Versuch, mit Smoothies eine neue nationale Marke aufzubauen. Sie setzen dabei auf Bio-Qualität.

Der Geschmack überzeugt auf Anhieb. «Traktor Saisonerten» nennt sich das Getränk aus Apfelsaft, Blutorange und Ingwer, das Michael Wehrli zur Einstimmung offeriert. Kein normaler Fruchtsaft, wie er sogleich festhält, sondern ein Smoothie. «Smoothies sind dicker als normale Säfte, weil sie mehr Fruchtfleisch enthalten.» Zusammen mit seinem Partner Philippe Schenkel ist Wehrli daran, Smoothies auf dem Schweizer Markt als neuen Begriff zu etablieren.

Angelsächsisches Vorbild

Die Idee, ins Getränkegeschäft einzusteigen, kam Schenkel während eines Studienaufenthaltes in London. «In England sind Smoothies schon lange bekannt und sehr beliebt. Ich fand, so etwas müsste es in der Schweiz eigentlich auch geben.» Zusammen mit seinem Studienkollegen – die beiden haben an der ETH Zürich Umweltnaturwissenschaften studiert – hat er dann vor etwa 10 Monaten den Schritt in die Selbständigkeit gewagt. Von der Absicht, die Getränke selber herzustellen, sind die beiden schnell einmal abgekommen. «Das hätte grosse Investitionen erfordert», meint Wehrli. «Zudem fehlt uns das nötige Know-how. Bei der Herstellung von Lebensmitteln müssen strenge Auflagen des Staates in Bezug auf Hygiene und Sicherheit erfüllt werden.» Die Jungunternehmer konnten dann eine Bio-Molkerei in Herisau als Partner gewinnen. Dort werden die Smoothies nun jede Woche frisch zubereitet. «So können wir uns auf unsere Hauptaufgabe konzentrieren, nämlich das Label Traktor zu vermarkten und neue Rezepturen zu entwickeln.» (...)

Die drei Ernten

Der Traktor hat drei verschiedene Ernten auf seinem Anhänger: Neben der klassischen Fruchternte (Sorten: Mango-Passionsfrucht / Ananas-Orange-Bananen / Himbeere-Cranberry / Ananas-Mango) und der bereits erwähnten Saisonerte (Mischung) haben die Jungunternehmer kürzlich noch die Milchernte ins Sortiment aufgenommen, eine Mischung aus Fruchtsaft und Joghurt. Damit dürfte das Feld vorerst einmal abgesteckt sein, nicht zuletzt auch aus logistischen Gründen. «Wir stellen unsere Getränke nur aus biologischen Produkten her», erklärt Wehrli. «Doch wir mussten feststellen, dass wir da an Grenzen stossen. Früchte, die sich gut kombinieren lassen, in ausreichenden Mengen zu einem vernünftigen Preis in biologischer Qualität erhältlich sind, finden sich nicht beliebig auf dem Markt.»

Fallbeispiel Traktor Getränke AG
(Zeit: 80', 47 Punkte)

6/30

- a) Zwischen einer Unternehmung und verschiedenen Gruppen herrscht ein vielfältiges Beziehungsnetz mit diversen Erwartungen und Forderungen. Diese Gruppen nennt man Anspruchsgruppen. Zu den Anspruchsgruppen der Traktor Getränke AG gehört zum Beispiel die Zürcher Kantonalbank.
 Nennen Sie zwei weitere konkrete Anspruchsgruppen der Traktor Getränke AG, die im Medientext erwähnt werden, und formulieren Sie zu jeder Anspruchsgruppe eine sinnvolle Forderung gegenüber der Traktor Getränke AG. (4 Punkte) *(DZ 3.3.7)*

Anspruchsgruppe	Erwartung / Forderung gegenüber der Traktor Getränke AG	
Zürcher Kantonalbank	Pünktliche Bezahlung der Schuldzinsen und termingerechte Rückzahlung des Darlehens.	
<i>Bio-Molkerei in Herisau (Lieferant)</i>	<i>Sinnvolle Schülerantwort</i>	2
<i>Staat</i>	<i>Sinnvolle Schülerantwort</i>	2

Weitere Lösungsmöglichkeit: Konkurrenz (Migros, Coop)

- b) Welche Unternehmen (Geschäfte) werden die Produkte der Traktor Getränke AG verkaufen? Beschreiben Sie aufgrund der Informationen aus dem Medientext ein mögliches, sinnvolles Marktsegment der Traktor Getränke AG und begründen Sie anschliessend die Wahl dieses Marktsegmentes in ganzen Sätzen. (2 Punkte) (3.3.6.1)

Beschreibung des konkreten Marktsegmentes

Beispiele

- *Spezialgeschäfte (Reformhäuser, Delikatessläden) oder*
- *Take-away-Läden*

Oder andere sinnvolle Schülerantworten

1

Begründung der Wahl dieses Marktsegmentes

Beispiele:

- *Reformhäuser sprechen eine Kundschaft an, die Wert auf biologische Produkte legen. oder*
- *Take-away-Läden werden von Kunden besucht, die sich nicht nur schnell, sondern auch gesund ernähren wollen.*

Oder andere sinnvolle Schülerantworten

1

- c) Formulieren Sie aufgrund der Informationen aus dem Medientext ein sinnvolles Produktziel der Traktor Getränke AG. (1 Punkt) (3.3.6.1)

Produktziel

Beispiele:

- *Wir bieten frisch zubereitete Smoothies in Bio-Qualität an. oder*
- *Unser Sortiment umfasst Mixturen in den drei Linien „Fruchternte“, „Saisonernte“ und „Milchernte“.*

Oder andere sinnvolle Schülerantworten

1

- d) Nehmen wir an, die Traktor Getränke AG möchte im Bereich der hochwertigen Fruchsaftgetränke einen Marktanteil von 5 % erreichen. Nennen Sie die Informationen, die Sie zur Berechnung des Marktanteils benötigen. (1 Punkt) (3.3.6.1)

Antwort

- *Umsatz der Traktor Getränke AG*
- *Marktvolumen (Umsatz aller Unternehmungen, die hochwertige Fruchsaftgetränke verkaufen)*

1

1.2.5 Marketing-Mix (4 Punkte)

Die Traktor Getränke AG verfügt nicht über die finanziellen Mittel für teure Werbekampagnen. Michael Wehrli und Philippe Schenkel sind jedoch bemüht die bestehenden Möglichkeiten der Kommunikation – zu ihrem Produkt passend – optimal einzusetzen.

- a) Philippe Schenkel: „Für unseren Erfolg ist der Auftritt sehr wichtig. Das fängt beim Namen Traktor an.“ (...)
Welche Idee könnte hinter der Wahl des Begriffes „Traktor“ stecken. Formulieren Sie Ihre Antwort in zwei vollständigen Sätzen. (2 Punkte) (3.3.6.2)

Antwort

Beispiele (Stichworte):

- *Spezieller Name, der nicht so schnell vergessen wird oder*
- *„Traktor“ erinnert an einen Bauernhof, frische und gesunde Produkte, ...*

1 Punkt: Sinnvolle, jedoch (zu) knappe Schülerantwort

2 Punkte: Sinnvolle und ausführliche Schülerantwort

Bloss Stichworte/unfertige Sätze geben 1 Punkt Abzug

2

Die Gestaltung der Flaschenetiketten ist ein wichtiger Teil der Kommunikationspolitik der Traktor Getränke AG. Philippe Schenkel: „Die Etiketten der Flaschen sind bewusst dezent gehalten. Leuchtende Farben und Bilder von Früchten, wie das bei der Konkurrenz üblich ist, sucht man vergeblich. Und schliesslich setzten wir auch die Sprache gezielt als Imageelement ein.“ (...)

Ausschnitt aus der Flaschenetikette der Traktor-Fruchternte:

Erntefrischer

Bio-Smoothie

Muss man eigentlich Rätoromanisch können? Nein, aber es gibt einem das wohlige Gefühl, ein bisschen einzigartig zu sein. In der Schweiz versteht nur gerade jeder 115. Rätoromanisch. Vom ganzen Bodenpersonal der Swiss auf dem Flughafen ist das bloss eine Person. Im Saal des Restaurants Bären in Eggwil oder in der Kirche von Ligerz – jeweils bis zur gesetzlichen Höchstmenge gefüllt – wissen nur zwei Leute, was ein „maschaida da suc de fritgs“ ist.

Racolata buna – buna luna.

Servic public

la racolata – die Ernte
suc da fritgs – jus de fruits
le mélange – la spremuta



Smoothie Bio avec Mangue et Fruit de la Passion

Fruchtsaftmischung aus erntefrisch gepressten Fruchtsäften. Aus kontrolliert biologischem Anbau. In der Schweiz hergestellt und sanft pasteurisiert.
Non a base di concentrato. Senza additivi.

- b) Was meint Philippe Schenkel mit der Bemerkung, dass die Sprache gezielt als Imageelement eingesetzt wird? Studieren Sie das Beispiel einer Flaschen-Etikette und nennen Sie ein besonderes Merkmal des Textes. Beschreiben Sie anschliessend eine sinnvolle Überlegung, die hinter dem genannten Textmerkmal steckt. (2 Punkte) (3.3.6.2)

Merkmale des Textes

1

Beispiele:

- *Viersprachiger Text, Landessprachen der Schweiz*
- *Kleine „schräge“ Geschichte*

Oder andere sinnvolle Schülerantworten

Überlegung zum beschriebenen Textmerkmal

1

Beispiele:

- *Die Viersprachigkeit zeigt die Schweizer Herkunft des Produktes oder*
- *Die „schräge“ Geschichte passt zum speziellen Namen „Traktor“, amüsiert die Kundschaft, ...*

Oder andere sinnvolle Schülerantworten

1.2.6 Preiskalkulation (4 Punkte)

Die Traktor Getränke AG bietet auf ihrer Homepage freche T-Shirts mit dem Aufdruck „Traktor, der Fruchtfaktor“ an.

- a) Ein Leibchen kostet CHF 30.– (inkl. 7.6% MWST). Ab zwei Shirts sinkt der Preis pro Shirt auf CHF 25.– (inkl. 7.6% MWST). Berechnen Sie den Rabatt, den die Traktor Getränke AG beim Bezug ab zwei T-Shirts gewährt. Legen Sie den Rechenweg offen. (1 Punkt) (3.4.2.2)

Berechnung

CHF 60.– - 100%
CHF 10.– - x

$$x = 100 / 30 \cdot 5 = \underline{\underline{16.2/3\%}}$$

1

- b) Die Traktor Getränke AG kauft die T-Shirts, fertig bedruckt, in diversen Grössen und Farben bei der Firma Switcher ein. Der Katalogpreis pro T-Shirt beträgt CHF 14.50 (ohne MWST). Die Firma Switcher gewährt der Traktor Getränke AG einen Mengenrabatt von 25%. Welche Bruttogewinnmarge (Bruttogewinn in % des Nettoerlöses) erzielt die Traktor Getränke AG, falls ein Kunde drei T-Shirts bestellt. Benennen Sie die Zwischenresultate mit den korrekten Fachbegriffen und runden Sie auf einen Rappen genau. Runden Sie die Bruttogewinnmarge auf zwei Kommastellen und unterstreichen Sie das Endresultat doppelt. (3 Punkte) (3.4.2.2)

Ausrechnung

3

Katalogpreis	14.50	100%		
– Rabatt		<u>25%</u>		
= Nettoankauf	10.88	75%	→	46.84% (1)
+ BG	12.35			<u>53.16%</u> (1)
= NE	23.23	100	→	100%
+ MWST		<u>7.6%</u>		
= Verkaufspreis	25.–	107.6%		(1)

Je korrekt berechnete Stufe (inkl. Fachbegriff): 1 Punkt

1.2.7 Mietvertrag (5 Punkte)

Mit der erfreulichen Entwicklung der Verkaufszahlen entsteht bei Michael Wehrli und Philippe Schenkel der Wunsch nach grösseren Büroräumlichkeiten. Am 18. Februar 2004 besichtigen sie Büroräume an der Tunnelstrasse in Zürich. Am Ende der Besichtigung geben sie dem Vermieter Koller eine mündliche Zusage für die Übernahme der Räume auf den 1. April 2004. Die beiden Parteien vereinbaren, dass der Mietvertrag am folgenden Tag im Büro von Vermieter Koller unterschrieben werden soll.

- a) Braucht es zum Abschluss eines Mietvertrages für Geschäftsräume die schriftliche Form?
(1 Punkt) (3.5.1.6)

Antwort <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein OR, Artikel: 11	1
--	----------

- b) Lesen Sie Art. 16 Abs. 1 OR durch und beurteilen Sie, wann der Mietvertrag zwischen Vermieter Koller und der Traktor Getränke AG entstanden ist. (2 Punkte) (3.5.1.6)

Antwort <input type="checkbox"/> 18. Februar 2004 <input checked="" type="checkbox"/> 19. Februar 2004	1
Begründung: <i>Falls die Vertragsparteien einen schriftlichen Mietvertrag vorgesehen haben, sind die Vertragsparteien vor Unterzeichnung nicht an den Mietvertrag gebunden.</i>	1

- c) Wir nehmen an, der Mietvertrag zwischen Vermieter Koller und der Traktor Getränke AG sei rechtsgültig entstanden. Im Mietvertrag wurde eine Mindestdauer von zwei Jahren vereinbart.
Ein paar Monate nach Bezug der Räumlichkeiten werden Michael Wehrli und Philippe Schenkel bessere Geschäftsräume, mit grösseren Büros und einer grösseren Küche für die Entwicklung von neuen Saft-Rezepturen, angeboten. Die beiden Jungunternehmer möchten so schnell wie möglich aus dem laufenden Mietvertrag aussteigen. Welche Möglichkeit sieht das Mietrecht in solchen Fällen vor? (2 Punkte) (3.5.1.7)

Antwort OR, Artikel: Art. 264	1
<i>Michael Wehrli und Philippe Schenkel könnten ausserterminlich kündigen. Sie müssen jedoch einen zumutbaren Nachmieter finden, der bereit ist, das Mietverhältnis zu den vereinbarten Bedingungen zu übernehmen.</i>	1

1.2.8 Kaufvertrag (6 Punkte)

- a) Michael Wehrli und Philippe Schenkel möchten ihr Büro besser einrichten. Sie bestellen bei der Möbel Müller AG in Dübendorf neue Schreibtische, Bürostühle und Aktenschränke. Gemäss Vereinbarung soll die Lieferung im März 2005 erfolgen. Am 20. April 2005 warten Michael Wehrli und Philippe Schenkel immer noch auf die Lieferung. Die beiden Unternehmer sind verärgert und möchten vom Vertrag zurücktreten. Können sie dies sofort tun? (1 Punkt) (3.5.1.9)

Antwort <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein	1
Begründung: <i>Es handelt sich um ein Mahngeschäft, weil kein genauer Termin vereinbart wurde.</i>	

- b) Was müssen Michael Wehrli und Philippe Schenkel unternehmen, wenn sie unter allen Umständen vom Vertrag zurücktreten wollen? (1 Punkt) (3.5.1.9)

Antwort <i>Die Traktor Getränke AG muss der Möbel Müller AG eine angemessene Nachfrist setzen. Erst wenn die Nachfrist überschritten wird, kann die Traktor Getränke AG vom Vertrag zurücktreten.</i>	1
---	----------

- c) Nehmen wir an, die Möbel Müller AG habe die Büromöbel im März 2005 geliefert. Bei der Montage zeigte sich jedoch, dass diverse Elemente nicht zusammenpassten. Erklären Sie in ganzen Sätzen, was Michael Wehrli und Philippe Schenkel in dieser Situation als Erstes unternehmen müssten, und nennen Sie den dazugehörenden OR-Artikel. (2 Punkte) (3.5.1.9)

Antwort OR, Artikel, Absatz: <i>Art. 201 Abs. 1 OR</i>	1
Begründung: <i>Die Traktor Getränke AG müsste die festgestellten Mängel gegenüber der Möbel Müller AG sofort anzeigen (Mängelrüge).</i>	

- d) Michael Wehrli und Philippe Schenkel möchten vom Vertrag zurücktreten und verlangen, dass die Möbel Müller AG die unbrauchbaren Büromöbel wieder zurücknimmt. Die Möbel Müller AG hingegen will die passenden Teile in zwei Wochen liefern und montieren. Müssen Michael Wehrli und Philippe Schenkel dies akzeptieren? Begründen Sie Ihre Antwort und geben Sie den dazugehörenden Gesetzesartikel an. (2 Punkte) (3.5.1.9)

Antwort
<input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein
OR, Artikel, Absatz: <i>Art. 205 Abs. 1 OR</i>
Begründung: <i>Michael Wehrli und Philippe Schenkel müssen eine Nachlieferung nicht akzeptieren. Sie haben das Recht vom Vertrag zurückzutreten (Wandelung).</i>

1
1

1.2.9 Versicherungen (5 Punkte)

Auf den 1. Juni 2005 stellen Michael Wehrli und Philippe Schenkel eine junge Kauffrau mit E-Profil ein. Im Zusammenhang mit der folgenden Lohnabrechnung der neuen Mitarbeiterin stellen sich den beiden Unternehmern einige Fragen.

Bezeichnung	Ansatz	Betrag	Total
Monatsgehalt		3'550.00	
Bruttolohn			3'550.00
AHV/IV/EO-Beitrag	5.05%	- 179.30	
ALV-Beitrag	1.00%	- 35.50	
NBU-Abzug	0.50%	- 17.75	
PK-Beitrag	0.70%	- 24.85	
Total Abzüge			- 257.40
Nettolohn			3'292.60

- a) Vom Bruttolohn werden verschiedene Abzüge für Versicherungen vorgenommen. Zu welchem Versicherungstyp gehören die Versicherungen der abgebildeten Lohnabrechnung? (1 Punkt) (3.3.4.1)

- Personenversicherung
- Sachversicherung
- Vermögensversicherung

1

- b) Was bedeuten die Abkürzungen in der Lohnabrechnung und welche Risiken werden durch diese Versicherungen gedeckt? Füllen Sie die folgende Tabelle aus, indem Sie die Versicherung (mit ganzem Namen!) bezeichnen und das zu deckende Risiko bzw. die zu deckenden Risiken kurz beschreiben. (3 Punkte) *(3.3.4.1)*

Versicherung	Risiko	
ALV = Arbeitslosenversicherung	Einkommensverlust infolge Arbeitslosigkeit	
AHV = <i>Alters- und Hinterlassenenversicherung</i>	<i>Einkommensausfall als Folge von Alter und Tod</i>	1
IV = <i>Invalidenversicherung</i>	<i>Einkommensausfall als Folge von Invalidität</i>	1
NBU = <i>Nichtberufsunfallversicherung</i>	<i>Kosten als Folge von Unfall ausserhalb der Arbeitszeit</i>	1

- c) In welcher Sozialversicherung ist die Mutterschaftsversicherung eingeschlossen? (1 Punkt) *(3.2.2)*

Antwort <i>Erwerbsersatzordnung</i>	1
---	----------

2 Fallbeispiel Irniger AG

(Zeit: 100', 53 Punkte)

2.1 Ausgangslage

Die Werkzeugfabrik Irniger AG in Rüti fabriziert und verkauft Dreh- und Fräswerkzeuge in der Schweiz und in ganz Europa. Ausserdem handelt sie mit Spiralbohrern der deutschen Partnerunternehmung Metall GmbH in der Deutschschweiz. Sie beschäftigt 141 Mitarbeiter/-innen.

2.2 Aufgaben

2.2.1 Diverse Nachtragsbuchungen (17 Punkte)

Verbuchen Sie die folgenden Geschäftsfälle der Irniger AG am 31. Dezember 2004 und führen Sie die Konten „Debitoren Vorsteuer“ und „Kreditoren Umsatzsteuer“. Verwenden Sie folgenden, absichtlich unvollständigen Kontenplan. Die Konti sind in den Buchungssätzen buchstabengenau zu benennen. Die Mehrwertsteuer wird nach der Nettomethode geführt und ist nur zu verbuchen, falls dies ausdrücklich verlangt wird. Berechnete Beträge sind auf 5 Rappen zu runden. (17 Punkte) *(3.4.1.4ff)*

Die Geschäftsfälle beziehen sich auf den Kontenplan im Abschnitt 3.1 im Anhang Seite 27 Kontenplan der Irniger AG.

Nr.	Geschäftsfall	Soll	Haben	Betrag
1.	Die Fahrzeuge werden um CHF 5'700.– abgeschrieben.	Abschreibungen	Fahrzeuge	5'700.–
2.	Mitte Dezember hat die Irniger AG die Lieferung von selber hergestellten Drehwerkzeugen an die Metallverarbeitungsfirma Schneider GmbH im Betrag von CHF 1'425.– (inkl. 7.6% MWST) verbucht. Ende Dezember begleicht die Schneider GmbH die Schuld unter Abzug von 2% Skonto durch Banküberweisung. Die Mehrwertsteuer muss ebenfalls berücksichtigt werden.	Bank Prod.ertrag Kred. Umsatzsteuer Je Buchungssatz 1 Pkt	Debitoren Debitoren Debitoren Richtige Berechnungen: Total 1 Pkt	1'396.50 26.50 2.–
3.	Die Betreuung gegenüber dem Eisenwarengeschäft von Hans Keller wurde erfolgreich abgeschlossen. Das Betreibungsamt überweist der Irniger AG durch Postgiro: Forderungsbetrag CHF 2'420.– + Kostenvorschuss (verbucht) CHF 40.– + Verzugszins (noch nicht verbucht) CHF 30.– Überweisung CHF 2'490.–	Post Post Überflüssige Buchung Kostenvorschuss -1 Pkt	Debitoren Zinsertrag	2'460.– 30.–
4.	Mitte Dezember lieferte die Maschinen AG der Irniger AG eine neue Spezial-Bohrmaschine für den Fabrikationsbetrieb. Ende Jahr wird folgende Rechnung verbucht: Preis gemäss Offerte CHF 21'200.– - 5% Sonderrabatt CHF 1'060.– Rechnungsbetrag (ohne MWST) CHF 20'140.– + 7.6% Mehrwertsteuer CHF ?? Rechnungsbetrag (inkl. MWST) CHF ??	Maschinen Deb Vorsteuer	Kreditoren Kreditoren	20'140.– 1'530.65
5.	Im Dezember hat die Irniger AG eine Rechnung von CHF 3'480.– für den Druck von Verkaufsprospekten bezahlt. Es sollen nur zwei Drittel dieser Kosten dem alten Jahr belastet werden.	Trans. Aktiven	Werbeaufwand	1'160.–

Fallbeispiel Irmiger AG
(Zeit: 100', 53 Punkte)

17/30

6.	Ein Kunde aus England überweist für eine Lieferung GBP 3'871.80 auf das Bankkonto der Irmiger AG. (Devisenkurse 2.1770 / 2.2330)	Bank	Debitoren	8'428.90	2
7.	Tragen Sie die Geschäftsfälle in den MWST-Konti nach. Verbuchen Sie den Übertrag der Vorsteuer und die Banküberweisung an die Steuerbehörde.	Kred Umsatzsteuer Kred Umsatzsteuer	Deb Vorsteuer Bank	13'146.70 21'070.30	2

Debitoren Vorsteuer	Kreditoren Umsatzsteuer	1
14'027.05	3'908.-	38'127.-
1'530.65	2.-	
13'146.70	13'146.70	
	21'070.30	
15'557.70	38'127.-	38'127.-

2.2.2 Bewertungen (4 Punkte)

Bevor die Irrniger AG die Schlussbilanz erstellen kann, müssen die Vermögensteile mit Hilfe eines Inventars aufgelistet werden. Bei den Bewertungen der Rohstoffvorräte und der Warenvorräte tauchen Probleme auf. Beantworten Sie folgende Fragen mit Hilfe von Art. 666 OR.

- a) Die Irrniger AG hat Ende Oktober bei der Metall GmbH 200 Spiralbohrer des Typs B10 zum Preis von CHF 120.– je Stück erhalten. Von dieser Lieferung hat die Irrniger AG bis zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 120 Stück zum Preis von CHF 195.– verkauft. Am Bilanzstichtag würden die gleichen Spiralbohrer bei der Metall GmbH CHF 135.– kosten. Zu welchem höchstmöglichen Wert darf die Irrniger AG die vorhandenen 80 Spiralbohrer in die Bilanz nehmen? Die Antwort ist kurz zu begründen. (2 Punkte) *(3.4.1.11)*

Höchst möglicher Bilanzwert <i>80 • CHF 120.– = CHF 9'600.–</i>	1
Begründung <i>Die Bewertungsvorschriften des OR verlangen, dass die Waren höchstens zum Anschaffungswert bilanziert werden dürfen, falls der geltende Marktpreis höher ist.</i>	1

- b) Die Irrniger AG hat Anfang November bei der Swiss Steel 3 Tonnen Aluminium für CHF 3'880.– pro Tonne eingekauft. Gemäss Inventar liegen noch 1.5 Tonnen Aluminium an Lager. Zu welchem höchstmöglichen Wert darf die Irrniger AG den Aluminiumvorrat in die Bilanz nehmen, falls der aktuelle Aluminiumpreis CHF 3'710 pro Tonne beträgt? Die Antwort ist kurz zu begründen. (2 Punkte) *(3.4.1.11)*

Höchst möglicher Bilanzwert <i>1.5 • CHF 3'710.– = CHF 5'565.–</i>	1
Begründung <i>Gemäss OR muss der niedrigere Wiederbeschaffungspreis (Marktpreis) genommen werden.</i>	1

2.2.3 Bilanzerstellung und Bilanzanalyse (9 Punkte)

Die folgenden Aufgaben beziehen sich auf die Konten der Bilanz im Abschnitt 3.2 im Anhang Seite 27.

- a) Erstellen Sie eine korrekt gegliederte Schlussbilanz vor Verbuchung des Erfolgs und weisen Sie folgende Zwischengrößen (Name und Summe) aus: Umlaufvermögen, Anlagevermögen, Fremdkapital, Eigenkapital. (6 Punkte) (3.4.1.2)

Aktiven	Schlussbilanz		Passiven	
Umlaufvermögen			Fremdkapital	
Kasse, Post, Bank	38		Lieferantenkreditoren	169
Debitoren	114		Kreditoren Umsatzsteuer	0
			Transitorische Passiven	8
Debitoren VST	2			
Debitoren Vorsteuern	0		Passivdarlehen	400
			Rückstellungen (langfr.)	100
Warenvorräte	35		Hypotheken	500
Vorräte Rohstoffe	59			1177
Vorräte Fertigfabrikate	418			
Transitorische Aktiven	12	678		
			Eigenkapital	
Anlagevermögen			Aktienkapital	1100
Maschinen	580		Reserven	248
Mobilien	95			1348
Fahrzeuge	120			
Werkzeuge	84			
Immobilien	880			
./. WB Immobilien	80	800		
Verlust		1679		
		168		
		2525		2525

Bewertung

Für fehlende Gruppenbezeichnungen:

max. -2 Pkte

Für fehlende Gruppensummen:

max. - 2 Pkte

Für falsche Reihenfolge innerhalb der Gruppen UV, FK, EK:

max. -3 Pkte

Konto in der falschen Gruppe:

je -1 Pkt

Bei der Reihenfolge der Vorräte: Toleranz üben

- b) Warum ist die Irrniger AG in nächster Zeit kaum in der Lage, ihren kurzfristigen Verbindlichkeiten nachzukommen? (1 Punkt) (3.5.3.1)

Antwort

Die flüssigen Mittel und die Forderungen reichen nicht aus, um die kurzfristigen Schulden zu begleichen.

1

- c) Beschreiben Sie zwei sinnvolle Massnahme, um die unter b) beschriebene Situation der Irrniger AG zu verbessern. (2 Punkte) (3.5.3.1)

Massnahme 1

Verkauf der Fertigfabrikatebestände zu günstigen Ausverkaufspreisen

1

Massnahme 2

Umwandlung von kurzfristigen Lieferantenkreditoren in langfristige Darlehen.

Weitere sinnvolle Schülerantworten

1

2.2.4 Betriebswirtschaftliche Auswirkungen eines Standortwechsels (5 Punkte)

Die folgenden Aufgaben beziehen sich auf den Medientext 1 im Abschnitt 3.3 des Anhangs Seite 28.
Medientext 1 zur aktuellen Situation der Irrniger AG
Studieren Sie den Text sorgfältig!

Die Geschäftsleitung der Irrniger AG diskutiert an einer Sitzung die Möglichkeit, Teile der Produktion nach Osteuropa, z.B. Georgien, zu verlagern. Um eine erste Übersicht zu bekommen, erstellt die Geschäftsleitung eine Entscheidungsmatrix.

- a) Füllen Sie die unten stehende Entscheidungsmatrix aus. Alle Bewertungen müssen kurz begründet werden! (2 Punkte) *(3.5.3.1)*
- b) Ergänzen Sie die Entscheidungsmatrix mit einem weiteren sinnvollen Kriterium mit den dazugehörigen Beurteilungen. (2 Punkte) *(3.5.3.1)*
- c) Welche Variante würden Sie aufgrund der – zwar eher oberflächlichen – Entscheidungsmatrix wählen? Begründen Sie Ihre Antwort in ganzen Sätzen. (1 Punkt) *(3.5.3.1)*

Kriterien	Variante Schweiz: Produktion in der Schweiz belassen	Variante Ausland: Teile der Produktion nach Osteuropa auslagern	
Produktionskosten	<i>Hoch Hohes Schweizer Lohnniveau</i>	<i>Tief(er) Deutlich tieferes Lohnniveau</i>	1
Qualität der Arbeit	<i>Sehr gut Gut ausgebildete Arbeitskräfte</i>	<i>Evtl. schwierig, genügend gute Arbeitskräfte zu finden. Qualität der Arbeit könnte somit abnehmen</i>	1
<i>Sinnvolle Kriterien, z.B. Sprachprobleme, politische Risiken, ...</i>	<i>Sinnvolle Schülerantwort</i>	<i>Sinnvolle Schülerantwort</i>	2
Entscheid <i>Sinnvolle Schülerantwort</i>			1

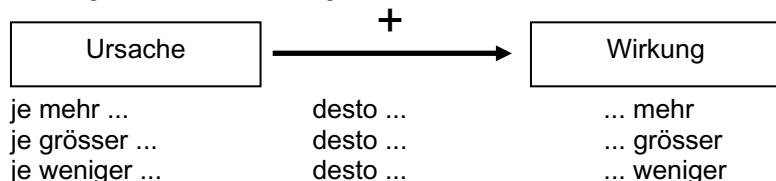
2.2.5 Gesamtwirtschaftliche Auswirkungen eines Standortwechsels (5 Punkte)

Die Geschäftsleitung der Irniger AG möchte neben den betriebswirtschaftlichen auch die gesamtwirtschaftlichen Folgen diskutieren, die aus dem Abbau von Arbeitsplätzen entstehen. Zu diesem Zweck erstellt sie ein Feedbackdiagramm (Netzwerk), das die Auswirkungen des Abbaus von Arbeitsplätzen auf wichtige Grössen der schweizerischen Volkswirtschaft übersichtlich darstellt.

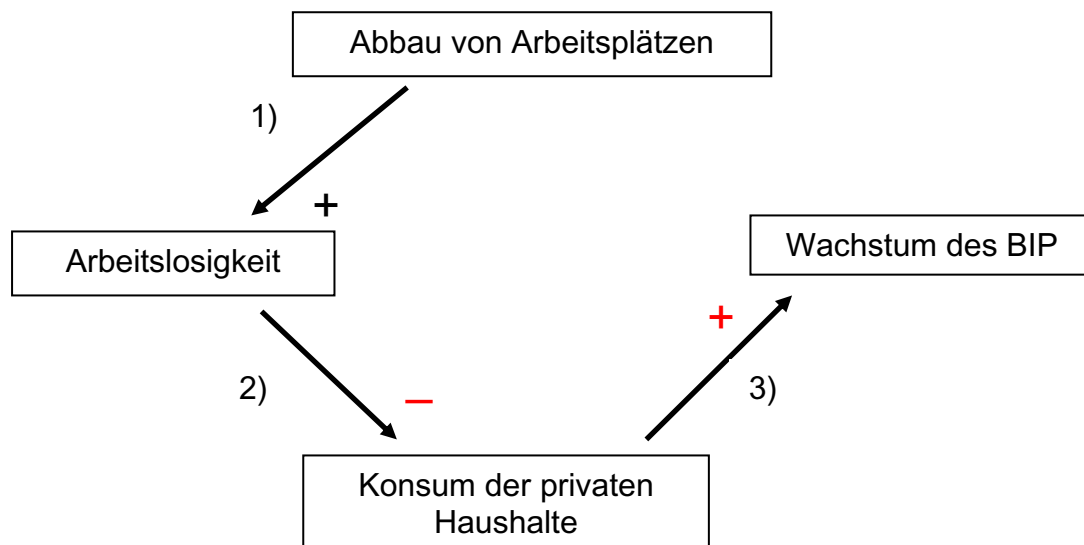
Regeln zum Feedbackdiagramm

In einem Feedbackdiagramm wird die Art der Beziehung mit einem Vorzeichen (+ oder -) gekennzeichnet. Dabei gelten folgende Regeln:

Gleichgerichtete Beziehung



Entgegengerichtete Beziehung



1

- a) Beschreiben Sie den Zusammenhang zwischen der Arbeitslosigkeit und dem Konsum der privaten Haushalte (Beziehung Nr. 2) sowie zwischen dem Konsum der privaten Haushalte und dem Wachstum des Bruttoinlandproduktes (BIP). Begründen Sie den Zusammenhang jeweils in ganzen Sätzen. Als Beispiel ist die Beschreibung der Beziehung 1) vorgegeben. (4 Punkte) *(3.1.2)*

Nr.	Beschreibung der Beziehung	Begründung	
1)	Je mehr Arbeitsplätze Unternehmungen abbauen, umso grösser wird die Arbeitslosigkeit im Land.	Menschen, die ihre Arbeit verlieren erhöhen zumindest kurzfristig die Arbeitslosenrate. Sie benötigen Zeit, um eine neue Stelle zu finden oder um Umschulungen zu absolvieren.	
2)	<i>Je grösser die Arbeitslosigkeit, desto schwächer wird der private Konsum.</i>	<i>Hohe Arbeitslosigkeit verunsichert die Haushalte. Es wird mehr gespart und weniger konsumiert.</i>	2
3)	<i>Je kleiner der Konsum der privaten Haushalte ist, desto kleiner ist das Wachstum des BIP.</i>	<i>Der private Konsum (Kauf von Gütern und Dienstleistungen) ist Teil des BIP.</i>	2

- b) Setzen Sie zu jedem Pfeil das dazugehörige Zeichen (+ bzw. -) gemäss den beschriebenen Regeln. (1 Punkt) *(3.1.2)*

Das Feedbackdiagramm ist natürlich noch nicht vollständig! Im folgenden Aufgabenteil werden die langfristigen Folgen eines schwachen Wirtschaftswachstums aufgezeigt.

2.2.6 Wachstumsschwäche der Schweizer Wirtschaft (13 Punkte)

Die folgenden Aufgaben beziehen sich auf den **Abschnitt 3.4 Medientext 2 im Anhang Seite 29.**

Studieren Sie den Text sorgfältig!

a) Der Autor sieht grundsätzlich zwei Möglichkeiten, um das Wirtschaftswachstum in der Schweiz anzukurbeln. Kreuzen Sie an, welche Möglichkeit vom Autor als realistischer eingestuft wird. (1 Punkt) (3.1.4.1)

- Erhöhung des Arbeitsvolumens zum Beispiel durch Einwanderungen oder die Hinaufsetzung des Pensionsalters.
- Erhöhung der Arbeitsproduktivität.

1

b) Nennen Sie zwei Massnahmen, um die Arbeitsproduktivität zu erhöhen. Die Massnahmen müssen aus dem Medientext stammen. Begründen Sie Ihre Antworten in ganzen Sätzen. (4 Punkte) (3.1.4.1)

Massnahme	Begründung
<i>Mehr Investitionen</i>	<i>Modernste Produktionsmittel ermöglichen die kostengünstigere Herstellung von guten Produkten.</i>
<i>Bessere Bildung</i>	<i>Nur gut ausgebildete Arbeitskräfte können qualitativ und technologisch höherwertige Produkte herstellen.</i>

2

2

- c) Im Medientext wird behauptet, dass das schwache Wirtschaftswachstum zu weniger Wohlstand und zur Gefährdung der Sozialwerke führe. Begründen Sie die erwähnten Folgen in ganzen Sätzen. (2 Punkte) (3.1.4.1)

Folge	Begründung	
Weniger Wohlstand	<i>Durch das geringe Wachstum des BIP können sich die Menschen auch nicht mehr Güter und Dienstleistungen leisten.</i>	1
Gefährdung der Sozialwerke	<i>Bei einem geringen Wachstum stagnieren auch die Löhne in vielen Branchen. Somit gibt es auch weniger Abgaben an die Sozialwerke, bei zunehmender Alterung der Gesellschaft.</i>	1

- d) Neben dem Wohlstand streben Menschen vor allem auch nach einer hohen Wohlfahrt. Beschreiben Sie in einem Beispiel, was Sie persönlich unter den Begriffen Wohlstand und Wohlfahrt verstehen. (2 Punkte) (3.1.2.1)

- e) Wie lassen sich Wohlstand und Wohlfahrt in einem Land überhaupt messen? Nennen Sie zum Wohlstand und zur Wohlfahrt je eine konkrete Messgrösse. (2 Punkte) (3.1.2.1)

	d) Beispiel	e) Messgrösse	
Wohlstand	<ul style="list-style-type: none"> <i>Gutes Einkommen</i> <i>Wert der Güter und Dienstleistungen, die ich mir kaufen kann</i> <p><i>Oder andere Schülerantworten, die mit dem Lebensstandard etwas zu tun haben</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <i>VE</i> <i>BIP</i> 	2
Wohlfahrt	<ul style="list-style-type: none"> <i>Genügend Freizeit für Familie und Hobbies</i> <i>Langes, gesundes Leben</i> <p><i>Oder andere Schülerantworten, die mit dem Wohlbefinden etwas zu tun haben</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <i>Durchschnittliche Arbeitszeit</i> <i>Durchschnittliche Lebenserwartung</i> <p><i>Oder andere sinnvolle Schülerantworten</i></p>	2

- f) Um das Wachstum verschiedener Länder miteinander zu vergleichen, wird oft das „jährliche inflationsbereinigte BIP pro Kopf“ genommen (siehe Zeilen 22 bis 24 des Medientextes). Erklären Sie, warum die Zahl „inflationsbereinigt“ und „pro Kopf“ angegeben werden muss. (2 Punkte) *(3.1.2.3f)*

„inflationsbereinigt“, weil ...

... das mengenmässige Wachstum aussagekräftiger ist. Die Preiserhöhungen (Teuerung) werden herausgenommen, indem mit den Preisen eines Basisjahres gerechnet wird.

1

„pro Kopf“, weil ...

... die Länder unterschiedliche Einwohnerzahlen haben. Sonst könnte man die Wirtschaftskraft von einem kleinen und einem grossen Land nicht miteinander vergleichen.

1

3 Anhang

3.1 Kontenplan der Irniger AG (alphabetisch geordnet)

Aktiven	Passiven	Aufwände	Erträge
Debitoren	Aktienkapital	Abschreibungen	Produktionsertrag
Debitor Verrechnungssteuer	Hypotheken	Löhne	Warenaufwand (Handel)
Debitor Vorsteuern	Kreditoren Umsatzsteuer	Rohstoffeinkauf	Zinsertrag
Fahrzeuge	Lieferantenkreditoren	Sozialleistungen	Übriger Betriebsertrag
Immobilien	Passivdarlehen	Übriger Betriebsaufwand	
Kasse, Post, Bank	Reserven	Übriger Materialeinkauf	
Maschinen	Rückstellungen (langfristig)	Unterhalt/Reparaturen	
Mobilien	Transitorische Passiven	Verluste bei Debitoren	
Transitorische Aktiven		Versicherungsaufwand	
Vorräte Fertigfabrikate		Warenaufwand (Handel)	
Vorräte Rohstoffe		Werbeaufwand	
Warenvorräte			
Wertberichtigung Immobilien			
Werkzeuge			

3.2 Konten der Bilanz

Nach Berücksichtigung aller Nachtragsbuchungen sowie der Bewertungen weisen die Konten der Bilanz folgende Salden (in CHF 1'000.–) auf:

Aktienkapital	1100	Mobilien	95
Debitoren	114	Passivdarlehen	400
Debitor Verrechnungssteuer	2	Reserven	248
Debitor Vorsteuern	0	Rückstellungen (langfristig)	100
Fahrzeuge	120	Transitorische Aktiven	12
Hypotheken	500	Transitorische Passiven	8
Immobilien	880	Vorräte Fertigfabrikate	418
Kasse, Post, Bank	38	Vorräte Rohstoffe	59
Kreditoren Umsatzsteuer	0	Warenvorräte	35
Lieferantenkreditoren	169	Werkzeuge	84
Maschinen	580	Wertberichtigung Immobilien	80

3.3 Medientext 1 zur aktuellen Situation der Irniger AG

Irniger AG baut Stellen ab

Die Werkzeugfabrik Irniger AG in Rüti ist im vergangenen Jahr tief in die Krise geraten. Im Rahmen einer Restrukturierung sollen auch Stellen gestrichen werden.

5

Die genaue Zahl der Entlassungen sei noch nicht klar, teilte die Firma am Freitagnachmittag mit. In den nächsten Wochen müssten zuerst zusammen mit der Belegschaft Lösungen für die Reorganisation der Firma gesucht werden. Erst danach könne der Stellenabbau beziffert werden. Gleichzeitig werde mit den Gewerkschaften ein Sozialplan ausgehandelt.

10

Krisenjahr 2004

Das vergangene Jahr wurde mit dem schlechtesten finanziellen Ergebnis der Firmengeschichte abgeschlossen. Der starke Schweizer Franken erschwert die Exporte ins Ausland. Vor allem ist der Wettbewerbsdruck in den letzten Jahren stetig gewachsen: Unterdessen sind auch Unternehmungen in Osteuropa immer mehr in der Lage, qualitativ gute Werkzeuge zu sehr günstigen Preisen herzustellen. Die Preise für Werkzeuge kommen – trotz steigenden Rohstoffpreisen – immer mehr unter Druck. Weitere Senkungen der Produktionskosten sind in Anbetracht der hohen Schweizer Löhne nur beschränkt möglich. Die Unternehmungsleitung wird in den nächsten Wochen auch die Möglichkeit diskutieren, Teile der Produktion ins billigere Ausland zu verlagern.

15

3.4 Medientext 2 zur Ausgangslage

Tages-Anzeiger vom 09.02.2004

Wegen Stillstand weniger Wohlstand

Kein anderer Industriestaat wächst so langsam wie die Schweiz. Die Schwäche der Wirtschaft hat langfristige Folgen: Der Wohlstand sinkt.

- 5 Ein Thema stürmt derzeit die Hitparade der politischen Debatten: Die Wachstumsschwäche der Schweizer Wirtschaft. Mit zunehmender Kadenz werden Stimmen laut, die einschneidende und schmerzhaft Reformen fordern, um die Volkswirtschaft zu revitalisieren und so den Wohlstand zu sichern. Sonst drohe die Schweiz gegenüber den anderen Industriestaaten weiter an Boden zu verlieren.
- 10 Die Politik ist sich für einmal einig: Mehr Wachstum muss her. Die Wirtschaft, geführt vom Dachverband Economiesuisse, fordert mehr Raum für unternehmerische Freiheit: durch den Abbau von Wettbewerbsbeschränkungen vor allem im Binnensektor, weniger Steuern, die Stärkung des Wirtschaftsstandortes. (...)
- 15 Der Blick in die Statistiken zeigt mit aller Deutlichkeit, dass die Schweiz im internationalen Vergleich in den letzten Jahren an Boden verloren hat. Das Land gehört zwar nach wie vor zu den reichsten, hat aber die – einst unangefochtene – Führerschaft in den letzten drei Jahrzehnten abtreten müssen. Zwischen 1970 und 2000 wurde in keinem OECD-Staat ein so tiefes Wirtschaftswachstum registriert wie in der Schweiz.
- 20 Die durchschnittliche jährliche Zunahme des Bruttoinlandprodukts – des Massstabs zur Beurteilung der Leistung einer Volkswirtschaft – betrug in dieser Periode teuerungsbereinigt nur gerade 1,5 Prozent. Das ist 1 Prozentpunkt weniger als der Durchschnitt der EU-Mitglieder. Richtiggehend abgekoppelt wurde unsere Volkswirtschaft in den Neunzigerjahren. Während die jährliche inflationsbereinigte Wirtschaftsleistung pro Kopf in den übrigen Industriestaaten um mindestens 1 Prozent zunahm und in einigen gar über 2 Prozent, schrumpfte sie in der Schweiz.
- 25 Mehr Wachstum – wozu eigentlich, liesse sich fragen; die Schweiz bleibt doch eines der reichsten Länder. Unterschiede in der Wachstumsrate von 1 oder 2 Prozent muten zwar unspektakulär an, haben aber längerfristig grosse Auswirkungen auf den relativen Wohlstand von Ländern – ähnlich dem Zinseszins-effekt. Die Bedeutung von Wirtschaftswachstum beschränkt sich zudem nicht auf materiellen Wohlstand. Es ist einfacher und weniger konflikträftig, die Altersvorsorge zu finanzieren, wenn der
- 30 verteilbare Kuchen wächst. Studien belegen, dass hohes Wirtschaftswachstum mit einem Schrumpfen von Einkommensunterschieden einhergeht. Auch umweltpolitische Ziele lassen sich leichter durchsetzen, wenn die Wirtschaft expandiert.
- In der Wachstumsdiskussion geht es indes nicht um das kurzfristige Auf und Ab der Konjunktur. Es wird nicht bemängelt, dass die Maschinen vorübergehend nicht ausgelastet sind und die Arbeitslosigkeit steigt, dass nicht so viele Güter hergestellt und Dienstleistungen erbracht werden, wie es möglich wäre. Die Optik ist eine langfristige. Es geht um die langfristigen Veränderungen des Bruttoinlandproduktes, nicht um dessen kurzfristige Schwankungen: Was kann getan werden, damit unsere Volkswirtschaft auf einen steileren Wachstumspfad findet?
- 35 Möglichkeiten zur Ankurbelung des Wachstums gibt es zwei. Eine Volkswirtschaft kann wachsen, wenn mehr gearbeitet wird – indem mehr Menschen erwerbstätig sind oder die Arbeitnehmenden länger arbeiten. Wachstum entsteht aber auch über eine höhere Arbeitsproduktivität. Das erreicht man durch mehr Investitionen, bessere Bildung und technischen Fortschritt. Die Steuerung von Arbeitsvolumen und Arbeitsproduktivität, den Treibern des Wirtschaftswachstums, das ist die Aufgabe der Wirtschaftspolitik. Wo kann die Schweiz ansetzen?
- 40 Die erste Quelle, die Erhöhung des Arbeitsvolumens, ist für die Schweiz sehr schwierig. Sie liesse sich im Wesentlichen nur durch Einwanderung oder die Hinaufsetzung des Pensionsalters erreichen. Denn der Anteil der Arbeitenden an der Wohnbevölkerung im erwerbsfähigen Alter ist in der Schweiz so hoch wie sonst nirgends. Zudem arbeiten wir so viel, dass sich die Arbeitszeit nicht mehr substantziell steigern lässt. Das Arbeitspotenzial ist also weit gehend ausgeschöpft. Angesichts der Alterung der
- 45

-
- 50 Bevölkerung können wir nach Einschätzung von Ökonomen zufrieden sein, wenn wir das heutige Niveau längerfristig halten können. Und einer verstärkten Einwanderung stehen massive politische Widerstände entgegen.
- Deshalb richtet sich die Aufmerksamkeit der Ökonomen auf die Arbeitsproduktivität (= Leistung pro Arbeitskraft oder Zeiteinheit). Sie wächst in der Schweiz seit Jahrzehnten immer weniger. Das gilt besonders für binnenorientierte Branchen, deren Produktivität klar tiefer ist als in vergleichbaren Ländern. Höhere Produktivität ist denn auch das Ziel der Wachstumsrezepte der OECD oder der Economiesuisse. Sie fordern eine Stärkung des Wettbewerbs in der Binnenwirtschaft, mehr Markt in der Landwirtschaft, Deregulierung, Entkartellisierung, Strukturreformen in Bildungs- und Gesundheitswesen oder auch Anreize für mehr Leistung und Innovation.
- 55
- 60 Die Diskussion ist lanciert. Das Problem rückt zunehmend ins Bewusstsein. Die Einsicht in die Notwendigkeit der Erneuerung wächst. Der Weg wird lang und steinig sein.