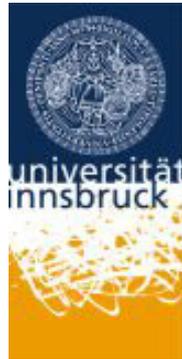


LEOPOLD-FRANZENS-UNIVERSITÄT INNSBRUCK

Institut für Organisation und Lernen



Fallstudie: Big brother is watching you

Erstellt von:

Bernd Hirschbichler
bernd.hirschbichler@student.uibk.ac.at
Eva Papp
eva.papp@student.uibk.ac.at



Die Fallstudie dient für den Unterricht an Handelsakademien

Innsbruck, Dezember 2006

Inhaltsverzeichnis

1.	Ausgangssituation	3
1.1.	Firmenprofil „Was guckst du AG“	3
1.1.1.	Telekommunikation	3
1.1.2.	Informations- und Reservierungssysteme (IRS).....	3
1.1.3.	Medien	4
1.2.	Firmenprofil „Schneeballer Bergbahnen AG“	7
1.3.	Mitarbeiterprofil	10
2.	Aufgabenstellung.....	11
3.	Didaktisches Konzept	19
3.1.	Eingangsvoraussetzungen.....	19
3.1.1.	Wissensstand.....	19
3.1.2.	soziales Umfeld.....	19
3.1.3.	Alter.....	19
3.1.4.	Klassengröße	19
3.1.5.	Motivation.....	19
3.2.	Lehrziele (sollen am Ende der Fallstudie erreicht sein)	20
3.2.1.	Niveau 1	20
3.2.2.	Niveau 2.....	20
3.2.3.	Niveau 3.....	20
4.	Bilanzangaben.....	21
5.	Anhang	24
5.1.	Musterlösung Quicktest	24
5.2.	Musterlösung E-Mail	25
5.3.	Musterlösung Kreditauswahl.....	26
5.4.	Musterlösung Marketingkonzept	26
6.	Formulare	28
6.1.	Kreditformulare (3 Varianten).....	28
6.2.	SV-Abmeldung Leerform	28
6.3.	Musterlösung SV-Abmeldung (inklusive Hinweise für die Ausfertigung).....	28
6.4.	SV-Anmeldung Leerform	28
6.5.	Musterlösung SV-Anmeldung (inklusive Hinweise für die Ausfertigung).....	28
6.6.	Vertragsformular Leasing Leerform	28
6.7.	Vertragsformular Leasing Musterlösung	28

1. Ausgangssituation

Sie sind Mitarbeiter der Firma „Was guckst du AG“ und arbeiten derzeit in der Finanzabteilung. Ihre Firma möchte den Bekanntheitsgrad im Tourismussektor verbessern. Dafür tätigt sie gemeinsam mit den „Schneeballer Bergbahnen“ eine Neu-Investition. In Schneeball wurde eine 3-S-Bahn errichtet (siehe „Daten und Fakten“), an deren Gondeln nun Kameras von „Was guckst du AG“ installiert werden sollen. Diese Kameras übertragen Live-Bilder in die ganze Welt – natürlich mit dem Logo Ihrer Firma.

1.1. Firmenprofil „Was guckst du AG“

Die „Was guckst du AG“ zählt zu den führenden internationalen Entwicklern und Anbietern touristischer Informationssysteme. Das Unternehmen beschäftigt rund 100 Mitarbeiter und verfügt über Standorte in Österreich, Deutschland, der Schweiz, Italien und den Benelux-Staaten.

Die Firma konzentriert sich auf drei Kernbereiche:

1.1.1. Telekommunikation

Die „Was guckst du? AG“ ist Erfinder des Panoramafernsehens. Mehr als 300 Kamerastandorte liefern Panoramabilder und Wetterdaten an Fernsehstationen in ganz Europa. Dabei deckt die „Was guckst du AG“ das gesamte Leistungsspektrum ab – von der Installation der Kamera und der Wetterstation über die Datenübertragung per Richtfunk, Satellit oder Internet bis zur direkten Einspielung der fertigen Sendung ins Programm der Partner-Sender.

1.1.2. Informations- und Reservierungssysteme (IRS)

Die „Was guckst du AG“ entwickelt und vertreibt Softwaresysteme und Außeninformationsanlagen für Tourismusorganisationen und ermöglicht so ein den modernen Anforderungen entsprechendes, aktives und vernetztes Destinationsmanagement. Mit seinen IRS-Produkten ist die Firma klarer Marktführer in Mitteleuropa. Städte wie München und Zürich sowie Top-Tourismusorte wie Schneeball und St. Moritz setzen auf „Was-guckst-du-Kompetenz“.

1.1.3. Medien

Die beiden oben genannten Bereiche Telekommunikation und IRS sind zudem Grundlage für einen einzigartigen Pool an touristischen Informationen. Durch die Vermarktung dieses tourismusspezifischen Contents an Internetportale und Mobilfunkbetreiber öffnet die „Was guckst du AG“ seinen Kunden zusätzliche Vertriebswege.

Die Firma „Was guckst du?“ wurde 1978 gegründet. Seit 2001 entwickelt sie eine Technologie zur Übertragung von Wetterpanoramabildern in TV-Qualität über Internet und schafft so die Möglichkeit zur Erschließung neuer Märkte. 2004 wurde die 300. Panoramakamera in Den Haag installiert. Dies zeigt, dass die Firma auch international erfolgreich ist. Derzeit befindet sie sich auf Expansionskurs.

Hauptstandort:

Was guckst du AG

Dr. Augapfelstraße 1

A-5452 Pfarrwerfen

Telefon: +43 (6468) 99 99-0, Fax: +43 (6468) 99 99-101

E-Mail: info@wasguckstduag.at

Nebenstandorte:

Was guckst du AG

Netzhautgasse 8

A-6020 Innsbruck

Telefon: +43 (512) 99 99-0, Fax: +43 (512) 99 99-101

E-Mail: info2@wasguckstduag.at

Weitere Standorte sind in Italien, Deutschland, Schweiz, Ungarn, Holland und Spanien.

Folgende „Personen“ wirken in der „Was guckst du AG“:

Management			
	<p><i>Dr. Hans-Jörg Garfield</i></p> <p>Vorstandsvorsitzender, Prokurist, Geschäftsführer und Mitglied des Aufsichtsrates von Gesellschaften der Was-guckst-du-Gruppe</p>		<p><i>DI Dr. Franz Schlaubi MBA</i></p> <p>Technischer Vorstand</p>

Aufsichtsratsmitglieder			
	<p><i>Dr. Homer Simpson</i></p> <p>Aufsichtsratsmitglied, Notar im Ruhestand</p>		<p><i>Mag. Bärlinde Gummi</i></p> <p>Aufsichtsratsmitglied, Generaldirektorin der Hals-und-Beinbruch-Versicherung</p>
	<p><i>DI Stephan Spongebob</i></p> <p>Aufsichtsratsmitglied, Prokurist / Kaufmännischer Angestellter</p>		<p><i>Philipp Cronin, MBA</i></p> <p>Aufsichtsratsvorsitzender, Unternehmer</p>

Produkte – Panoramabild TV



Wetterpanoramabilder der „Was guckst du AG“ vermitteln den Gästen wirkungsvoll den Eindruck eines faszinierenden Panoramas und informieren gleichzeitig über die aktuelle Wettersituation vor Ort. Mehr als 300 Kamerastandorte in europäischen Städten und Tourismuszentren sowie im alpinen und

Adria-Raum liefern Wetterpanoramabilder auf die heimischen Fernsehschirme. Die Panoramabilder werden von einer eigens entwickelten, um 360 Grad schwenkbaren und besonders robusten Kamera aufgenommen. Neben Wetterinformationen wie z.B. Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Windgeschwindigkeit, die von Sensoren erfasst werden, können zusätzliche Informationstexte (Web-Adresse, Veranstaltungshinweise, Buchungshotline, ...) sowie das Logo eingeblendet werden.

Die Übertragung der Bilder erfolgt über Richtfunk, Satellit oder zeitverzögert über Internet an die Partner-Sender. Allein in Österreich, Deutschland und der deutschsprachigen Schweiz erreicht das Panorama-TV einen Bekanntheitsgrad von 86%. Dies wurde bei einer Umfrage von einem Linzer Meinungsforschungsinstitut bestätigt.

Im Internet sind die Panoramabilder als Standbilder, Bewegtbilder (56 kbit bis 225 kbit pro Sekunde) und als Slideshows verfügbar und wurden in der Wintersaison 2003/2004 (Nov. 03 – März 04) über 33 Millionen mal abgerufen.

Weitere Produkte der „Was guckst du AG“:

Deskline, Infoterminals, Reisebüro, Eventsoftware, Onlinemarketing

1.2. Firmenprofil „Schneeballer Bergbahnen AG“

Die „Schneeballer Bergbahnen AG“ ist einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren der Region. Im Winter werden ca. 500 Arbeitnehmer beschäftigt. Etwa 200 Arbeitnehmer sind ganzjährig bei der „Schneeballer Bergbahnen AG“ tätig.

Statistik

- 168 km präparierte Abfahrten (= 690 ha präparierte Skifläche)
- 67 km leicht / blau (= 21 Abfahrten)
- 78 km mittelschwer / rot (=26 Abfahrten)
- 23 km schwer / schwarz (=13 Abfahrten)
- 8 km Skirouten (beschildert aber nicht präpariert)
- unzählige Varianten und "Off-Piste" Strecken
- 56 Seilbahnen und Lifte
- Beförderungskapazität: 86.800 Pers. pro Stunde
- 9 Seilbahnen
- 29 Sessellifte
- 15 Schlepplifte
- 3 Förderbänder
- 30 bestens ausgebildete Mitarbeiter des Pistenrettungsdienstes stehen ständig in Bereitschaft
- ein Team von 7 Infodamen steht den Gästen ständig mit Rat und Tat zur Verfügung.

Technische Beschneigung

- 84 km technisch beschneite Abfahrten
- 485 Schneeerzeuger
- 4 Speicherseen mit einem gesamten Fassungsvermögen von ca. 280.000 m³
- 41 Pistenraupen modernster Bauart sorgen für beste Pistenqualität

Firmierung:

Schneeballer Bergbahnen AG

Hauptplatz. 1a

A-6399 Schneeball

Telefon +43 (5399) 4444-0 Fax +43(5399) 4444-444

E-Mail: info@schneeballer-bergbahnen.at

Firmenbuchnummer: 98765 t

Firmenbuchgericht: Landesgericht Innsbruck

DVR-Nummer: 88893

Umsatzsteuer- Identifikationsnummer: ATU13245790

Kontonummer: 39.745.873 BLZ: 60.000 PSK

Kammerzugehörigkeit: Wirtschaftskammer Österreich

Anwendbare gewerbe- und berufsrechtliche Vorschriften

3S-Bahn



Willkommen zum Superlativ

Mit der spektakulärsten Dreiseil-Umlaufbahn der Welt toppt Schneeball ab Winter 2006 alles bisher Dagewesene!

Schneeball ist die Winterurlaubsdestination Nummer Eins für über eine Million Menschen pro Jahr. Jetzt ist die jahrzehntlang gehegte Vision, die beiden Skigebiete Schneeball und Sonnenland via Seilbahn miteinander zu verbinden, endlich Wirklichkeit:



Damit hat die Schneeballer Bergbahnen AG den Wintersportfans aus aller Welt eine neue Dimension der Skisafari ermöglicht.

Erst die jüngsten Entwicklungen in der Seilbahntechnik machten es möglich, das Tal in seiner gesamten Breite direkt zu überspannen. Das Besondere an der neuen Dreiseil-Umlaufbahn ist der gigantische Bodenabstand von bis zu 400 Metern sowie das enorme Spannfeld - von Stütze zu Stütze rund 2.500 Meter. Für den Bau der Bahn war außer den zwei Stationsgebäuden mit den vorgelagerten Stützen auf einer Gesamtlänge von etwa 3,7 Kilometern nur eine einzige Stütze notwendig. Bei diesem Jahrhundertvorhaben kommt unter anderem die neueste Technik aus dem Hause Doppelmayr, einem langjährigen Partner der Schneeballer Bergbahnen AG, zum Einsatz.

Die 24 Kabinen für bis zu 30 Personen werden dabei wie auf Schienen von zwei Tragseilen geführt und von einem Zugseil gezogen. Bis zu 4.200 Wintersportler können pro Stunde transportiert werden.

Tragseil	ø 54 mm	
Zugseil	ø 42 mm	
Kabinen	24 Kabinen	
Fahrgeschwindigkeit	7 m/s	
FBM-Abstand	472,5 (360) m	
Intervall	67,5 (51,4) sec	
Nennleistung	520 KW (Endausbau)	
Spitzenleistung	1370 KW (Endausbau)	
Höhe Talstation	1780 müM	
Höhe Bergstation	1917 müM	
Länge Horizontal	3610,15 m	
Länge Schräg	3641,81 m	
Fahrzeit	9 Minuten	
Fahrzeugkapazität	30 Pers. (24 Sitzplätze)	
Max. Höhe über Grund	400 m	
Längstes Spannfeld	2506,88 m	
Gesamte Förderleistung	4200 (3200) Pers./Std	



Die Schneeballer Bergbahnen AG wird geleitet von Dir. Ing. Johann Gadget.

1.3. Mitarbeiterprofil

Name: Vorname, Name des Schülers

Anschrift: Adresse des Schülers

Tel.: 0664 56 78 910

versichert bei: Tiroler Gebietskrankenkasse

Versicherungsnummer.: Geburtsdatum + 2131

MV-Beitragszahlung ab: 1. Mai 2003

DG-Kontonummer: 45 123

Beschäftigt seit: 1. Mai 2003

monatlicher Bruttobezug (exklusive Sonderzahlungen):

€ 1.450,-- (Was guckst du AG)

€ 1.700,-- (Schneeballer Bergbahnen AG)

Das Dienstverhältnis unterliegt dem Angestelltengesetz.

KU, Wohnbauförderung (WF), keine Sachbezüge

38,5 h Woche, durchschnittlich 5 Tage/Woche beschäftigt

kein Malus

2. Aufgabenstellung

Die „Schneeballer Bergbahnen AG“ verlangen von Ihrer Firma eine Werbesumme von € 500.000,-- für die Installation der „Was-guckst-du-Kameras“, schließlich ist Schneeball eines der bekanntesten Skigebiete weltweit und überlegt sich, wenn dieses Pilotprojekt Erfolg bringt, weitere Produkte von „Was guckst du?“ anzuschaffen. Für Ihre Firma ist dies natürlich eine große Chance, bei anderen Skigebieten und Rundfunkstationen bekannt zu werden.

Der Geschäftsführer hat den „Deal“ bereits fixiert und es wurde mit den Bergbahnen vereinbart, die Summe mit der Eröffnung der Bahn zu bezahlen, zeitgleich erfolgt auch die Präsentation der Kameras.

Um den Sachverhalt näher zu erläutern, haben Sie heute Morgen ein Meeting mit Ihrem Vorgesetzten. Dabei werden Sie beauftragt, einen Kredit in Höhe von € 500.000,-- bei Ihrer Hausbank (Volksbank Salzburg) aufzunehmen.

Dafür gilt es heute für Sie als engagierten Mitarbeiter, sich selbstverständlich optimal vorzubereiten. Sie sollen dazu Ihr Unternehmen mit Hilfe eines Quicktests unter Berücksichtigung der Auszüge aus dem Geschäftsbericht 2005 (siehe Bilanzangaben) analysieren und interpretieren.

Nachdem Sie nun gut vorbereitet sind, versuchen Sie kurz vor Geschäftsschluss noch Ihren Bankberater telefonisch zu erreichen. Leider befindet er sich noch in einem Meeting – seine Kollegin empfiehlt Ihnen aber ein E-Mail zu schreiben, indem Sie ihre Position ausführlich darlegen und um einen Termin bitten. (**Bankberater:** Name: Mag. Mathias Money, **E-Mail:** mathias.money@vbk.at)

1. Einheit:

Aktion	PB	A	Kurztext	Funktions-träger	Sozial-form	Medien	Zeit in min.
1	X		Einleitung in das Thema – kurze Besprechung des Falles – S hatten bis heute den Arbeitsauftrag, die beiden Firmenprofile durchzuarbeiten	Lehrer	Plenum	PP-Folien, Arbeitsunterlagen	10
2	X	X	Einteilung der Klasse durch den Lehrer in 5 Gruppen	Lehrer & Schüler	Plenum, anschließend: Gruppe		5
3	X	X	Arbeitsphase: Quicktest	Schüler	Gruppe	PC und Arbeitsunterlagen	25
4	X	X	Arbeitsphase: E-Mail	Schüler	Gruppe	PC	
5	X	X	Vergleich mit Musterlösung	Lehrer und Schüler	Plenum	PP-Folien, Handout	10

Erklärung:

- **PB** = Problembewusstsein schaffen
- **A** = Arbeitserfolg sichern

Rahmenbedingungen:

- EDV-Raum wird benötigt.

Am nächsten Morgen finden Sie ein E-Mail in Ihrem Posteingang. Ihr Bankberater hat geantwortet, der von Ihnen vorgeschlagene Termin geht in Ordnung.

Sie erscheinen am vereinbarten Tag pünktlich und diskutieren ausführlich Ihre Belange. Ihr Bankberater prüft zunächst die Kreditwürdigkeit des Unternehmens, stellt Ihnen anschließend verschiedene Kreditvarianten zur Verfügung und erstellt außerdem verschiedene Finanzierungsvarianten.

Wieder im Unternehmen angekommen, haben Sie sich für heute noch den Vergleich der einzelnen Kreditvarianten hinsichtlich Laufzeit, Verzinsung und Rückzahlungen vorgenommen. Sie müssen für den Leiter der Abteilung ein Paper verfassen, indem Sie die einzelnen Varianten interpretieren und die Ihrer Meinung nach beste Lösung vorstellen.

2. Einheit:

Aktion	PB	A	Kurztext	Funktions-träger	Sozial-form	Medien	Zeit in min.
1		X	Gang in Gruppen, Arbeitssituation herstellen	Lehrer und Schüler	Plenum		5
2	X	X	Arbeitsphase: Vergleich der Varianten, Paper in dem Meinung der Gruppe festgehalten wird	Schüler	Gruppe	Arbeitsunterlagen, PC	30
3		X	Beginn der Kurzpräsentation der Paper der Gruppen (3 Gruppen präsentieren)	Schüler	Plenum	PC	15

Erklärung:

- **PB** = Problembewusstsein schaffen
- **A** = Arbeitserfolg sichern

Rahmenbedingung:

- EDV-Raum wird benötigt.

Nachdem sich die Chefetage aufgrund Ihres Papers noch einmal beraten hat, werden Sie zwei Tage später von Ihrem Vorgesetzten damit beauftragt sämtliche Kreditformulare (siehe Formulare) auszufüllen und Ihrem Bankberater zu übergeben.

3. Einheit:

Aktion	PB	A	Kurztext	Funktions-träger	Sozial-form	Medien	Zeit in min.
1		X	Gang in Gruppen, Arbeitssituation herstellen	Lehrer und Schüler	Plenum		5
2	X	X	Die restlichen 2 Gruppen präsentieren ihre Paper	Schüler	Plenum	PC	10
3		X	Vergleich mit der Musterlösung	Lehrer	Gruppen	PC, Handout	10
4	X	X	Arbeitsphase: Formulare ausfüllen	Schüler	Gruppen	Arbeitsunterlagen	15
5		X	Vergleich mit der Musterlösung	Lehrer	Gruppen	OH-Folie	10

Erklärung:

- **PB** = Problembewusstsein schaffen
- **A** = Arbeitserfolg sichern

Rahmenbedingung:

- EDV-Raum wird benötigt.

Alles hat wunderbar funktioniert und auch Frau Holle hat ihren Teil dazu beigetragen, dass die Bahn planmäßig zum Saisonopening in Betrieb genommen werden kann. Als Belohnung für Ihre ausgezeichnete Arbeit erhalten Sie von der Geschäftsführung den Auftrag, die neuen Kameras in Schneeball zu präsentieren.

Um die Präsentation vorzubereiten, bleibt Ihnen nicht mehr viel Zeit, deshalb steht dieser Punkt heute ganz oben auf Ihrer „To do Liste“: Sie wollen ein Marketingkonzept, das auf die neu installierten Kameras der 3-S-Bahn in Schneeball zugeschnitten ist, erstellen und anschließend auf eine PowerPoint-Präsentation übertragen, die Sie dann am Eröffnungstag vorstellen können.

4. Einheit:

Aktion	PB	A	Kurztext	Funktions-träger	Sozial-form	Medien	Zeit in min.
1		X	Gang in Gruppen, Arbeitssituation herstellen	Lehrer und Schüler	Plenum		5
2	X	X	Arbeitsphase: Marketingkonzept und PP-Präsentation	Schüler	Gruppen	Arbeitsmaterial, PC	35
3		X	Vergleich mit der Musterlösung Marketingkonzept	Lehrer	Plenum	PC	10

Erklärung:

- **PB** = Problembewusstsein schaffen
- **A** = Arbeitserfolg sichern

Rahmenbedingung:

- EDV-Raum wird benötigt.

Durch Ihre Tätigkeit für die Firma „Was guckst du AG“ und durch Ihre hervorragende Präsentation wird die „Schneeballer Bergbahnen AG“ auf Sie aufmerksam und unterbreitet Ihnen ein tolles Jobangebot.

Sie bemerken, dass bei Ihrer derzeitigen Firma die Aufstiegschancen ausgeschöpft sind, da die Führungspositionen bereits von Mitarbeitern in Ihrem Alter besetzt sind. Daher entscheiden Sie sich, den Job in der Finanzabteilung der „Schneeballer Bergbahnen AG“ anzunehmen.

Dazu bedarf es aber erst einmal einer Sozialversicherungsabmeldung aufgrund Ihres Verlassens der „Was guckst du AG“ und einer Sozialversicherungsanmeldung durch Ihre neue Firma.

Bereits Ihr erster Auftrag in der neuen Firma hat mit der Ihnen bereits bestens bekannten 3-S-Bahn zu tun, denn Ihr Vorgänger stand bereits mit der Leasing-Gesellschaft VBK Leasing in Verbindung, um für die von den „Schneeballer Bergbahnen AG“ gebaute 3-S-Bahn einen Sale-and-Lease-Back-Vertrag auszuhandeln.

Heute Morgen wurden Sie damit beauftragt, diesen Vertrag unter Dach und Fach zu bringen. Nachdem die verschiedenen Sale-and-Lease-Back-Möglichkeiten bereits vorliegen, müssen Sie bis zum Ende des Tages nur mehr die Varianten hinsichtlich Leasingrate, Restwert, Laufzeit, etc. vergleichen und Ihre Meinung hinsichtlich der besten Variante in einem Paper an den Chef festhalten.

Anschaffungswert der 3-S-Bahn: 4,6 Mio €

Das EGT der Schneeballer Bergbahnen AG betrug im Geschäftsjahr 2004/2005 450.000,-- €, auch in diesem Jahr wird mit einem erheblichen Gewinn gerechnet. Somit ist das Unternehmen für alle Entwicklung gewappnet.

	<u>Variante 1</u>	<u>Variante 2</u>
Kündigungsfrist:	3 Monate	6 Monate
monatliche Rate:	46.000,-- €	23.000,-- €
Laufzeit:	5 Jahre	10 Jahre
Verzinsung:	3-Monats-EURIBOR	3-Monats-EURIBOR
Depotzahlung:	2 Monatsraten	3 Monatsraten
unkündbar bis:	mindestens 1 Jahr Laufzeit	mindestens 1 Jahr Laufzeit
Vergebührung:	0,2 % des AW	0,2 % des AW

5. Einheit:

Aktion	PB	A	Kurztext	Funktions-träger	Sozial-form	Medien	Zeit in min.
1		X	Gang in Gruppen, Arbeitssituation herstellen	Lehrer und Schüler	Plenum		4
2	X	X	SV An- und Abmeldung	Schüler	Gruppe	Arbeitsunterlage	15
3		X	Musterlösung SV	Lehrer	Plenum	Handout	1
2	X	X	Arbeitsphase: Vergleich der Varianten, Paper in dem Meinung der Gruppe festgehalten wird	Schüler	Gruppe	Arbeitsunterlagen, PC	30

Erklärung:

- **PB = Problembewusstsein schaffen**
- **A = Arbeitserfolg sichern**

Rahmenbedingung:

- EDV-Raum wird benötigt.

Am nächsten Tag bekommen Sie die Rückmeldung, dass Sie hervorragende Arbeit geleistet haben: Ihr Vorschlag wird akzeptiert. Bestens gelaunt können Sie nun das Ausfüllen der entsprechenden Leasing-Formulare in Kraft nehmen.

3 Tage später steht fest: Auch der Sale-and-Lease-back-Vertrag ist gelungen, der Direktor der „Schneeballer Bergbahnen AG“ gibt Ihnen als Dank die Chance, das Schigebiet kennen zu lernen. Sie nutzen den freien Nachmittag sofort und testen Ihre neuen Ski bzw. Ihr neues Snowboard im Schigebiet Schneeball aus.

6. Einheit:

Aktion	PB	A	Kurztext	Funktions-träger	Sozial-form	Medien	Zeit in min.
1		X	Gang in Gruppen, Arbeitssituation herstellen	Lehrer und Schüler	Plenum		5
2	X	X	Präsentation einiger Paper	Schüler	Plenum	PC	10
3		X	Vergleich mit der Musterlösung	Lehrer	Gruppen	PC	10
4	X	X	Arbeitsphase: Formulare ausfüllen	Schüler	Gruppen	Arbeitsunterlagen	15
5		X	Vergleich mit der Musterlösung	Lehrer	Gruppen	OH-Folie	10

Erklärung:

- **PB** = Problembewusstsein schaffen
- **A** = Arbeitserfolg sichern

Rahmenbedingung:

- EDV-Raum wird benötigt.

3. Didaktisches Konzept

3.1. Eingangsvoraussetzungen

3.1.1. Wissensstand

- Maturavorbereitung – dh: S haben guten Überblick über alle Jahrgänge der HAK
- Arbeiten im Team und alleine
- Kommunikationsfähigkeit
- fähig sich eine eigene Meinung zu bilden
- kann sich erforderliche Informationen beschaffen
- Fähigkeit zum unternehmerischen Denken und Handeln
- vernetztes Denken
- Verwendung des PC (MS Office + Internetrecherche)
- Fachausdrücke sind bekannt

3.1.2. soziales Umfeld

- Verwendung einer gepflegten Umgangssprache
- Großteil der Interessen liegen beim Sport, Ausgehen, Wochenende, Freizeit
- Umgang miteinander recht kultiviert

3.1.3. Alter

- 5. Klasse HAK: normalerweise zwischen 18 und 20

3.1.4. Klassengröße

- Wir gehen davon aus, dass in unserer Klasse 20 bis 25 Schüler sind.

3.1.5. Motivation

- Grundinteresse muss vorhanden sein – befinden sich nicht mehr in der Pflichtschule
- wollen kreativ arbeiten
- Motivation sollte eigentlich enorm hoch sein – wollen Matura schaffen, arbeiten gerne handlungsorientiert an praktischen Beispielen

3.2. Lehrziele (sollen am Ende der Fallstudie erreicht sein)

3.2.1. Niveau 1

- Instrumente, Methoden, Bereiche und Phasen der Kapitel kennen und reproduzieren können (auch mit Hilfe des MS Office)

3.2.2. Niveau 2

- Verständnis und Wissen über den Ablauf der einzelnen Phasen im Betrieb
- Kosten und Risiken sollen analysiert werden können, Vergleiche angestellt
- erkennen, dass Unternehmen ständig auf das Marktgeschehen reagieren und es gleichzeitig selbst beeinflussen wollen (Internet-Marketing, gesellschaftlicher Strukturwandel, Internationalisierung)
- Schüler soll Informationen beschaffen und interpretieren können
- Problemstellungen lösen können
- Internetrecherche
- strategische Vorteile des Internet kennen

3.2.3. Niveau 3

- innerbetriebliche Zusammenhänge und betriebswirtschaftliche Entscheidungen verstehen
- betriebswirtschaftliche Probleme erkennen, analysieren und lösen
- das Spannungsfeld zwischen nationalem, internationalem Markt und den verschiedenen Interessensgruppen verstehen
- Es soll gezeigt werden, wie zusätzlich zur Bedürfnisbefriedigung die Werthaltungen und Einstellungen des Verbrauchers manipuliert werden.
- S soll in der Lage sein, Marketing-Mix für ein Produkt zu erstellen
- Interesse soll bestehen bleiben oder überhaupt geweckt werden
- Stärkung der sozialen Kompetenz durch Teamarbeit
- die Schüler lernen, dass man innovationsfähig sein muss
- die Schüler lernen, dass man sich mit Technologien auseinandersetzen muss
- Verbesserung der Rhetorik durch die Präsentationen

4. Bilanzangaben

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

(mit Gegenüberstellung der Zahlen des vergleichbaren
Zeitraumes des Jahres 2004/05 in Tausend Euro)
nach IFRS

	Anhangs- angabe	2005/06 TEuro	2004/05 TEuro
Umsatzerlöse	25	16.695,2	15.183,2
Aktivierete Eigenleistungen	26	349,3	374,6
Sonstige betriebliche Erträge	27	406,5	1.297,6
Betriebsleistung		17.451,0	16.855,4
Waren- und Materialeinsatz und Aufwand für bezogene Leistungen	28	-5.568,2	-4.844,1
Personalaufwand	29	-5.310,4	-5.282,3
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen		-1.700,8	-1.620,4
Abschreibungen auf Umlaufvermögen		-340,0	-754,1
Abschreibungen auf Firmenwerte		0,0	0,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	30	-3.985,4	-4.128,0
Gesamtaufwand		-16.904,8	-16.628,9
Operatives Ergebnis (EBIT)		546,2	226,5
Erträge und Aufwendungen in Verbindung mit assoziierten Unternehmen		0,0	66,5
Abschreibungen auf Firmenwerte von assoziierten Unternehmen		0,0	0,0
Zinsen und ähnliche Aufwendungen und Erträge		140,2	99,9
Finanzergebnis		140,2	166,4
Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT)		686,4	392,9
Ertragssteuern	9	-69,7	19,8
Anteil von Fremdgesellschaftern am Jahresergebnis		-40,8	0,0
Jahresergebnis		575,9	412,7
Jahresergebnis pro Aktie am Periodenende		0,09	0,06
EBITDA		2.587,0	2.601,0

Konzernbilanz zum 30. April 2006

(mit Gegenüberstellung der Zahlen zum 30. April
2005 in Tausend Euro) nach IFRS

	Anhangs- angabe	30.4.2006 TEuro	30.4.2005 TEuro
AKTIVA			
Langfristiges Vermögen			
Immaterielle Vermögensgegenstände und Firmenwerte	6	384,2	185,0
Sachanlagen	7	4.168,9	4.420,1
Anteile an assoziierten Unternehmen	8	0,0	102,2
Finanzanlagen	8	441,9	402,3
		4.995,0	5.109,6
Latente Steuern	9	426,8	412,1
Langfristige Forderungen		0,0	0,0
Kurzfristiges Vermögen und Rechnungsabgrenzungen			
Vorräte	10	560,0	546,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	11	2.108,0	2.626,9
Forderungen gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	12	0,0	33,9
Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände	13	235,7	587,5
Flüssige Mittel	14	8.463,1	7.778,4
Aktive Rechnungsabgrenzungen	15	326,6	338,5
		11.693,4	11.911,6
		17.115,2	17.433,3

	Anhangs- angabe	30.4.2006 TEuro	30.4.2005 TEuro
PASSIVA			
Eigenkapital			
Eigenkapital	16		
Grundkapital		6.517,1	6.517,1
Konzernrücklagen		4.154,8	4.162,1
Ausgleichsposten für Anteile von Fremdgesellschaftern	17	78,3	2,1
Bilanzgewinn / Bilanzverlust		991,5	902,1
		11.741,7	11.583,4
Langfristige Verbindlichkeiten			
Rückstellungen für Abfertigungen	18	445,6	563,7
Langfristige sonstige Rückstellungen	19	129,3	113,5
Langfristige sonstige Verbindlichkeiten		0,0	0,0
		574,9	677,2
Latente Steuern			
		0,0	0,0
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungen			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		0,0	0,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	20	579,2	933,0
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht		0,0	0,0
Steuerrückstellungen	21	31,5	50,0
Kurzfristige sonstige Rückstellungen	22	1.340,2	1.379,6
Kurzfristige sonstige Verbindlichkeiten	23	584,1	565,4
Passive Rechnungsabgrenzungen	24	2.263,6	2.244,7
		4.798,6	5.172,7
		17.115,2	17.433,3

5. Anhang

5.1. Musterlösung Quicktest

Quicktest			
Kennzahl	Formel	Ergebnis	Note
Eigenkapitalquote	$EK \cdot 100 / GK$	68,60%	1
Entschuldungsdauer	Nettoverschuldung/Cashflow	-1,65	1
Cashflow in Prozent des Umsatzes	$Cashflow \cdot 100 / Umsatz$	19,78%	1
Gesamtkapitalrentabilität	$(EGT + FK\text{-Zinsen}) \cdot 100 / GK$	4,01%	4
		Summe	7
		Gesamtnote	1,75

Nettoverschuldung = FK - Zahlungsmittel

Cashflow nach Praktikermethode

Auswertung

Eigentlich weist nur die Gesamtkapitalrentabilität ein schlechtes Ergebnis auf.

Um auf die genauen Ursachen zu kommen müsste man zB die Umsatzrentabilität, die Vermögensumschlagshäufigkeit, das Debitorenziel in Tagen, die Lagerdauer oder die Fremdkapitalzinsen in Prozent des Umsatzes überprüfen.

Um die GK-Rentabilität zu verbessern könnte man Outsourcing betreiben oder das Mahnwesen verbessern.

Die „Was guckst du AG“ ist ein Dienstleistungsbetrieb, also werden Maßnahmen, wie zB Lagensenkungsmaßnahmen einleiten, nicht wirklich fruchten.

5.2. Musterlösung E-Mail

Sehr geehrter Herr Mag. Money,

ich habe Sie heute Nachmittag telefonisch leider nicht erreicht. Die AG wird in Kürze eine Neuinvestition tätigen und ich wurde mit der dazu benötigten Aufnahme eines Kredites in Höhe von € 500.000,-- beauftragt.

Hätten Sie diesbezüglich übermorgen Vormittag noch einen Termin frei?

Mit freundlichen Grüßen,

Vorname, Name

Was guckst du AG, Finanzabteilung

5.3. Musterlösung Kreditauswahl

Es bietet sich der Kredit mit den 60 monatlichen Pauschalraten und der Verzinsung von 4,8750 % an. Eine Monatsrückzahlung ist laut derzeitiger Bilanz ohne Probleme möglich (Kassa, Bank haben durchaus Reserven), daher ist auch die kürzeste Laufzeit die beste.

5.4. Musterlösung Marketingkonzept

Die neuen Kameras sollen in erster Linie dazu dienen, den Bekanntheitsgrad der „Was guckst du AG“ zu verbessern, und zeigen, welche hohe Qualität das Panorama TV der Firma hat.

Ein Marketingkonzept soll den Zielmarkt und die **4 Ps** (Product, Price, Place, Promotion) beinhalten:

Zielmarkt:

Skigebiete weltweit, die sich via TV vermarkten möchten
aber natürlich auch im Sommer als Berg- und Wander-Panorama-TV

Wenn das Pilotprojekt gut läuft, könnte man als erstes Sekundärforschung betreiben und die bekannten Daten auswerten, um Verbesserungen anzustreben. Danach muss eine Primärforschung stattfinden (Befragung online auf unserer Homepage und via E-Mail)

Product:

Die Konsumenten sollen das Produkt folgendermaßen sehen:

Eigenschaften: dauerhaft, zuverlässig, trendig, ...

Preis: für diese neue Technik preiswert, aber exklusiv

Nutzen: Prestige, weltweite Vermarktung

Die „Was guckst du AG“ bietet zusätzlich Wartung, Service, Garantie, Einschulungen und berät die Kunden natürlich gerne bezüglich der Handhabung der Kameras.

Wir werden die Tiefe des Produktionsprogramms je nach Gondel und Skigebiet anpassen, wenn es sich finanziell lohnt.

Price:

Läuft alles gut befinden wir uns zumindest bis die Konkurrenz aufgeholt hat in einem Verkäufermarkt und können den Preis selbst beeinflussen. Wir denken auch, dass es sich in unserem Fall um eine elastische Nachfrage handeln wird und teilweise wird auch ein Snob-Effekt oder ein Mitläufer-Effekt auftreten, weil die prestigeträchtigen Bergregionen in Sachen 3-S-Bahn nachziehen werden.

Wir werden die Preise sowohl zeitlich als auch regional differenzieren und zusätzlich eine nachfrageorientierte Preispolitik betreiben.

Place:

Wir wählen einen direkten Absatzweg und verkaufen dann dezentralisiert über unsere Nebenstandorte. Wir transportieren und montieren selbst und halten unser Lager just in time.

Promotion:

Hier handelt es sich um eine Einführungswerbung, die alle Bergregionen weltweit ansprechen soll. So wollen wir unseren Marktanteil stetig halten oder ausbauen. Unser Werbeobjekt sind die neuen Kameras und unser Panorama TV. Wir werben in Zusammenarbeit mit der Region Schneeball und es soll gezeigt werden, dass wir ein einzigartiges Produkt haben und so jede Region bestens vermarkten können.

Werben werden wir dadurch, dass erstens unser Firmenlogo auf allen Kameras ist, zweitens online via E-Mails und auf unserer Homepage, drittens via Panorama TV und in ausgesuchten Tourismuszmagazinen. Verstärkt werben werden wir in Tourismus-Hochsaisons.

Unser Werbebudget wird natürlich auf die Werbeziele abgestellt, aber wir verwenden auch die Umsatzanteil-Methode.

Unsere außerökonomischen Werbeziele werden mittels Interviewuntersuchungen gemessen.

6. Formulare

6.1. Kreditformulare (3 Varianten)

6.2. SV-Abmeldung Leerform

**6.3. Musterlösung SV-Abmeldung
(inklusive Hinweise für die Ausfertigung)**

6.4. SV-Anmeldung Leerform

**6.5. Musterlösung SV-Anmeldung
(inklusive Hinweise für die Ausfertigung)**

6.6. Vertragsformular Leasing Leerform

6.7. Vertragsformular Leasing Musterlösung