



Markus Bauder, Thomas Paaß, Christian Seifritz

Holzer Stofftelegramme – Wirtschaftsgymnasium

Volks- und Betriebswirtschaftslehre mit wirtschaftlichem
Rechnungswesen

Baden-Württemberg

13. Auflage

Die in diesem Produkt gemachten Angaben zu Unternehmen (Namen, Internet- und E-Mail-Adressen, Handelsregistereintragen, Bankverbindungen, Steuer-, Telefon- und Faxnummern und alle weiteren Angaben) sind i. d. R. fiktiv, d. h., sie stehen in keinem Zusammenhang mit einem real existierenden Unternehmen in der dargestellten oder einer ähnlichen Form. Dies gilt auch für alle Kunden, Lieferanten und sonstigen Geschäftspartner der Unternehmen wie z. B. Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen und andere Dienstleistungsunternehmen. Ausschließlich zum Zwecke der Authentizität werden die Namen real existierender Unternehmen und z. B. im Fall von Kreditinstituten auch deren IBANs und BICs verwendet.

Zusatzmaterialien zu „Holzer Stofftelegramme – Wirtschaftsgymnasium, Volks- und Betriebswirtschaftslehre mit wirtschaftlichem Rechnungswesen“

Für Lehrerinnen und Lehrer

Lösungen zum Schulbuch: 978-3-427-15167-8
Lösungen zum Schulbuch Download: 978-3-427-15172-2



BiBox Einzellizenz für Lehrer/-innen (Dauerlizenz)
BiBox Klassenlizenz Premium für Lehrer/-innen und bis zu 35 Schüler/-innen (1 Schuljahr)
BiBox Kollegiumslizenz für Lehrer/-innen (Dauerlizenz)
BiBox Kollegiumslizenz für Lehrer/-innen (1 Schuljahr)

Für Schülerinnen und Schüler



BiBox Einzellizenz für Schüler/-innen (1 Schuljahr)
BiBox Einzellizenz für Schüler/-innen (4 Schuljahr)
BiBox Klassensatz PrintPlus (1 Schuljahr)

© 2024 Westermann Berufliche Bildung GmbH, Ettore-Bugatti-Straße 6-14, 51149 Köln
www.westermann.de

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen bzw. vertraglich zugestandenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Nähere Informationen zur vertraglich gestatteten Anzahl von Kopien finden Sie auf www.schulbuchkopie.de.

Für Verweise (Links) auf Internet-Adressen gilt folgender Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt dieser externen Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie daher auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Inhalte treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail davon in Kenntnis zu setzen, damit beim Nachdruck der Verweis gelöscht wird.

Druck und Bindung: Westermann Druck GmbH, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig

ISBN 978-3-427-15127-2

Vorwort

Liebe Schüler/-innen und Lehrer/-innen,

das vorliegende Buch gewährleistet ein **systematisches Fitnessstraining** für Unterricht + Klassenarbeit + **Abitur**.

Ein großer Vorteil: Nach Behandlung eines Themenkomplexes entfällt das aufwendige Heraussuchen der zugehörigen Abituraufgaben. Die Stoffinhalte und i.d.R. deren Reihenfolge entsprechen dem **neuen Bildungsplan für Baden-Württemberg**. Alle Kapitel sind einheitlich aufgebaut und bestehen überwiegend aus den folgenden Modulen:

Stofftelegramm	Abiturwissen in Kurzform
Aufgaben	typische Fragen zum Abiturstoff (Grundwissen)
Abituraufgaben	Kapitelzugehörige Abituraufgaben (themensortiert), i.d.R. der letzten zehn Jahre, sofern noch lehrplankonform. Die Abiturprüfungen der drei Vorjahre befinden sich komplett am Ende des Buches.

Verfasser und Verlag wünschen Ihnen viel Erfolg beim Lernen, in der Klassenarbeit und vor allem beim Abitur. Wir freuen uns, wenn das vorliegende Buch für Sie eine entscheidende Hilfe darstellt.

Viel Spaß und Glück beim Abi!

Hinweise für das schriftliche Abitur:		
BWL: Aufgaben: Sie wählen aus drei vorgelegten Aufgaben zwei aus.		Gesamtbewertungseinheiten: 120 BE
Punkte: je Aufgabe 40 Bewertungseinheiten (BE) = insgesamt 80 BE		
VWL: Aufgaben: Sie wählen aus drei vorgelegten Aufgaben zwei aus.		Gesamtarbeitszeit: 300 Minuten
Punkte: je Aufgabe 20 BE = insgesamt 40 BE		

Inhaltsverzeichnis

Betriebswirtschaftslehre Jahrgangsstufe 12 und 13

1	Beschaffung	11
1.1	Grundlagen	11
1.1.1	Beschaffungsobjekte	11
1.1.2	Gewinnbeitrag des Einkaufs/der Beschaffung	11
1.1.3	Beschaffungsziele	12
1.1.4	Sourcing-Strategien	13
1.1.5	Cross Docking	14
1.2	Beschaffungsplanung	15
1.2.1	Mengenplanung	16
1.2.1.1	ABC-Analyse	16
1.2.1.2	XYZ-Analyse	17
1.2.1.3	Optimale Bestellmenge	19
1.2.2	Zeitplanung	21
1.2.3	Aufgaben zu Kapitel 1.2	23
1.3	Lager	25
1.3.1	Funktionen – Aufgaben der Lagerhaltung	25
1.3.2	Lagerarten – Lagertechnik – Lagerorganisation	25
1.3.3	Lagerkosten – Lagerkennzahlen	27
1.3.3.1	Lagerkosten	27
1.3.3.2	Lagerkennzahlen	28
1.3.4	Aufgaben zu Kapitel 1.3	29
2	Internes Rechnungswesen	32
2.1	KLR I: Kostenanalyse	32
2.1.1	Grundlagen	32
2.1.2	Abituraufgaben	38
2.2	KLR II: Abgrenzungsrechnung	41
2.2.1	Aufgaben des betrieblichen Rechnungswesens und Grundbegriffe	41
2.2.2	Kalkulatorische Kosten	43
2.2.3	Ergebnistabelle	45
2.2.4	Abituraufgaben	46
2.3	KLR III: Kostenstellenrechnung (Vollkostenrechnung)	48
2.3.1	Kostenstellenrechnung und Gesamtkalkulation	48
2.3.2	Die Gemeinkostenproblematik der traditionellen Vollkostenrechnung	51
2.3.3	Maschinenstundensatzrechnung	54
2.4	KLR IV: Kostenträgerstückrechnung mit Normalkosten und Istkosten	58
2.4.1	Normalkosten und Istkosten	58
2.4.2	Kostenträgerstückrechnung	63
2.4.3	Abituraufgaben zu den Kapiteln 2.3 und 2.4	65
2.5	KLR V: Deckungsbeitragsrechnung (Teilkostenrechnung)	73

2.5.1	Grundlagen und Betriebsergebnisermittlung	73
2.5.2	Entscheidungshilfe bei Produktionsentscheidungen	75
2.5.3	Vorteile der Deckungsbeitragsrechnung zur Zuschlagskalkulation	80
2.5.4	Abituraufgaben	80
3	Absatzmarketing	86
3.1	Einführung	86
3.1.1	Aufgaben und Ziele des Marketings – Verkäufer – Käufermarkt	86
3.1.2	Marktsegmentierung	88
3.1.2.1	Maßnahmen zur Schaffung von strategischen Wettbewerbsvorteilen gegenüber der Konkurrenz	88
3.1.2.2	Komparativer Konkurrenzvorteil (KKV)	89
3.1.3	Arten der Marktforschung – Marktkennzahlen	90
3.1.4	Lebenszyklusmodell – Portfolioanalyse	94
3.1.4.1	Lebenszyklusmodell	94
3.1.4.2	Marktwachstums-/Marktanteils-Portfolio	96
3.1.5	Aufgaben zu Kapitel 3.1	101
3.2	Produktpolitik	104
3.2.1	Sortimentspolitik – Produktionsprogramm	104
3.2.2	Produktnahe Dienstleistungen	106
3.3	Preispolitik	107
3.3.1	Kostenorientierte Preispolitik	107
3.3.2	Nachfrageorientierte Preispolitik	109
3.3.3	Konkurrenzorientierte Preispolitik	110
3.3.4	Preisstrategien	111
3.3.5	Aufgabe zu Kapitel 3.3	112
3.4	Distributionspolitik	114
3.4.1	Direkte und indirekte Absatzwege	114
3.4.2	Außendienst und Handelsvertretung	115
3.4.3	Distribution und Logistik im E-Commerce	116
3.4.4	Aufgaben zu Kapitel 3.4	118
3.5	Instrumente der Kommunikationspolitik	119
3.5.1	Grundlagen	119
3.5.2	Werbeplan	120
3.5.3	Public Relations, Sponsoring, Sales Promotion (Verkaufsförderung)	122
3.5.4	Aktuelle Kommunikationswege im Rahmen der Kommunikationspolitik	123
3.5.5	Grenzen der Werbung	124
3.5.6	Marketingmaßnahmen bewerten	126
3.5.6.1	Werbeerfolgskontrolle	126
3.5.6.2	Auswirkungen der Marketingmaßnahmen auf die Gesellschaft	128
3.6	Kapitelübergreifende Aufgaben	129
4	Investitionsentscheidungen	135
4.1	Arten von Sachinvestitionen unterscheiden	135
4.2	Statische Investitionsrechnung anwenden	136
4.3	Dynamische Investitionsrechnung anwenden	137

4.3.1	Kapitalwert einer Investition ermitteln	138
4.3.2	Differenzinvestitionsrechnung bei unterschiedlichen Anschaffungskosten durchführen	140
4.4	Aufgaben zu Kapitel 4	142
4.5	Abituraufgaben	143
5	Rechtsformunabhängige Finanzierungsentscheidungen	148
5.1	Darlehen	148
5.1.1	Inhalte des Darlehensvertrages	149
5.1.2	Darlehensarten	150
5.1.3	Tilgungspläne verschiedener Darlehensarten vergleichen	155
5.1.4	Effektivzinssatz beim Festdarlehen ermitteln	157
5.1.5	Aufgaben zu Kapitel 5.1	157
5.2	Leasing	159
5.2.1	Leasingarten kennen	159
5.2.2	Barwertvergleich Leasing und Darlehensfinanzierung durchführen	162
5.3	Finanzierungswirkung von Abschreibungen und Rückstellungen	165
5.3.1	Finanzierung aus Abschreibungsgegenwerten	165
5.3.2	Finanzierung aus langfristigen Rückstellungen	170
5.4	Abituraufgaben	171
5.5	Tabelle mit Auf-, Abzinsungs- und Annuitätenfaktoren	178
6	Aktiengesellschaft mit rechtsformabhängiger Finanzierung	179
6.1	Aktiengesellschaft	179
6.1.1	Merkmale einer Aktiengesellschaft – Firmierung	179
6.1.2	Gründung und Entstehung	180
6.1.3	Aktienarten	181
6.1.4	Organe der Aktiengesellschaft	183
6.1.5	Rechte und Pflichten der Aktionäre	188
6.1.6	Abituraufgaben	188
6.2	Offene Selbstfinanzierung (Gewinnverwendung der AG)	193
6.2.1	Eigenkapitalgliederung (-positionen)	195
6.2.2	Gewinnverwendung durchführen unter Berücksichtigung verschiedener Unternehmenssituationen	196
6.2.3	Interessen der Aktionäre, Gläubiger und Unternehmensleitung erläutern	198
6.2.4	Aufgaben zu Kapitel 6.2	199
6.3	Kapitalerhöhung bei der AG	204
6.3.1	Ordentliche Kapitalerhöhung	205
6.3.2	Genehmigte Kapitalerhöhung	207
6.3.3	Emissionsverfahren (z. B. Bookbuilding)	209
6.3.4	Veränderung der Bilanzpositionen	211
6.3.5	Zweck und Wert des Bezugsrechts	212
6.3.6	Aufgaben zu Kapitel 6.3	216
6.4	Abituraufgaben	219

7	Jahresabschluss der Aktiengesellschaft	223
7.1	Bestandteile des Jahresabschlusses	223
7.2	Bewertung nach Handelsrecht	225
7.2.1	Bewertungsprinzipien	225
7.2.2	Die vier abiturrelevanten Bewertungsfälle	237
7.2.3	Auswirkungen der Wahlrechte der Bewertung auf Bilanz und GUV	240
7.2.4	Abituraufgaben	244
7.3	Auswertung Jahresabschluss: Bilanz- und Ergebniskennzahlen	249
7.3.1	Grundlagen	249
7.3.2	Abituraufgaben	253
8	Automatisierung und Digitalisierung im Unternehmen	257
8.1	Auswirkungen der Digitalisierung beurteilen	257
8.1.1	Datenmanagementsysteme	257
8.1.2	Datenaustausch mit externen Beteiligten am Unternehmen darstellen	259
8.1.3	Datenschutz, Sicherheit und -management darstellen	260
8.1.3.1	Datenschutzvorgaben beachten	260
8.1.3.2	Vorgaben der Datensicherheit beachten	261
8.1.3.3	Datenmanagement darstellen	262
8.1.4	Aufgaben zu Kapitel 8.1.3	263
8.2	Elektronische Instrumente zur Kundengewinnung und -betreuung auswählen ..	263
8.2.1	Kundenmanagementsysteme darstellen	263
8.2.2	Digitale Vertriebskanäle kennen	264
8.2.3	Aufgaben zu Kapitel 8.2	265
8.3	Sicherheitsrisiken bei der Nutzung elektronischer Medien darstellen	265
8.4	Vor- und Nachteile der Digitalisierung kennen	266
9	Unternehmensführung	268
9.1	Regelkreislauf und Anspruchsgruppen	268
9.2	Führungstechniken und ökonomische Theorien	274
9.2.1	Führungstechniken	274
9.2.2	Ökonomische Theorien	275
9.2.2.1	Property-Rights-Ansatz	275
9.2.2.2	Principal-Agent-Ansatz	276
9.2.2.3	Transaktionskostenansatz der Führung	278
9.3	Führungsstile und Mitarbeitermotivation	279
9.3.1	Führungsstile	279
9.3.2	Einfluss der Psychologie auf die Mitarbeitermotivation	280
9.4	Aufgaben zu Kapitel 9	283

Volkswirtschaftslehre Jahrgangsstufe 12 und 13

10	Verhalten der Marktteilnehmer unter Wettbewerbsbedingungen.	285
10.1	Nachfrage	285
10.2	Angebot	292
11	Preisbildung auf verschiedenen Arten von Märkten.	299
11.1	Übersicht über Arten von Märkten	299
11.2	Polypol – vollkommener Markt	301
11.3	Markteingriffe des Staates im Polypol auf dem vollkommenen Markt	306
11.4	Angebotsmonopol	312
11.5	Polypol – unvollkommener Markt	318
11.6	Angebotsoligopol	321
11.7	Abituraufgaben zu den Kapiteln 10 und 11	325
12	Ziele der Wirtschaftspolitik und Konjunktur.	341
12.1	Ziele und Zielkonflikte der Wirtschaftspolitik erklären	341
12.2	Konjunktur	345
12.2.1	Idealtypischer Konjunkturverlauf	345
12.2.2	Konjunkturindikatoren	347
12.2.3	Aufgaben zu Kapitel 12.2	348
12.3	Abituraufgaben	350
13	Preisniveaustabilität und Geldpolitik.	352
13.1	Europäische Währungsunion (EWU)	352
13.2	Das Europäische System der Zentralbanken (ESZB) – Europäische Zentralbank (EZB)	353
13.3	Bedeutung der Geldmenge für das Preisniveau	356
13.4	Geldschöpfung	358
13.4.1	Geldschöpfung der Zentralbank (EZB)	358
13.4.2	Geldschöpfung einer einzelnen Geschäftsbank	359
13.5	Verbraucherpreisindex – Warenkorb – Wägungsschema	361
13.6	Kaufkraft und Preisniveau	362
13.7	Inflationswirkungen – Nominallohn – Reallohn – Deflation	364
13.7.1	Ursachen von Inflation (Preisniveausteigerungen)	364
13.7.2	Auswirkungen von Inflation	364
13.7.3	Inflation und Deflation (Geldwertschwankungen)	366
13.8	Aufgaben zu den Kapiteln 13.1–13.7	367
13.9	Abituraufgaben zu den Kapiteln 13.1–13.7	369
13.10	Geldpolitische Instrumente der EZB	372
13.10.1	Offenmarktgeschäfte der EZB	372
13.10.2	Ständige Fazilitäten	378
13.10.3	Mindestreservpolitik der EZB	379
13.10.4	Übersichten: Instrumente der EZB	380
13.10.5	Probleme und Grenzen der Geldpolitik	382
13.10.6	Aufgaben zu Kapitel 13.10	384
13.11	Abituraufgaben	387

14	Wirtschaftspolitische Konzeptionen zur Konjunkturstabilisierung und Wachstumsförderung	394
14.1	Konjunkturpolitik (allgemein)	394
14.2	Nachfrageorientierte Wirtschaftspolitik	396
14.3	Angebotsorientierte Wachstumspolitik	397
14.4	Aufgaben zu Kapitel 14	398
14.5	Abituraufgaben	399
15	Beschäftigungs- und Arbeitsmarktpolitik	400
15.1	Lage auf dem Arbeitsmarkt analysieren	400
15.1.1	Die Arbeitslosenquote	400
15.1.2	Arten, Ursachen, Bekämpfung und Probleme der Arbeitslosigkeit	401
15.2	Instrumente der Beschäftigungs- und Arbeitsmarktpolitik	402
15.3	Aufgaben zu Kapitel 15	403
15.4	Abituraufgaben	404
16	Umweltschutz und nachhaltige Entwicklung	407
16.1	Ursachen und Ausmaß von Umweltproblemen	407
16.2	Nachhaltige Entwicklung	411
16.3	Abituraufgaben	418
17	Verteilungspolitik	419
17.1	Einkommensverteilung erläutern	419
17.2	Verteilungspolitische Maßnahmen des Staates beurteilen	421
17.3	Aufgaben zu Kapitel 17	424
17.4	Abituraufgaben	424
18	Außenwirtschaft	426
18.1	Bedeutung des Außenhandels – Zahlungsbilanz	426
18.2	Außenhandelspolitik	429
18.3	Abituraufgaben	433
19	„Formelsammlung“	435
20	Abituraufgaben 2022	443
21	Abituraufgaben 2023	454
22	Abituraufgaben 2024	467
	Bildquellenverzeichnis	484

Betriebswirtschaftslehre Jahrgangsstufe 12 und 13

1 Beschaffung

Stofftelegramm

- Versorgung des Unternehmens mit Beschaffungsobjekten, zur Erfüllung des Betriebszwecks
- Optimierung des Beschaffungsprozesses

1.1 Grundlagen

1.1.1 Beschaffungsobjekte

Stofftelegramm

Die Beschaffungsobjekte hängen von der Art des Unternehmens und dessen Leistungen ab:

- Industrie
- Handel
- Dienstleistung
- Handwerk
- Mischunternehmen

Beschaffungsobjekte¹:

- Betriebsmittel – für die Betriebsbereitschaft (Gebäude, Grundstücke, Maschinen, Werkzeuge usw.)
- Materialien – für den Zweck
 - **Rohstoffe:** Hauptbestandteil des Produktes; **Beispiel:** Holz bei Schrankproduktion
 - **Hilfsstoffe:** Nebenbestandteile des Produkts; **Beispiel:** Leim bei Möbelproduktion
 - **Betriebsstoffe:** nicht Produktbestandteil; **Beispiele:** Strom, Benzin, Schmiermittel
 - **Fremdbauteile:** unveränderte Produktbestandteile; **Beispiele:** Schlösser, Beschläge
 - **Handelsware:** verkaufsfähige Produkte, die nicht selber hergestellt werden; **Beispiele:** Möbelpolitur, Fahrradkörbe, Fahrradhelme
 - **Halb- und Fertigerzeugnisse:** selbst hergestellte bzw. eingekaufte Produkte; **Beispiele:** Schrank, Drehkranz-Stuhl
- Dienstleistungen – für die Erfüllung des Zwecks

1.1.2 Gewinnbeitrag des Einkaufs/der Beschaffung

Stofftelegramm

Dem Einkauf eines Unternehmens gelingt es durch geschickte Verhandlungen, den Bezugspreis zu senken. Der Bezugspreis wird um 200,00 EUR zum Vormonat gesenkt. Alle anderen Zahlen bleiben gleich. Welche Auswirkung hat die Bezugspreisänderung?

¹ Beschaffungsobjekte sind z. B. Mitarbeiter – deren Beschaffung ist Aufgabe der „Personalabteilung“.

	Monat 01	Monat 02
Umsatzerlöse	12.000,00 EUR	12.000,00 EUR
– Bezugspreis	6.000,00 EUR	5.800,00 EUR
– Kosten im Unternehmen	5.000,00 EUR	5.000,00 EUR
= Gewinn	1.000,00 EUR	1.000,00 EUR
Bezugspreisveränderung		-3,33 %
Gewinnerhöhung		20,00 %
Bezugspreis sinkt um:	-3,33 %	
Folge: Gewinnerhöhung um	20,00 %	

$$= \frac{(6.000,00 - 5.800,00)}{6.000,00} \cdot 100 : -3,33 \%$$

$$= \frac{(1.000,00 - 1.200,00)}{1.000,00} \cdot 100 : -20,00 \%$$

Allgemein gilt:

- Im Einkauf liegt der Gewinn.
- Beschaffungsprozess optimieren bzw. günstiger einkaufen = Gewinn steigt

1.1.3 Beschaffungsziele

Stofftelegamm

Wirtschaftlich	Sozial	Ökologisch
<ul style="list-style-type: none"> • bedarfsgerechte Versorgung • Sicherung der Produktions- und Lieferbereitschaft • Die/der „richtige(n)“ Güter, Menge, Qualität, Zeit, Ort, Preis • Kostensenkung <ul style="list-style-type: none"> – Beschaffung – Lager – Fehlmengen • Beschaffungsflexibilität 	<ul style="list-style-type: none"> • faire Löhne • faire Arbeitsbedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Abfallvermeidung • Ressourceneffizienz • Recycling • Nachhaltigkeit • Klimaschutzziele

Schnittstellen und Zielkonflikte

Absatzplan → Produktionsplan → Materialplanung
Absatzprozesse → Produktionsprozesse → Beschaffungsprozesse

- Schnittstellen zu **Absatzprozessen:** Infos aus dem Absatzbereich (Absatzpläne) bestimmen letztlich (über den Produktionsplan) den Materialbedarf.
- Schnittstellen zu **Produktionsprozessen:** Produktionsplan = Basis für Materialbedarfsermittlung

<ul style="list-style-type: none"> • Schnittstellen zu Finanzprozessen: • Zielkonflikte zwischen Absatz-, Produktions-, und Finanzierungsbereich möglich, z. B.: <ul style="list-style-type: none"> – Vorstellung Produktionsbereich: – Vorstellung Finanzierungsbereich: – Vorstellung Absatzbereich: – Beschaffungsflexibilität: – Vermeidung von Fehlmengenkosten: 	Finanzierung der Materialbeschaffung + Lagerhaltung stetige Produktionsbereitschaft Beschaffungs- und Lagerhaltungskosten minimieren; geringe Lagerbestände (Lagerkosten ↓, Kapitalbindung ↓) stetige Lieferbereitschaft jederzeit ausreichend Material zum Produzieren und Ware zum Verkauf Produktionsstillstand – Lieferengpässe an Kunden
---	--

Zielkonflikt wirtschaftliche Ziele mit sozialen und ökologischen Zielen:

- Mögliche Argumentationsfolge:
 faire Löhne und/oder Einhaltung ökologischer Standards → höhere Kosten → weniger Gewinn → höhere Preise wie die Konkurrenz → Verlust von Marktanteilen → Gefährdung des Überlebens des Unternehmens
- Alternative Argumentationsfolge:
 faire Löhne → höhere Kosten → Es gelingt, diesen Zusatznutzen dem Käufer zu vermitteln (Marketing) → Dieser ist bereit, trotz höherem Preis zu kaufen. → Umsatz bleibt gleich/steigt → Gewinne/Marktanteile steigen bzw. das Überleben des Unternehmens ist gesichert

1.1.4 Sourcing-Strategien

Stofftelegamm

Beschaffungsstrategien abhängig von ...		
... der Anzahl der Lieferanten		
Single Sourcing	ein Lieferant	
	Vorteile	Nachteile
	<ul style="list-style-type: none"> • einfacher/sicherer Bestellprozess (Routine) • Rabatte • niedrige Transportkosten • geringer organisatorischer Aufwand (Rahmenverträge) • Risiko Bestellfehler gering • enge Bindung 	<ul style="list-style-type: none"> • Abhängigkeit • Risiko bei Produktionsausfall Lieferer • kein Wettbewerb (evtl. höherer Preis) • sinkende Innovationsbereitschaft • geringe Flexibilität bei Bedarfsschwankungen

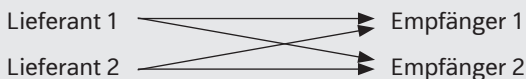
Beschaffungsstrategien abhängig von ...	
... der Anzahl der Lieferanten	
Double/Dual Sourcing	zwei Lieferanten
	Vorteile
	<ul style="list-style-type: none"> • ähnlich s. o. • Rabatte, Transportkosten • steigen
Multiple/Multi-Sourcing	viele Lieferanten
	Vorteile
	<ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerb unter den Lieferanten = günstige Einkaufspreise • Minimierung von Abhängigkeiten
... der räumlichen Zuordnung	
Local Sourcing	Beschaffungsquellen in geografischer Nähe zum Unternehmen
Global Sourcing	weltweite Suche nach Beschaffungsquellen
... Art der Zusammenarbeit	
Modular Sourcing	<p>Module (Baugruppen) werden fertig geliefert/verbaut. Lieferanten liefern Teile und Komponenten (alle Teile, die für die Produktion eines Autositzes benötigt werden).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Systemlieferant (Baugruppe, Modul; z. B. Autositz) • Hersteller (z. B. Auto)
System-Sourcing	<ul style="list-style-type: none"> • intensive Zusammenarbeit Lieferer – Hersteller • Weiterentwicklung des Modular Sourcing (Bereiche Forschung und Entwicklung)

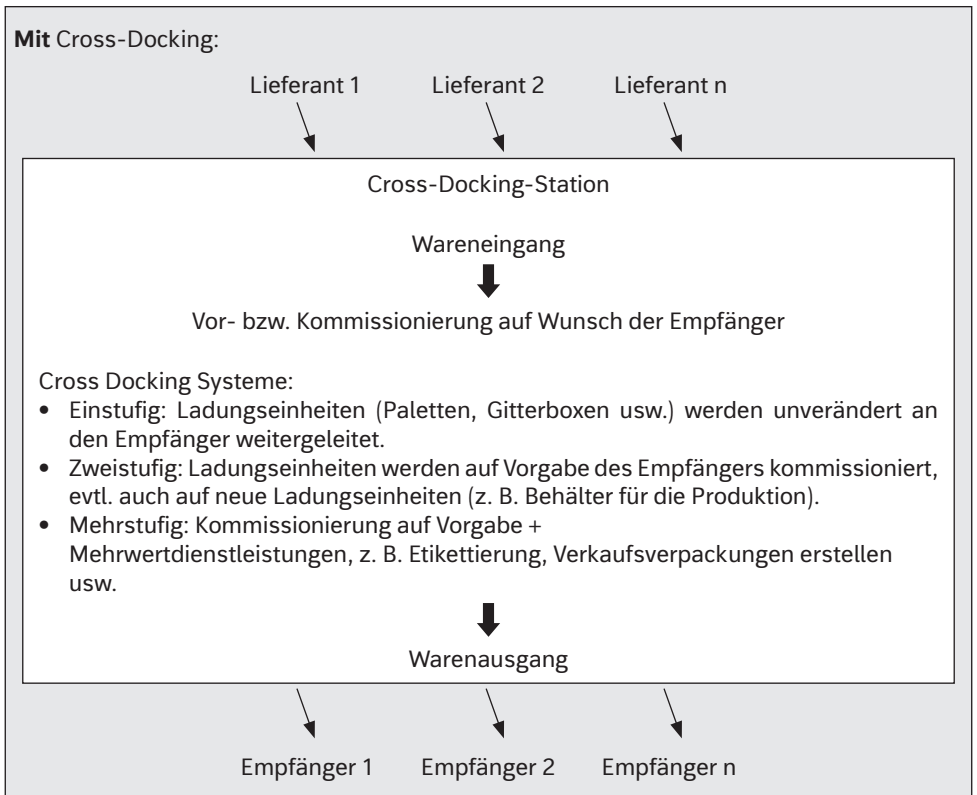
1.1.5 Cross Docking

Stofftelegramm

= Warenumschlagsart, bei der Güter des Senders (Lieferanten) über ein Logistikzentrum (Cross-Docking-Station) auf Wunsch des Empfängers (Kunden) zusammengestellt (vor- bzw. kommissioniert) werden

Ohne Cross-Docking – Jeder Lieferant liefert an jeden Empfänger:





Vorteile Cross-Docking:

- Verlagerung der Lagerlogistik auf den Dienstleister
- Flexibilität steigt
- Durchlaufzeiten sinken
- Kosten sinken

Nachteile Cross-Docking:

- Lieferkettenprobleme = Produktionsausfälle und/oder Lieferengpässe
- Störungen im synchronen Daten- und Informationsfluss = Produktionsausfälle und/oder Lieferengpässe

1.2 Beschaffungsplanung

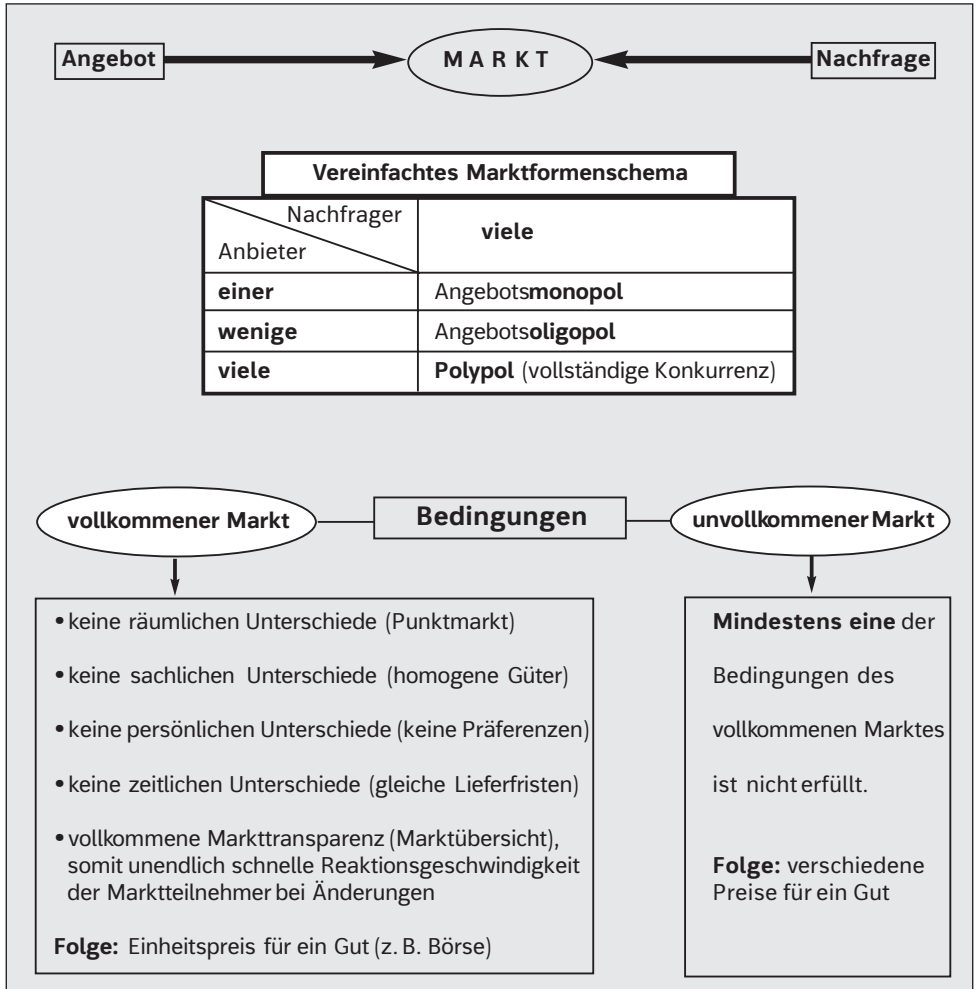
Stofftelegramm

= Mengen- und Zeitplanung sind abhängig vom Absatz- und Produktionsplan.

11 Preisbildung auf verschiedenen Arten von Märkten

11.1 Übersicht über Arten von Märkten

Stofftelegramm



Übersicht über für den einzelnen Anbieter beeinflussbare und nicht beeinflussbare Größen

	Polypol	Monopol	Oligopol
Aktionsparameter: können vom einzelnen Anbieter beeinflusst/ festgelegt werden	Menge	Preis oder Menge	Preis oder Menge
Reaktionsparameter: vorgegeben und dabei zu beachten	gegebener Marktpreis, Produktionskosten	Nachfrageelastizität, Produktionskosten	Konkurrenzverhalten, Nachfrageelastizität, Produktionskosten

Aufgaben (Grundwissen)

1. a) Was ist ein Markt?
b) Welche Hauptfunktion (Hauptaufgabe) hat der Markt?
2. Erklären Sie kurz die Begriffe a) Polypol, b) Oligopol, c) Monopol.
3. Zeitungsnotiz: „Zunehmende Konzentration in der Wirtschaft.“ Erklären Sie den Sachverhalt.
4. Nennen Sie je ein typisches Beispiel: a) Angebotsmonopol, b) Angebotsoligopol, c) Polypol.
5. Nennen Sie die Bedingungen des vollkommenen Marktes.
6. Wann liegt ein unvollkommener Markt vor?
7. Welche Folge hat das Vorliegen eines vollkommenen Marktes für die Preise? Begründung.
8. Erklären Sie kurz folgende Begriffe:
 - a) Homogenität der Güter
 - b) transparenter Markt
 - c) Punktmarkt
 - d) Präferenzen
9. Ein unvollkommener Markt unterscheidet sich vom vollkommenen Markt lediglich durch das Fehlen der Markttransparenz. Wie wird sich dieser Markt im Zeitverlauf entwickeln?
10. Der vollkommene Markt ist ein seltener Ausnahmefall. Warum wird er dennoch in der Volkswirtschaftslehre intensiv analysiert?
11. Welcher Markt kommt in der Wirklichkeit dem vollkommenen Markt am nächsten?

12. Werden die Güter auf einem vollkommenen oder unvollkommenen Markt angeboten?
Begründung.
- a) Käse (Käsebörsen Kempten) d) Äpfel auf dem Wochenmarkt
b) Benzin an Tankstellen e) Wertpapiere an der Frankfurter Wertpapierbörse
c) Wein in einem Weinlokal
13. Welche Bedingungen des vollkommenen Marktes sind in folgenden Fällen nicht erfüllt?
- a) Sepp Herzlieb kauft für seine Freundin Frieda Flitter die Pralinschachtel „Rotes Herz“.
b) Die Lahm GmbH liefert Draht innerhalb von acht Wochen, die Flott & Co. innerhalb von 14 Tagen.
c) Franz Dusel bietet seine Bratwürste an einem Würschtstand in der belebten Fußgängerzone von Stuttgart an, während Mizzi Dämel ihre Würstchen in einer Nebengasse am Stadtrand feilbietet.
d) Ignazius Wild trinkt regelmäßig sein Bier in der Gastwirtschaft „Rote Rose“, um mit der hübschen Bedienung Lollo ins Gespräch zu kommen.
14. Warum ist die Wertpapierbörse ein (nahezu) vollkommener Markt?
15. Welche der folgenden Aussagen sind richtig?
- a) Bei Fehlen von persönlichen, räumlichen, sachlichen und zeitlichen Unterschieden liegt ein vollkommener Markt vor.
b) Bei unvollkommener Markttransparenz liegt ein temporär unvollkommener Markt vor.
c) Ein vollkommener Markt liegt nur vor, wenn alle fünf Bedingungen gleichzeitig erfüllt sind.
d) Ein unvollkommener Markt liegt nur vor, wenn alle Bedingungen des vollkommenen Marktes nicht erfüllt sind.
e) Bei Vorliegen eines Punktmarktes ist stets ein vollkommener Markt gegeben.
f) Beim vollkommenen Markt sind die Preise der Anbieter gleich.
g) Vollkommene Märkte gibt es in der Realität nur annäherungsweise.

11.2 Polypol – vollkommener Markt

Stofftelegramm

Ermittlung von Gesamtnachfrage und Gesamtangebot (Bsp. Börse)			
Kaufaufträge:	Abold	10 Stück zu	20,00 EUR höchstens
	Beiler	5 Stück zu	25,00 EUR höchstens
	Christ	13 Stück zu	30,00 EUR höchstens
	Damm	6 Stück zu	35,00 EUR höchstens
Verkaufsaufträge:	Erl	7 Stück zu	20,00 EUR mindestens
	Frick	7 Stück zu	25,00 EUR mindestens
	Galle	5 Stück zu	30,00 EUR mindestens
	Hotz	15 Stück zu	35,00 EUR mindestens

Preis (in Euro)	Nachfrage	Angebot
20,00	A, B, C, D 34	E 7
25,00	B, C, D 24	E, F 14
30,00 Gleichgewichtspreis	C, D 19	E, F, G 19
35,00	D 6	E, F, G, H 34

sinkt mit
steigendem
Preis

steigt mit
steigendem
Preis

Rechnerische Ermittlung des Marktgleichgewichts durch Gleichsetzungsverfahren

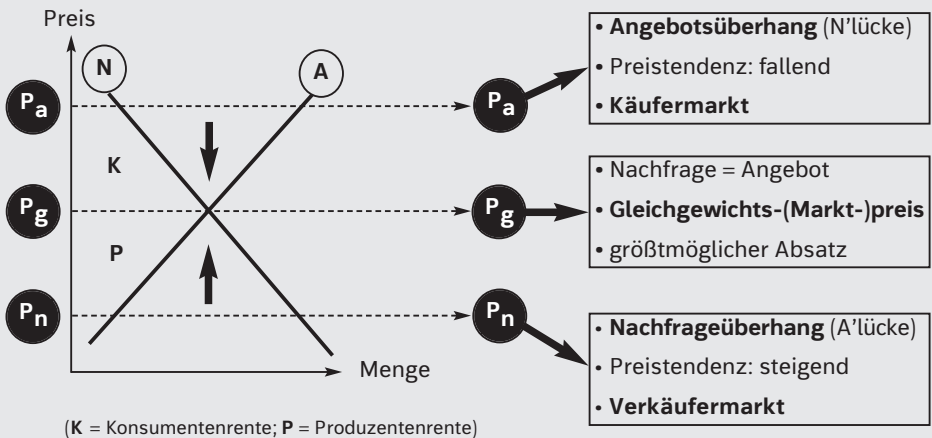
Beispiel: Nachfrage $x = 50 - 0,5 P$
 Angebot $x = 1,5 P - 30$

Gleichsetzen: $50 - 0,5 P = 1,5 P - 30$

Und nach P auflösen: $P_G = 40,00$

In A oder N einsetzen und nach x auflösen: $x_G = 30$ Stück

Preisbildungsmodell

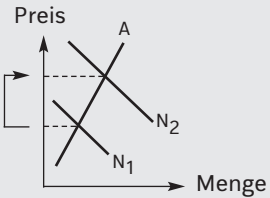


Verhalten des Polypolisten:

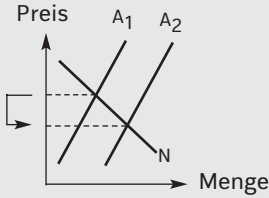
- keine Preispolitik möglich; Gleichgewichtspreis gilt für alle! Preis = „Datum“ (für alle Marktteilnehmer vorgegeben)
- Zum festen Gleichgewichtspreis wird die Menge angeboten, bei der er sein Gewinnmaximum erzielt (bei linearem Kostenverlauf an der Kapazitätsgrenze).

Der Preismechanismus

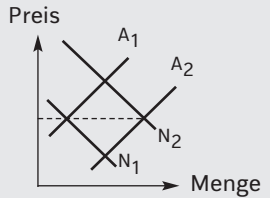
Nachfrage steigt



Angebot steigt



A + N steigen im gleichen Umfang.



Funktionen (= Aufgaben) des Preises

Ausgleichsfunktion

- Ausgleich von Angebot und Nachfrage
- Der Preis „räumt den Markt“.

Signalfunktion

- Preissteigerungen signalisieren:
Das Gut ist relativ knapper geworden (weniger Angebot bei gleicher Nachfrage oder mehr Nachfrage bei gleichem Angebot).
- Preissenkungen signalisieren:
Das Gut ist relativ weniger knapp geworden (mehr Angebot bei gleicher Nachfrage oder weniger Nachfrage bei gleichem Angebot).

Lenkungsfunktion

→ Der Preis lenkt die Produktionsfaktoren in Bereiche mit hohen Preisen, also hohen Gewinnen.

Erziehungsfunktion

- Der Gleichgewichtspreis zwingt die Anbieter zur Kostensenkung.
- Die Nachfrager suchen preisgünstigste Einkaufsmöglichkeiten.

Aufgaben (Grundwissen)

1. Ermitteln Sie rechnerisch das Marktgleichgewicht, wenn gilt:

$$N(x) = 1.200 - 10 P$$

$$A(x) = 90 P - 50$$

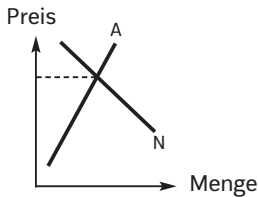
2. Erklären Sie anhand einer Skizze und verbal folgende Marktsituationen:
a) Angebotsüberhang, b) Nachfrageüberhang.
3. Erklären und begründen Sie die Begriffe a) Käufermarkt, b) Verkäufermarkt.
4. Zeigen Sie anhand einer Skizze, warum beim Gleichgewichtspreis der höchstmögliche Absatz erzielt wird.
5. Folgende Daten bezüglich eines Gutes sind gegeben:

Preis (in Euro)	10,00	12,00	14,00	16,00	18,00	20,00	22,00
Nachfrage (in Stück)	40	35	30	25	20	15	10
Angebot (in Stück)	16	19	22	25	28	31	34

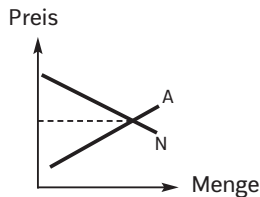
- a) Wie viel Euro beträgt der Gleichgewichtspreis? Begründung.
- b) Nennen Sie möglichst viele Begriffe für die Marktsituation bei Preisen von 10,00 EUR, 16,00 EUR und 20,00 EUR.
- c) Skizzieren Sie die Preisbildung in einem Koordinatensystem.
- d) Wie viel Euro Umsatz werden beim Marktpreis erzielt?
- e) Wie hoch wäre der Umsatz bei Preisen von 10,00, 12,00, 20,00 und 22,00 EUR?
6. Erklären Sie anhand einer Skizze sowie verbal die Begriffe „Konsumentenrente“ (Nachfragerrente) und „Produzentenrente“ (Anbieterrente).
7. Erklären Sie, warum sich beim vollkommenen Polypol ein Gleichgewichtspreis bildet.
8. Kommen beim Gleichgewichtspreis alle Anbieter und Nachfrager zum Zuge? Begründung.
9. Erklären Sie die Preis- und Mengepolitik eines Polypolisten auf dem vollkommenen Markt.
10. Erklären Sie folgende Aussage: „Der Gleichgewichtspreis räumt den Markt.“
11. Welche Marktlage ist optimal für a) Käufer, b) Verkäufer, c) Gesamtwirtschaft?
12. Welche Marktpreiswirkungen haben folgende Marktänderungen?
a) Nachfrageerhöhung c) Nachfragesenkung
b) Angebotssenkung d) Angebotserhöhung

13. Zeigen Sie jeweils anhand einer Skizze, wie sich der Gleichgewichtspreis in folgenden Fällen ändert.
- a) Einkommenssteigerungen
 - b) Rekordernote
 - c) zunehmender Pessimismus bei Anbietern
 - d) Einkommenssenkungen
 - e) Erwartung stark steigender Konsumgüterpreise
 - f) steigende Rohstoffkosten
 - g) Nachfrageerhöhung ist größer als die Angebots-erhöhung
 - h) Angebots-erhöhung ist größer als die Nachfrageerhöhung
 - i) Einkommens- und Kostensenkungen
14. Wie ändert sich der Gleichgewichtspreis, wenn die Einkommen und die Anbieterzahl gleichzeitig ansteigen? Begründung.
15. Begründen Sie verbal und anhand einer Skizze folgende Aussage: „Der Preis ist gestiegen, obwohl im Vergleich zum Vorjahr das Angebot erheblich zugenommen hat.“
16. Welchen Einfluss haben hohe Lohn- und Einkommensteuerverhöhungen auf die Preis-Mengen-Verhältnisse des Preisbildungsmodells?
17. Erklären Sie die Funktionen (= Aufgaben) des Preises.
18. Nachfrage- und Angebotsituation für Holz- und Kunststofffenster einer genormten Größe:

Holzfenster



Kunststofffenster



- a) Welche Güterart liegt vor?
- b) Immer mehr Nachfrager steigen aufgrund der relativ preisgünstigen Kunststofffenster auf diese Produktart um. Erklären Sie verbal und skizzenhaft die veränderten Marktsituationen.
- c) Erklären Sie anhand dieses Beispiels die Preisfunktionen.

19. Warum wird der Polypolist (vollkommener Markt) als „Mengenanpasser“ bezeichnet?
20. Vergleichen Sie eine Wertpapierbörse und den Automarkt in Deutschland nach drei Merkmalen, die einen Markt kennzeichnen können.
21. Auf einem vollkommenen Markt mit polypolistischer Konkurrenz und normalem Verlauf der Angebots- und Nachfragekurve kommt ein Preis von 15,00 EUR zustande.

Die Unternehmen U 1 und U 2 gehören zu den Anbietern. U 1 hat jedoch eine günstigere Kostenstruktur als U 2.

Die Nachfrager N 1 und N 2 fragen bei diesem Preis die Ware nach. N 1 misst dem Gut einen höheren Wert bei als N 2, der gerade noch bereit ist, 15,00 EUR zu bezahlen.

- a) Warum kommt trotz dieser Unterschiede ein einheitlicher Marktpreis zustande?
- b) Bezeichnen und erklären Sie die unterschiedliche Situation der Anbieter und Nachfrager.

22 Abituraufgaben 2024

Aufgabe 1: Vollkostenrechnung in Form der Zuschlagskalkulation (Kostenstellenrechnung, BAB, Kostenträgerstückrechnung, Maschinenstundensatzrechnung); Kosten- und Erlösfunktionen; Deckungsbeitragsrechnung

Die Fensterbau Claus Müller GmbH mit Sitz in Biberach produziert seit drei Generationen Fenster für alle Arten von Gebäuden. Schon seit Jahren hat sich die Geschäftsführung aus Gründen des Klimaschutzes dazu entschieden, alle Fenstertypen energetisch zu optimieren. Dies hat sich im Zuge der Energieverteuerung auch als wirtschaftlich sehr erfolgreiche Strategie herausgestellt.

Wachstumsraten von jährlich 20 % haben zuletzt größere Investitionen notwendig gemacht. Die damit verbundene Veränderung der Kostenstruktur soll in der künftigen Kalkulation Berücksichtigung finden.

1. Die Geschäftsleitung möchte zunächst den Betriebsabrechnungsbogen (BAB) für 2023 erstellen, um die bisher verwendeten Normalgemeinkostenzuschläge zu überprüfen und die Preiskalkulation gegebenenfalls an die veränderte Situation anzupassen.
 - 1.1 Ermitteln Sie die Gemeinkostensummen des Betriebsabrechnungsbogens und berücksichtigen Sie dazu folgende Angaben:
 - Die Versicherungen sollen im selben Verhältnis verteilt werden wie die kalkulatorischen Abschreibungen.
 - Die Raumkosten richten sich nach den genutzten Flächen der Kostenstellen.
 - Für die sonstigen Gemeinkosten gilt der angegebene Verteilungsschlüssel.**(Anlagen 1 und 2)**
 - 1.2 Die Claus Müller GmbH möchte ihre bisher verwendeten Normalgemeinkostenzuschläge überprüfen.

Ermitteln Sie anhand der Daten aus **Anlage 3** im Rahmen einer Gesamtkalkulation die Kostenabweichungen in den einzelnen Kostenstellen.
 - 1.3 Beurteilen Sie die Bestandsveränderung bei den Fertigerzeugnissen im Geschäftsjahr 2023. Berücksichtigen Sie dabei die Unternehmensentwicklung der GmbH in den letzten Jahren.
 - 1.4 Die Geschäftsführung möchte die bisher verwendeten Gemeinkostenzuschläge bei der Preiskalkulation für das zweite Halbjahr 2024 grundsätzlich beibehalten. Allerdings plant man für die Kostenstelle Fertigung die Verwendung von Maschinenstundensätzen beim Einsatz einer CNC-Fräse und Pressmaschine. Der Restfertigungsgemeinkostenzuschlagssatz würde dann 170 % betragen.
 - Ermitteln Sie den Listenverkaufspreis für die Doppelterrasse für T210 nach der Einführung der Maschinenstundensätze. Verwenden Sie hierfür die **Anlagen 4 und 5**.
 - Die Doppelterrasse für T210 wurde vor Einführung der Maschinenstundensatzrechnung zu einem Listenverkaufspreis von 1.500,00 EUR angeboten. Beurteilen Sie die Veränderung des Listenverkaufspreises unter dem Aspekt der Wettbewerbsfähigkeit des Produktes.

2. Im Zweigwerk Laupheim wird ein Gewächshaus in einer Standardgröße produziert. Abnehmer sind hauptsächlich private Haushalte mit einem eigenen Gemüsegarten. Der Verkaufspreis beträgt seit einigen Jahren unverändert 3.480,00 EUR. Auch die variablen Stückkosten und die jährlichen Fixkosten haben sich seit 2021 nicht verändert.

Für die Geschäftsjahre 2022 und 2023 liegen die folgenden Daten vor:

Jahr	Gesamtkosten	Stückzahl
2022	1.692.000,00 EUR	600
2023	1.872.000,00 EUR	720

- 2.1 Ermitteln Sie die Gewinnschwelle im Zweigwerk Laupheim.
- 2.2 Die Geschäftsleitung ist mit der Entwicklung der Stückgewinne der letzten beiden Jahre durchaus zufrieden und plant daher aktuell keine Preiserhöhungen.

Ermitteln Sie die Stückgewinne für die Jahre 2022 und 2023 und begründen Sie die Veränderung.

3. Im Zweigwerk Ochsenhausen werden ausschließlich Dachflächenfenster in Normgröße produziert, die aber aufgrund der jeweiligen Dämmkonzepte einen unterschiedlichen Produktionsaufwand verursachen.

In der Fertigung wird im Zweigwerk Ochsenhausen mit einem Stundenlohn von 40,00 EUR kalkuliert. Die monatlichen Fixkosten betragen 830.000,00 EUR.

Für die einzelnen Modelle liegen die Daten gemäß der **Anlage 6** vor.

- 3.1 Da bei dem Modell DF 2 eine staatliche Förderung möglich ist, wurde von der Geschäftsleitung ein höherer Preis angesetzt. Mittlerweile stellt der Vertrieb aber fest, dass der Wettbewerbsdruck bei diesem Modell sehr hoch ist, sodass über eine deutliche Preissenkung nachgedacht wird.

Berechnen Sie für das Modell DF 2 die maximal mögliche Preissenkung, bei der das Zweigwerk Ochsenhausen nicht in die Verlustzone gerät. Gehen Sie davon aus, dass alle anderen Daten unverändert bleiben.

- 3.2 Nach interner Diskussion beschließt die Geschäftsführung, den Preis beim Modell DF 2 nicht zu senken. Allerdings kommt es im März 2024 zu einem Ausfall einer Produktionsmaschine, sodass nur noch eine monatliche Fertigungszeit von 3.800 Stunden möglich ist.

Ermitteln Sie das Betriebsergebnis, das im Monat März 2024 im Zweigwerk Ochsenhausen maximal erzielt werden kann.

Anlage 1

	Material	Fertigung	Verwaltung	Vertrieb
Flächen in m ²	600	2.950	250	400
Verteilungsschlüssel für die sonstigen Gemeinkosten	1	18	4	9

Anlage 2

Gemeinkostenarten	Summe in Euro	Kostenstellen			
		Material in Euro	Fertigung in Euro	Verwaltung in Euro	Vertrieb in Euro
Hilfs- und Betriebsstoffe	348.000,00	35.000,00	250.000,00	15.000,00	48.000,00
Gehälter	2.591.000,00	88.000,00	1.450.000,00	488.000,00	565.000,00
Energiekosten	268.000,00	8.000,00	224.000,00	12.000,00	24.000,00
Versicherungen	72.000,00				
Raumkosten	504.000,00				
kalk. Abschreibungen	900.000,00	75.000,00	700.000,00	25.000,00	100.000,00
sonstige Gemeinkosten	1.344.000,00				
Gemeinkostensumme	6.027.000,00				

Anlage 3: Normalgemeinkostenzuschlässe 2023

MGKZ	14 %
FGKZ	260 %
VWGKZ	10 %
VtGKZ	15 %

Fertigungsmaterial	2.400.000,00 EUR
Fertigungslöhne	1.400.000,00 EUR
Sondereinzelkosten des Vertriebs	28.000,00 EUR
Bestand an Fertigerzeugnissen 31.12.2022	925.000,00 EUR
Bestand an Fertigerzeugnissen 31.12.2023	999.000,00 EUR

Hinweis: Zuschlagsgrundlage für den Verwaltungsgemeinkostenzuschlagssatz sind die Herstellkosten der Produktion, für den Vertriebsgemeinkostenzuschlagssatz die Herstellkosten des Umsatzes.

Anlage 4**CNC-Fräse:**

Laufzeit der Maschine pro Jahr	850 Stunden
Wiederbeschaffungskosten	750.000,00 EUR
Abschreibungsverfahren	linear
tatsächliche Nutzungsdauer	6 Jahre
kalkulatorische Zinsen pro Jahr	30.000,00 EUR

Bildquellenverzeichnis

integra Software Services PVT Ltd, Pondicherry: 479.1, 481.1.

Lernkarten Verlag, Wandlitz: 18.1.

Lottermoser, Elisabeth, Gütersloh: 428.1.

OKS Group, Delhi: 20.1, 21.1, 28.1, 30.1, 33.1, 36.1, 36.2, 41.1, 42.1, 43.1, 45.1, 52.1, 52.2, 73.1, 74.1, 76.1, 90.1, 91.1, 97.1, 99.1, 102.1, 104.1, 105.1, 106.1, 106.2, 107.1, 110.1, 111.1, 114.1, 116.1, 124.1, 126.1, 135.1, 150.1, 151.1, 152.2, 153.1, 167.1, 180.1, 183.1, 193.1, 194.2, 196.1, 196.2, 204.1, 223.1, 224.1, 225.1, 226.1, 227.1, 229.1, 230.1, 231.1, 232.1, 241.1, 249.1, 250.1, 251.1, 271.1, 272.1, 273.1, 286.1, 287.1, 289.1, 291.1, 291.2, 291.3, 293.1, 294.1, 295.1, 297.1, 297.2, 299.1, 303.2, 303.3, 305.1, 306.1, 307.1, 308.1, 308.2, 308.3, 308.4, 310.1, 313.1, 321.1, 322.1, 327.1, 341.1, 342.1, 343.1, 345.1, 346.1, 347.1, 353.1, 355.1, 356.1, 358.1, 359.1, 359.2, 360.1, 360.2, 364.1, 366.1, 367.1, 372.1, 372.2, 373.1, 374.1, 375.1, 376.1, 378.1, 380.1, 381.1, 383.1, 396.1, 397.1, 400.1, 408.1, 409.1, 410.1, 411.1, 413.1, 414.1, 415.1, 424.1, 435.1, 437.1, 437.2, 438.1, 439.1.

Picture-Alliance GmbH, Frankfurt a.M.: dpa-infografik 351.1, 405.1.

stock.adobe.com, Dublin: Alexander 168.1, 168.3, 168.5; beermedia 168.4; Hoppe, Sven 168.2.

YPS - York Publishing Solutions Pvt. Ltd.: 3.1, 48.1, 51.1, 53.1, 54.1, 94.1, 100.1, 101.1, 115.1, 135.2, 136.1, 138.1, 148.1, 151.2, 152.1, 154.1, 155.1, 156.1, 156.2, 162.1, 194.1, 198.1, 198.2, 233.1, 237.1, 240.1, 252.1, 257.1, 269.1, 269.2, 274.1, 279.1, 285.1, 292.1, 302.1, 303.1, 312.1, 314.1, 315.1, 316.1, 318.1, 319.1, 319.2, 332.1, 333.1, 334.1, 335.1, 337.1, 339.1, 352.1, 354.1, 361.1, 379.1, 394.1, 420.1, 421.1, 423.1, 434.1, 435.2, 436.1, 439.2, 440.1, 441.1, 442.1, 442.2, 451.1.

© **Statistisches Bundesamt (Destatis), Wiesbaden:** 371.1, 384.1, 392.1.