

Einführung, Strategie und Marketing		Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung		Berechnung: Betriebsabrechnungsbogen (BAB)	
Absatzwege (Place) & Distribution		Grundlagen und Kennzahlen (FiBu)		• Umlage der Hilfskostenstelle Energie: ▸ Gesamtkosten Energie = 170'000 CHF ▸ Verteilungsschlüssel (Material : Fertigung : Verwaltung : Vertrieb) = 2 : 10 : 3 : 5 (Total = 20 Teile) ▸ Wert pro Teil = 170'000 ÷ 20 = 8'500 CHF ▸ Umlage Material = 2 × 8'500 = 17'000 CHF (Endsumme Material = 132'000 CHF) ▸ Umlage Fertigung = 10 × 8'500 = 85'000 CHF (Endsumme Fertigung = 285'000 CHF) ▸ Umlage Verwaltung = 3 × 8'500 = 25'500 CHF (Endsumme Verwaltung = 165'500 CHF) ▸ Umlage Vertrieb = 5 × 8'500 = 42'500 CHF (Endsumme Vertrieb = 172'500 CHF) • Berechnung Herstellkosten (HK) als Basis für Verwaltung & Vertrieb: ▸ HK = Materialeinzelkosten (1'000'000) + Materialgemeinkosten (132'000) + Fertigungseinzelkosten (200'000) + Fertigungsgemeinkosten (285'000) = 1'617'000 CHF • Berechnung Zuschlagssätze: ▸ Material-Zu. = (132'000 ÷ 1'000'000) × 100 = 13.2% ▸ Fertigungs-Zu. = (285'000 ÷ 200'000) × 100 = 142.5% ▸ Verwalt.-Zu. = (165'500 ÷ 1'617'000) × 100 = 10.2% ▸ Vertriebs-Zu. = (172'500 ÷ 1'617'000) × 100 = 10.7%	
Preisstrategien (Price)		Kostenrechnung & Kalkulation (BeBu)			
• Unternehmen können für dasselbe Produkt durchaus unterschiedliche Preise verlangen (Preisdifferenzierung), ein einheitlicher Preis ist nicht zwingend. • Bei wettbewerbsorientierten Preisen orientiert man sich am Konkurrenzpreis vergleichbarer Produkte. • Eine Skimming-Strategie bedeutet: Man startet mit einem hohen Preis und senkt diesen schrittweise (z.B. bei der Einführung eines Smartphone-Nachfolgemodells). • Kostenorientierte Preise müssen nicht nur die variablen Kosten decken, sondern zwingend auch einen Deckungsbeitrag an die Fixkosten leisten.					
Kommunikation & Produkt (Promotion & Product)		• Gemeinkosten dürfen nicht direkt auf einen Kostenträger (Produkt) umgelegt werden; sie müssen zwingend über Kostenstellen verteilt werden. • Maschinenversicherungen, die auf dem Anschaffungswert basieren, gelten als Fixkosten, da sie unabhängig von der Produktionsmenge anfallen. • Verwaltungs- und Vertriebsgemeinkosten (V&V) werden im BAB nicht nochmals aufgeteilt, sondern als Prozentsatz auf die Herstellkosten (nicht auf die Selbstkosten!) zugeschlagen. • Die Herstellkosten setzen sich aus Material- und Fertigungskosten zusammen. • Der Nettoverkaufspreis ergibt sich aus Selbstkosten + Reingewinn, exklusive Mehrwertsteuer. • Die V&V-Zuschlagssätze werden aus den Endkosten der jeweiligen Kostenstellen im BAB ermittelt.			
Branchenanalyse (Fünf-Kräfte-Modell nach Porter)				Personal, Investition, Materialwirtschaft Personalmanagement • Personalentwicklung liegt sowohl im Interesse der Mitarbeitenden als auch des Unternehmens (es ist kein reiner Lohnnebenaufwand). • Fallstudien sind heutzutage ein gängiger Bestandteil von Assessment-Verfahren in der Personalgewinnung. • Langfristige Motivation wird durch monetäre Massnahmen (Geld) nicht am stärksten gefördert (weiche Faktoren wie Sinnhaftigkeit, Kultur, etc. sind oft wichtiger). • Zu den Hauptaufgaben der HR-Abteilung gehören Personalplanung, Personalgewinnung und Personalbeurteilung. • Interne Bewerber bergen das Risiko, dass sie betriebsblind sind ("Tunnelblick"). • Externe Bewerber verlangen nicht automatisch immer einen höheren Lohn. • Personalentscheidungen (Beförderungen/Einstellungen) haben immer eine wichtige Signalwirkung auf die Motivation der restlichen Belegschaft.	

Materialwirtschaft & AVOR
Bei der AVOR (Arbeitsvorbereitung) ist ein Nachteil der Vorwärtsterminierung die tendenziell höhere Kapitalbindung, da Teile oft früher fertig sind und im Lager liegen, was die Lagerkosten steigert (Rückwärtsterminierung minimiert dies).
Investitionsrechnung (Theorie)
- Die Payback-Methode bewertet Investitionen besser, je kürzer (nicht länger) die Amortisationszeit ist. - Dynamische Investitionsrechnungen unterscheiden sich von statischen dadurch, dass der Zeitpunkt des Zahlungsflusses berücksichtigt wird (Geld hat über die Zeit unterschiedlichen Wert). - Je höher der Zinssatz, desto weniger ist ein zukünftiger Ertrag am heutigen Tag wert. - Unterschiedliche Investitionsrechen-Methoden können zu völlig verschiedenen Resultaten und Entscheidungen führen.
Berechnung: Dynamische Investitionsrechnung
Grunddaten Jahr 1-5: $\text{Erlös} \div \text{Jahr} = 300'000 \text{ CHF } (25'000 \times 12)$ $\text{Variable Kosten} \div \text{Jahr} = 175'000 \text{ CHF } (25'000 \times 7)$ Barwertfaktoren (i=8%): $J1=0.926, J2=0.857, J3=0.794, J4=0.735, J5=0.681.$ Lösungstabelle (Zahlungsüberschuss & Barwert): - Jahr 0: Überschuss = -500'000 Barwert = -500'000 - Jahr 1: Überschuss = 115'000 (Ausg. 185k, Einn. 300k) Barwert = 106'490 - Jahr 2: Überschuss = 120'000 (Ausg. 180k, Einn. 300k) Barwert = 102'840 - Jahr 3: Überschuss = 125'000 (Ausg. 175k, Einn. 300k) Barwert = 99'250 - Jahr 4: Überschuss = 125'000 (Ausg. 175k, Einn. 300k) Barwert = 91'875 - Jahr 5: Überschuss = 225'000 (Ausg. 175k, Einn. 400k) Barwert = 153'225 Fazit: Der Kapitalwert (Summe aller Barwerte inkl. Startinvestition) beträgt 53'680 CHF. Da dieser positiv ist, werden wir die Investition durchführen.

Fallstudie: Planctons GmbH
PESTEL-Analyse (Beispiele für Ozeanplastik-Brillen)
Political: Neue Zölle auf Importe aus Asien. Economic: Starke Währungsschwankungen beim Rohstoffeinkauf in Asien. Socio-cultural: Konsumenten präferieren plötzlich andere "Öko-Materialien" (z.B. Holz statt Plastik). Technological: Neue Recyclingtechnologien entwerfen den USP des Unternehmens. Environmental: Der hohe CO2-Ausstoss durch den Transport aus Asien widerspricht dem eigenen Nachhaltigkeits-Image. Legal: Strengere Produkthaftungsgesetze bei der Verwendung von recycelten Kunststoffen.
Strategieentwicklung (Ansoff-Matrix)
- Der Verkauf von neu entwickelten Kontaktlinsen an den bestehenden Kundenstamm ist Produktentwicklung. - Die intensivere Bearbeitung des bestehenden Marktes mit Preisangeboten ist Marktdurchdringung. - Der Aufbau eines eigenen Online-Shops (statt Optiker) ist keine klassische Marktentwicklung, sondern ein Kanalwechsel / Vorwärtsintegration (B2B zu B2C). - Die Übernahme eines Brillenherstellers aus Holz/Stein ist eine horizontale (nicht vertikale) Diversifikation.

Source Code

<https://github.com/josias-r/zhaw-sem5-summaries>