

Kontrollfragen Kapitel 1 – MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	In der Betriebswirtschaftslehre steht die einzelne Unternehmung im Vordergrund. Die Volkswirtschaftslehre befasst sich mit der Wirtschaft eines ganzen Landes.
2	Umweltsphären und Anspruchsgruppen
3	Im Unternehmensmodell wird versucht eine Situation aus der Wirklichkeit darzustellen.
4	Umweltsphären sind die Bereiche, in denen ein Unternehmen agiert und reagiert. Umweltsphären (auch Umwelten genannt) stellen die Rahmenbedingungen für eine Unternehmung dar.
5	Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen, wirtschaftliche Vorgänge und Zusammenhänge
6	Mitarbeiter, Konkurrenz, Eigenkapitalgeber, Fremdkapitalgeber Gläubiger (z.B. Banken), Kunden, Lieferanten, Institutionen, Staat (Bund, Kantone, Gemeinden)
7	Eigentümer (bei Aktiengesellschaften: Aktionäre)
8	Verbände, Vereine, Parteien, Presse usw.
9	Ein Unternehmen ist auch keine Firma, es wird lediglich unter einer solchen Firma geführt. Kurzum, der Begriff Firma bezeichnet den Namen eines Unternehmens. Häufig ist mit dem Begriff Firma umgangssprachlich auch das Gebäude gemeint, in dem sich ein Betrieb befindet und in dem die Leistungserstellung abläuft, die Betriebsstätte.
10	<ul style="list-style-type: none"> • eine klare Vision • eine Mission • ein Leitbild • eine Unternehmensstrategie • eine Unternehmenspolitik • klare Zielsetzungen
11	Ein Leitbild ist eine Vorstellung eines Unternehmens und beinhaltet die Geschäftsgrundsätze und die damit zusammenhängenden Bekenntnisse an die Umwelt und die Anspruchsgruppen. Die Unternehmensstrategie umschreibt das langfristig orientierte Vorgehen in grundlegenden Fragen sowie die Verfolgung der strategischen Ziele über einen länger als zwei Jahre währenden Zeithorizont.
12	Als operative Ziele, bzw. die operative Zukunft eines Unternehmens bezeichnet man einen kurzfristigen, in der Zukunft liegenden Zeitraum.
13	Marktziele und Produktionsziele, Personal und Produktionsmittel, strategische Produktion und strategische Beschaffung.
14	Gewinnziele, Shareholder value, Kapitalbedarf, Kapitalstruktur, Zahlungsverkehr, Versicherungen
15	Mitarbeiter, Gesellschaft, Personalbedarf, Geldmittel, Verhaltensnormen
16	Ein Businessplan ist die knappe und präzise Darstellung eines geschäftlichen Vorhabens mit einer besonderen Betonung auf den finanziellen Aspekten.
17	<ul style="list-style-type: none"> • Erwirtschaftung eines angemessenen Gewinns • Sicherung des Fortbestandes der Unternehmung • Soziale Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und Gesellschaft
18	In einer Unternehmung werden zur Leistungserstellung und zur Marktbearbeitung verschiedene Funktionen benötigt. Diese Tätigkeiten werden in sogenannte Funktionsbereiche gegliedert. Man unterscheidet dabei primäre, betriebliche Funktionen, die den Wert der Produktionsfaktoren erhöhen, und abgeleitete, sekundäre Wertschöpfungsaktivitäten, welche die primären Funktionen unterstützen, selbst aber keinen Wertfortschritt bewirken.
19	Einkauf/Beschaffung, Logistik, Produktion, Marketing/Vertrieb

20	Personal, Forschung/Entwicklung, Finanzen und Verwaltung
21	<ul style="list-style-type: none">• nach der Produktion und Tätigkeit: Was stellt sie her? - Branche/Sektor• nach der Grösse: Wie gross ist die Unternehmung? - Dimension• nach der Rechtsform: Wer haftet für die Schulden? - Verantwortung• nach der Trägerschaft: Wem gehört sie? - Bund, Privat, Gemischt
22	Grossbetriebe weisen eine grosse Anzahl von Mitarbeitern aus, in der Regel 250 oder mehr Arbeiter.
23	<ul style="list-style-type: none">• die Haftung oder das Risiko• die Grösse der Unternehmung• der Kapitalbedarf
24	Juristische Person mit min. einem Aktionär. Erforderliches Minimalkapital von CHF 100'000.
25	Kleinunternehmen mit Alleineigentum des Firmeninhabers ohne erforderliches Kapital.

**Kostenlose Mindmaps zur MARKOM Prüfung:
www.markom-lexikon.ch**

Kontrollfragen Kapitel 2 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Welche Produkte auf welchen Märkten sollen in den nächsten Jahren produziert und verkauft werden? Dadurch werden Erfolgspotenziale bestimmt respektive wird zusammenfassend festgelegt, wie die Firma langfristig Geld verdienen kann.
2	Als strategisches Geschäftsfeld (SGF) wird ein Ausschnitt des Marktes bezeichnet. Ein Markt kann in unterschiedliche Geschäftsfelder gegliedert werden. Dieser Ausschnitt bestimmt das Tätigkeitsfeld, in dem die zukünftigen Geschäfte der Unternehmung abgewickelt werden.
3	Die strategischen Geschäftseinheiten (SGE) sind organisatorische Einheiten, welche definierte, strategische Geschäftsfelder bearbeiten.
4	<ul style="list-style-type: none"> • in ihrer Marktaufgabe eigenständig sein • sich am Markt von Wettbewerbsleistungen der Konkurrenz abheben können • eine bedeutende Marktstellung erreichen • einen eigenständigen Beitrag zur Steigerung des Erfolgspotentials der Gesamtunternehmung leisten
5	Die GAP-Analyse wird aufgezeigt, welche Differenz zwischen dem angestrebten Soll-Zustand und dem ohne zusätzliche Aktivitäten erreichbaren Zustand besteht und wie diese Lücke geschlossen werden kann.
6	Marktdurchdringung, Marktentwicklung, Produkteentwicklung und Diversifikation
7	Diversifikationsstrategien sind darauf ausgerichtet, neue Produkte auf neuen Märkten anzubieten. Bei der horizontalen Diversifikation werden ähnliche Produkte angeboten, bei vertikaler Diversifikation Produkte der vorgelagerten oder nachgelagerten Produktionsstufe, bei lateraler Diversifikation Produkte, die in keinem Zusammenhang zu den bisherigen Produkten stehen.
8	Der Lebenszyklus eines Marktes oder eines Produkts ist das Ergebnis bestimmter Marketingaktivitäten. Je nach Phase kann bereits die grobe Richtung der zu planenden Schritte für die Zukunft abgeleitet werden. Hinweise auf Charaktere der Segmente und Verhaltensmustern des Zwischenhandels, die Ausprägung der Portfolio- oder Wettbewerbsstrategie oder die Kombination des Marketing-Mix können den Zyklen entnommen werden.
9	Entwicklung, Einführung, Wachstum, Reife, Sättigung und Rückgang
10	Die Marketingmassnahmen beginnen Erfolg zu zeigen, das Produkt erreicht einen hinreichenden Bekanntheitsgrad, der Umsatz steigt zum Teil sprunghaft an, womit sich erste Gewinne realisieren lassen. Gleichzeitig treten die ersten Mitbewerber am Markt auf.
11	Der Kampf um Marktanteile verstärkt sich, die Wettbewerber ziehen sämtliche Register ihres Marketingrepertoires. Das Umsatzvolumen erreicht sein Maximum und die Grenzgewinne werden negativ. Der Verlust an Gewinnen schreitet von nun an fort.
12	Portfolioanalysen geben in einer zweidimensionalen Darstellung einen Überblick über die Marktsituation von verschiedenen Analyseobjekten, damit daraus Schlussfolgerungen für eine strategische Neuorientierung gezogen werden können.
13	Gerade in jungen Märkten stehen oft Produkte mit nur geringem Marktanteil hohen Wachstumsraten gegenüber. Um den Marktanteil zu steigern, wäre ein hoher Mitteleinsatz notwendig. In diesem Fall ist nach weiterer Analyse der Erfolgchancen im Markt abzuwägen ob eine offensive Markterschliessungs- oder eher eine Rückzugsstrategie verfolgt werden soll.
14	Produkte mit hohem Marktanteil in Märkten mit nur geringem Wachstum werden als Cash Cows bezeichnet. Hier sind nur noch so viele Investitionen zu tätigen, wie zur Erhaltung der Marktstellung erforderlich sind. Es bietet sich eine Abschöpfungsstrategie an, bei der zwar der relative Marktanteil gehalten wird, alle zusätzlichen Mittel jedoch in die Stars und Questionmarks fließen.
15	Die strategische Erfolgsposition steht für eine von einem Unternehmen durch den Aufbau von wichtigen und dominierenden Fähigkeiten bewusst geschaffene Voraussetzung, die dem Unternehmen im Vergleich zur Konkurrenz langfristig überdurchschnittliche Ergebnisse zu erzielen erlaubt. Es geht also um den Aufbau von Erfolgspotentialen, um Wettbewerbsvorteile zu erreichen.

Kontrollfragen Kapitel 3 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Als Organisation wird ein auf Dauer angelegtes soziales Gebilde verstanden, in dem Menschen auf die Verfolgung bestimmter Ziele gerichtete strukturierte Tätigkeiten ausüben. Diese Tätigkeiten setzen sich aus unterschiedlichen Handlungsperspektiven zusammen.
2	Beziehungen regeln, Definieren der Aufgaben, Gliederung der Aufgaben, Zuteilung der Aufgaben, Bestimmen der Beziehungsnetz, Regelung der Informationsrechte, Arbeitsanweisungen, Hierarchie, Kompetenzen, Arbeitsabläufe
3	Zweckmässig, wirtschaftlich, Gleichgewicht und koordiniert.
4	Wenn jede Aufgabe bis in die letzte Einzelheit organisiert (Überorganisation) wird, kann der Betrieb nicht mehr schnell genug auf Datenänderungen reagieren. Auch wird die Eigeninitiative und Entscheidungsfreudigkeit der Mitarbeiter gebremst.
5	Zweck der Aufbauorganisation ist es, eine sinnvolle arbeitsteilige Gliederung und Ordnung der betrieblichen Handlungsprozesse durch die Bildung und Verteilung von Aufgaben (Stellen) zu erreichen.
6	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgabenstruktur: Wie werden die Aufgaben verteilt • Kommunikationsstruktur: An wen werden Informationen weitergegeben • Autoritätsstruktur: Wie wird die Macht verteilt
7	Teilaufgaben die von einzelnen Mitarbeitern gemacht werden sind Stellen und mehrere Stellen zusammen sind eine Abteilung.
8	Die Aufgaben, die in der Aufgabenanalyse zerlegt wurden, müssen nun wieder sinnvoll zusammengefügt werden. Kernstück dieses Zusammenfügens ist die Stellenbildung, da die Stelle die kleinste organisatorische Einheit eines Unternehmens darstellt.
9	Die Gesamtaufgabe des Unternehmens wird zerlegt, eine Aufgabenaufgliederung führt zu möglichst vielen kleinen Teilaufgaben.
10	Dezentralisation bedeutet die Aufteilung gleichartiger Aufgaben auf mehrere Stellen.
11	Die Stellen werden nach dem Verrichtungsprinzip zusammengefasst: Der Geschäftsleitung sind so z.B. die Bereiche Einkauf, Produktion, Vertrieb und Verwaltung unterstellt.
12	Die Aufbauorganisation wird in ihrer Struktur festgehalten.
13	Unter „Kontrollspanne“ oder „Leitungsspanne“ versteht man die Anzahl direkt unterstellter Mitarbeiter, die eine Vorgesetztenstelle führt und kontrolliert.
14	Es herrscht eine klare Anordnungsstruktur. Die Koordinierung und Kontrolle geschieht direkt von oben nach unten, und es sind klare Vorstellungen darüber vorhanden, welche Karrieremöglichkeiten der einzelne Mitarbeiter in dem Unternehmen hat.
15	Dabei werden zwei Leitungssysteme miteinander kombiniert. Die Mitarbeiter stehen in mehreren Weisungsbeziehungen; sie sind z.B. den Leitern der verrichtungsbezogenen Abteilungen Beschaffung, Produktion und Absatz und gleichzeitig den objektbezogenen Produktmanagern unterstellt. Eine Matrixorganisation ist damit eine Form der Mehrlinien-Organisation.
16	In allen Aufgabenbereichen sind Fachleute eingesetzt worden. Ähnliche Arbeiten werden zusammengefasst. Bei einer Gliederung nach Funktion wird z.B. die organisatorische Einheit Verkauf in verschiedene Teilfunktionen gegliedert.
17	Organigramme, Stellenbeschreibungen, Anforderungsprofile und Funktionsbeschreibungen
18	Die Stellenbeschreibungen sind ihrerseits innerbetriebliche verbindliche Dokumentationen personenbezogener Aufgabenkomplexe, zugehöriger Befugnisse sowie der organisatorischen Einordnung des Stelleninhabers. Das Funktionendiagramm wurde entwickelt aus der Erkenntnis, dass die Stellenbeschreibung dort ihre Nachteile aufweist, wo es um Initiative, Kreativität und neue Ideen, insbesondere aber strategische und operative Planung, kurz gesagt um echte Führungsfragen geht

19	<ul style="list-style-type: none"> • das Unternehmen mit seiner Geschichte, Entwicklung und aktuellen Zielen • die Aufbauorganisation mit Organigrammen, Stellen- und Verantwortungsregelungen • die Ablauforganisation in Bezug auf Arbeits-, Berichts- und Kommunikationsabläufe • die übergreifenden Informationen wie Adressen, Gebäudegrundriss, Kontenplan, etc.
20	Das Anforderungsprofil kann ein Bestandteil der Stellenbeschreibung sein, ist aber in der Regel als separates Dokument entwickelt.
21	Systemanalyse, Systemgestaltung und Systemeinführung.
22	Im Zuge der Systemeinführung wird die Umsetzung des Gesamtsystems inklusive der parallelen Kontrolle durchgeführt. In der Kontrolle werden alle relevanten Prozesse erfasst, um diese in der Feinorganisation umzusetzen. Die Systemeinführung muss zukunftsorientiert sein und auf Stabilität Wert legen.
23	In der Regel werden durch eine Aufgabenanalyse Aufgabenbestandteile ermittelt, die in einem Aufgabenstrukturbild dargestellt sind. Ein Aufgabenstrukturbild ist die Darstellung eines statischen Zusammenhanges in hierarchischer Form. Aus dem Aufgabenstrukturbild sind jedoch keine Ablaufbeziehungen ersichtlich.
24	In diesem Diagramm wird der aufgezeigte Ablauf mit den beteiligten Stellen und Terminen versehen.
25	Eine weitere Form, um den Ablauf von wahrzunehmenden Aufgaben aufzuzeigen, ist das Balkendiagramm. Das Prinzip zeigt die Länge der Balken als Zeiteinheiten, welche für die Durchführung der einzelnen Aufgaben vorgesehen sind.

**Kostenlose Mindmaps zur MARKOM Prüfung:
www.markom-lexikon.ch**

Kontrollfragen Kapitel 4 und 5 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Die Bilanz ist eine zusammenfassende Gegenüberstellung von Vermögen und Schulden. Die Aktivseite gibt an, wie das Kapital verwendet wurde, die Passivseite zeigt die Herkunft des Kapitals an. In der Bilanz werden die Aktiven und die Passiven einander gegenüber gestellt und so ins Gleichgewicht gebracht. Die Bilanz ist immer nur eine Momentaufnahme. Häufigster Bilanzstichtag ist der 31. Dezember.
2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Bilanz dokumentiert verbindlich, wie gross das vorhandene Vermögen des Unternehmens ist, wodurch die getätigten Geschäfte des Unternehmens ein-drucksvoll bewiesen werden. Die Bilanz stellt somit den formellen Abschluss der Buchhaltung dar. 2. Die Bilanz erfüllt eine Gewinnermittlungsfunktion und gibt Auskunft über den Gewinn (oder Verlust) einer Periode. Ob Gewinn oder Verlust gemacht wurde wird geprüft, indem die Summen des Eigenkapitals am Anfang und am Ende des Geschäftsjahres ermittelt und gegenüber gestellt werden. Wie genau es zu Gewinn oder Verlust gekommen ist, lässt sich anhand der Gewinn- und Verlustrechnung bestimmen. 3. Die Bilanz hat eine Informationsfunktion inne, die sich wiederum in die Selbstinformation und die Drittinformation aufteilt. Während die Selbstinformation dem Kaufmann bei der Führung des Unternehmens dient, können interessierte Dritte (Gläubiger, Geschäftspartner, Arbeitnehmer, Staat) anhand der Drittinformation Strategien entwickeln, wie sie künftig mit diesem Unternehmen umspringen möchten. So betrachtet dient die Bilanz auch dem Gläubigerschutz.
3	Die Aktivkonten gehören zur Aktivseite der Bilanz. Die Anfangsbestände stehen auf der Sollseite, hier werden auch die Erhöhungen gebucht. Verminderungen werden auf der Habenseite des Aktivkontos gebucht.
4	Die Passivkonten gehören zur Passivseite der Bilanz. Anfangsbestände stehen auf der Habenseite, hier werden auch die Erhöhungen gebucht. Verminderungen werden auf der Sollseite des Passivkontos gebucht.
5	<ul style="list-style-type: none"> • laufende Bilanzen/Zwischenbilanzen • ausserordentliche Bilanzen (Gründungsbilanz, Liquidationsbilanz) • Handelsbilanz • Steuerbilanz
6	Sie ist eines Teils für die Ermittlung der Ertragsbesteuerung (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer) wichtig. Andererseits ist die Abbildung des Unternehmensvermögens auch für Zwecke der Erbschaftsteuer eine Erleichterung.
7	<ul style="list-style-type: none"> • keine Buchung ohne Beleg • ausführlich, chronologisch und rekonstruierbar • keine Verrechnungen vor der Verbuchung • Gliederung nach allgemein anerkannten Grundsätzen
8	<ul style="list-style-type: none"> • Bilanz, Erfolgsrechnung und Inventar in der Landeswährung erstellen • Bewertung von Aktiven höchstens zu dem Wert, der ihnen zukommt • Situation nicht besser darstellen, als sie wirklich ist
9	Damit wird nicht nur die derzeitige, sondern auch die zukünftige geschäftliche Situation eines Unternehmens unter die Lupe genommen. Für externe Interessenten kommt diese Beobachtung einem Ranking gleich, denn sie können danach bewerten, wie zahlungskräftig das geprüfte Unternehmen ist.
10	Der Eigenfinanzierungsgrad ist ein Mass für die Sicherheit. Eine solide Eigenkapitalbasis ist die beste Garantie für das Überleben der Unternehmung in einem unvorteilhaftem Umfeld (Rezession usw.). Als Richtwert gelten 30% bis 60%.
11	Intensität Umlaufvermögen und Anlagevermögen.
12	Als Liquidität wird die Fähigkeit einer Unternehmung bezeichnet, allen Zahlungsverpflichtungen fristgemäss nachzukommen.
13	Current Ratio. Bei der Liquidität 3. Grades werden die flüssigen Mittel, um die kurzfristigen Forderungen und den Vorräten ergänzt und mit den kurzfristigen Verbindlichkeiten ins Verhältnis gesetzt.
14	Grundsätzlich kann das Anlagevermögen mit Eigenkapital und mit langfristigem Fremd-

Antworten zu den Kontrollfragen / Prüfungsfragen MARKOM

MARKOMBUCH MARKOM ZLP-Teil 2 – BWL, VWL, Recht

www.markombuch.ch / www.marketingcoaching.ch / www.markomfragen.ch / www.markomlexikon.ch

	kapital finanziert werden. Auf keinen Fall darf eine Finanzierung mit kurzfristigem Fremdkapital vorgenommen werden (Fristenkongruenz). Dieser Sachverhalt ist auch unter dem Begriff goldene Bilanzregel bekannt.
15	Die Gesamtkapitalrendite (Return on Investment – ROI) zeigt die Rendite auf dem eingesetzten Kapital. Das heisst, sie zeigt die Verzinsung des Gesamtkapitals und damit die Profitabilität unabhängig von der gewählten Kapitalstruktur.
16	Die Erfolgsrechnung ist eine Gegenüberstellung aller Wertverbrauchskonten und Wertzuwachskonten zur Ermittlung des Erfolges.
17	Als Aufwand bezeichnet man die Verminderung des Vermögens einer Abrechnungsperiode.
18	Die Differenz zwischen Ertrag und Aufwand, also die Veränderung des Nettovermögens, wird als Erfolg (positiv: Gewinn; negativ: Verlust) bezeichnet
19	Der Cash Flow gibt an, wie viel flüssige Mittel (Geld) der Unternehmung in der betrachteten Rechnungsperiode zuoder weggeflossen sind. Der Cash Flow wird aus der Erfolgsrechnung ermittelt. Er stellt den Betriebsgewinn dar, bevor Wertberichtigungen und Abschreibungen gemacht werden. Anders ausgedrückt ergibt sich der Cash Flow aus dem Bilanzgewinn, berichtigt um die gemachten Wertberichtigungen (einschliesslich Abschreibungen).
20	Liquiditätswirksamer Ertrag minus Liquiditätswirksamer Aufwand

www.markomfragen.ch / www.markombuch

Kontrollfragen Kapitel 6 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Als Kalkulation wird die Preisberechnung (auch Preisbestimmung genannt) der rein rechnerischer Art bezeichnet.
2	Die anfallenden Kosten werden durch die entstandenen Einheiten dividiert.
3	Für eine einfache, summarische Zuschlagskalkulation müssen die Kosten auf geteilt werden in Einzelkosten und Gemeinkosten. Dies setzt voraus, dass eine Kostenartenrechnung und eine Kostenstellenrechnung geführt werden. Bei der einfachen oder summarischen Zuschlagskalkulation werden die Gemeinkosten mit einem Zuschlag berücksichtigt.
4	Rabatt, Skonto und Bezugskosten
5	Der Rabatt ist ein Preisnachlass und beim Skonto wird ein Preisnachlass bezeichnet, welcher bei Zahlung innerhalb einer bestimmten, kürzeren Frist zu tragen kommt.
6	In der abbauenden Kalkulation (vom Katalogpreis zum Einstandspreis = Ermittlung des Gesamtaufwandes) werden vom Katalogpreis ..% Rabatt abgezogen.
7	<ul style="list-style-type: none"> • Nettobarverkauf • Skonto • Rabatt • Mehrwertsteuer
8	Die Teilkostenrechnung umfasst jene Kostenrechnungssysteme, die nicht alle Gesamtkosten den Kostenträgern (den Produkten) anlastet.
9	Bei der Herstellung von Gütern fallen feste (fixe) und mit der Menge veränderliche (variable) Kosten an. Beispiele sind Miete, Abschreibungen, Zinsen, Löhne usw.
10	Die variablen oder veränderlichen Kosten sind abhängig von der Höhe des Umsatzes. Sie erhöhen sich bei steigendem Umsatz und fallen bei sinkendem Umsatz. Beispiele: Einzelmaterialverbrauch, Einzellöhne, Warenaufwand usw.
11	Zu den festen Kosten zählen alle Kosten, die sich kurzfristig nicht ändern, wie Zinskosten, Abschreibungen, Gehälter von Bereichsleitern und so weiter. Die Gemeinkosten werden zunächst den Kostenstellen zugeordnet und anschliessend über Gemeinkostenzuschlagssätze auf die Kostenträger überbunden. Auf diese Weise werden den Kostenträgern (den erstellten Produkten und Dienstleistungen) die vollen Kosten zugerechnet (Vollkostenrechnung).
12	Bestimmung der Preisuntergrenze, Optimierung der Sortimentsgestaltung, Nutzschwelle (BEP)
13	Vom gesamten Erlös eines Produktes werden die variablen Kosten für dieses Produkt abgezogen und es entsteht der Deckungsbeitrag.
14	Die Nutzschwellenberechnung beantwortet folgende Fragen: - Wieviel Stück eines Gutes müssen abgesetzt werden, damit ein bestimmter Unternehmenserfolg (Gewinn) entsteht (Mengenmässige Nutzschwelle)? - Wieviel Umsatz muss erzielt werden, damit der Gewinn gerade Null ist (Wertmässige Nutzschwelle, Break – Even – Point)?
15	Die Wirtschaftlichkeitsrechnung (BEP) liefert als Ergebnis die Informationen, ob und wie ein Ziel erreicht werden kann. Investitionen sind nur dann sinnvoll, wenn die Vorgaben erfüllt werden. Die Wirtschaftlichkeitsrechnung zeigt aber auch, ab wann ein Produkt rentabel ist. Dies ist gerade im Marketing bei Produkteinführungen ein wichtiger Faktor.

Kontrollfragen Kapitel 7 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Effektivität heisst, etwas zu bewirken. Der Begriff hat somit eine strategische Komponente. Von den möglichen Aufgaben die zu erfüllen sind, haben jene Priorität die wichtig und bedeutungsvoll sind. In der Regel sind dies Aufgaben, die der längerfristigen Ausrichtung dienen. Effizienz heisst, etwas klug und überlegt zu tun. Der Begriff hat somit eine eher operative Komponente. Es geht darum, das, was zu tun ist, haushälterisch zu erledigen, also den Aufwand zu verringern und gleichzeitig die Leistung zu steigern.
2	Zu Formulierung von Zielsetzungen.
3	Zeitmanagement beschäftigt sich mit den Problemen, die eine hohe Anzahl von Aufgaben, Terminen etc. mit sich bringen, wenn die zur Verfügung stehende Zeit begrenzt ist. Beim Zeitmanagement geht es also darum sich selbst zu managen um die begrenzt zur Verfügung stehende Zeit möglichst effizient zu nutzen.
4	Zielsetzung, Planung, Entscheide, Durchführung und Kontrolle
5	A Aufgaben zusammenstellen L Länge der Tätigkeiten einschätzen P Pufferzeiten für Unvorhergesehenes reservieren (60:40-Regel) E Entscheidungen über Prioritäten, Kürzungen und Delegation treffen N Nachkontrolle über Ergebnisse und Unerledigtes in das Zeitplanbuch über Tragen
6	Manuelle Instrumente und elektronische Elemente
7	Ein Zeitplanbuch enthält ausser dem Terminkalender zusätzliche Organisationsinstrumente. In der Regel besteht es aus drei Teilen: Ringbuch, Organisationsteil und Kalender.
8	<ul style="list-style-type: none"> • einfache Buchpflege • Termine (Abstimmung, Verschieben, Serientermine) • automatische Sortierfunktion • Suchfunktion • automatische Erinnerungsfunktion
9	Dringlichkeiten von Aufgaben welche es zu bewältigen gilt.
10	Dazu muss zunächst mal das Wesentliche vom Unwesentlichen unterschieden werden, um dann die eiligen, aber eigentlich unwichtigen Aufgaben liegen zu lassen, zu delegieren oder einfach in den Papierkorb zu werfen. Für die Prioritätensetzung nach Eisenhower ist der Unterschied zwischen wichtig und dringend wesentlich. Die wichtigen Aufgaben sind selten dringend und die dringenden sind selten wichtig. Auf dringende Aufgaben soll reagiert, hingegen auf wichtige Aufgaben agiert werden.
11	Das Pareto Prinzip ist auch bekannt als die 20/80 Regel. Das Verhältnis 20 zu 80 taucht auch ausserhalb der Volkswirtschaftslehre in vielen Bereichen auf. Gerade im Bereich der Betriebswirtschaft resp. im Rahmen des Marketings stellen Unternehmen fest, dass 20% ihrer Kunden 80% des Umsatzes machen oder dass auf 20% der Lagerartikel 80% des Lagerwerts entfallen.
12	Abtreten resp. die Übergabe von Aufgaben zur Entlastung.
13	Mit dem Begriff Biorhythmus wird eine Theorie bezeichnet, welche die persönliche Energieverteilung in noch grösserem Rahmen betrachtet. Sie besagt, dass jeder Mensch durch drei Rhythmen in seinen Leben beeinflusst wird, dem Körperrhythmus, dem seelischen Rhythmus und dem Geistesrhythmus. Der Körperrhythmus beschreibt die körperlichen und vom eigenen Willen angetriebenen Kräfte
14	Mindestens eine Stunde pro Tag benötigt man als stille Stunde. Das kann am frühen Morgen oder am Abend sein. In dieser kann ungestört gearbeitet werden was einen erheblichen, positiven Einfluss auf die Leistung hat.
15	<ul style="list-style-type: none"> • Das Sitzen in statischen Körperhaltungen belastet die Muskulatur und die Wirbelsäule. Ergonomisch gut gestaltete Arbeitsstühle fördern das dynamische Sitzverhalten und verhindern schwerwiegende Folgen für Gesundheit und Arbeitsqualität.

	<ul style="list-style-type: none"> Falsche Arbeitshöhen führen zu verkrampten Körperhaltungen; höhenvariable Arbeitsplätze bieten jedem Menschen die Chance zu einer optimalen Sitzhaltung. Die Bewegungsarmut beeinträchtigt die körperliche und geistige Dynamik. Sie reduziert die Muskelaktivität und die Blutzirkulation und gefährdet die Elastizität der Bandscheiben. Bewegungsfördernde Arbeitsplätze beugen Krankheits- und Krankheitsfolgekosten vor. Dazu gehören auch ausreichende Bewegungsflächen sowohl am Arbeitsplatz als auch im Raum. Direkt- und Reflexblendungen bei der Bildschirmarbeit gefährden die Sehkraft des Menschen. Es muss auf eine blendenfreie Aufstellung geachtet werden. Eine nicht ausreichende oder falsche Raumbeleuchtung hat ähnliche Folgen, sie ist auf Arbeitsaufgabe und Arbeitsplatzanordnung abzustimmen. Visuelle und akustische Störungen beeinträchtigen die Konzentration und sind vorprogrammierte Fehlerquellen; akustisch wirksame Wandsysteme entschärfen auch grössere Räume.
16	<ul style="list-style-type: none"> pro Arbeitsplatz sollen mindestens 8 bis 10 m² zur Verfügung stehen wenn der Bedarf an Ablageflächen, EDV-Geräten oder Platz für Kunden und Kommunikation hoch ist, muss ein höherer Flächenbedarf angenommen werden im Grossraumbüro ist es ratsam generell ein Mehrbedarf an Flächen zugrunde zu legen. die lichte Höhe des Büroraumes soll je nach Grundfläche 2,5 bis 3,25 m betragen Verkehrswege müssen mindestens 80 cm breit sein. Damit sind gemeinsam benutzte Wege zu Schränken oder Türen gemeint. Verbindungswege zum eigenen Arbeitsplatz dürfen bis auf eine Breite von 60 cm verringert werden
17	Die Ablaufkontrollen befassen sich damit, wie auf vorgegebene Ziele hingearbeitet wird. Sie sollten in regelmässigen Intervallen durchgeführt werden und erfüllen zusätzlich die äusserst wichtige Funktion der Schaffung von Erfolgserlebnissen (wenn Ziele erreicht wurden) und somit der Motivation.
18	Die Prüfung der Zielerreichung.
19	Die Tagesrückschau (oder auch Selbstkontrolle) ist eine besondere Form der Kontrolle, die sowohl Komponenten der Ablaufkontrolle als auch der Ergebniskontrolle mit Kontrollpunkten der persönlichen Situation vereint.
20	Reflexion bedeutet im Nachhinein Situationen und Abläufe von allen Seiten zu beleuchten um zu verstehen was wie gemacht wurde. Diese Bewusstmachung dient in weiterer Folge der Verbesserung & Weiterentwicklung.

Kostenlose Mindmaps zur MARKOM Prüfung:
www.markom-lexikon.ch

Kontrollfragen Kapitel 8 und 9 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	<ul style="list-style-type: none"> als Urkunde: ist in manchen Fällen gesetzlich vorgeschrieben (Vereinsgründung, Fusion oder Auflösung des Vereins, Statutenänderungen) als Information: für alle Nichtanwesenden und für „Vergessliche“ als Ergebnisliste: Zusammenfassung aller Ergebnisse und Massnahmen, die auch durch die Unterschriften der Teilnehmer bestätigt werden als Dokumentation; die gesamte Besprechung wird so dokumentiert und „gespeichert“ als Grundlage zur weiteren Bearbeitung: die Kompetenzen werden klar festgelegt, dient als Unterlage für die nächste Sitzung als Beweis: Dokumentation des genauen Verlaufes: bei wichtigen Rechtsgeschäften unerlässlich, Beweismittel im Strafverfahren, usw. als Analysehilfe: Grundlage für weitere Veranstaltungen
2	Der Protokollführer muss Zusammenhänge erkennen, das Wesentliche schnell erfassen und das Unwesentliche schon bei der Aufnahme weglassen. Es gilt deshalb beim Protokollieren die Regel: Hören - Denken - Schreiben.
3	Kopfteil, Hauptteil und Schlussteil
4	Wortprotokoll, Verlaufsprotokoll, Ergebnisprotokoll, Kurzprotokoll, Gedächtnisprotokoll und Sonderformen
5	Die Wortprotokolle sind die ausführlichsten und umfangreichsten Protokolle überhaupt. Neben den Ausführungen der Redner werden auch alle anderen Vorgänge während der Sitzung festgehalten. Dies können Zwischenrufe, Beifall sowie jede Wortmeldung sein. Alles wird wörtlich wiedergegeben.
6	Das Ergebnisprotokoll gibt nur die wichtigsten Ergebnisse eines Gesprächs wieder und geht aus einem stichwortartigen Verlaufsprotokoll hervor. In ihm werden die Beiträge der Sprecher nach Oberbegriffen geordnet, gleiche Beiträge verschiedener Sprecher zusammengefasst, nebensächliche Gedanken weggelassen (Gefahr der Bewertung durch den Protokollanten!), um so eine übersichtliche Gliederung des Gesprächs herzustellen. Ergebnisprotokolle werden v.a. bei Konferenzen und Besprechungen angefertigt.
7	Ein Gedächtnisprotokoll ist oft eine Notlösung. Es wird nachträglich „aus dem Gedächtnis“ angefertigt, weil z.B. keine Vereinbarung über die Protokollführung getroffen wurde oder weil sich erst später herausstellt, dass vielleicht doch ein Protokoll gebraucht wird oder der Versammlungsleiter selbst das Protokoll schreibt.
8	<p>Konkrete Briefing-Ziele sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> der externe Partner erkennt die Aufgabenstellung und die Ausgangslage er versteht die Prozesse im Zusammenhang mit der Aufgabenstellung der externe Partner erhält die für ihn relevanten Informationen zum Markt der externe Partner hat konkrete Zielvorgaben er kennt die finanziellen Vorgaben er hat einen konkreten Zeitplan
9	Situationsdarstellung, Ausgangslage, Zielsetzung, Soll-Positionierung, Massnahmen, Rahmenbedingungen, Timing, Präsentation und Budget.
10	Ein Budget ist ein Plan, der einer Organisationseinheit für eine bestimmte Periode die ihr zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel zur Erbringung der geforderten Leistungen bzw. zur Erreichung der vereinbarten Ziele vorgibt.
11	<ul style="list-style-type: none"> Mehrjahresbudget Jahresbudget Quartalsbudget Monatsbudget
12	Product, Price, Promotion, Place und Infrastruktur
13	Bei der Top-Down-Budgetierung werden die Teilbudgets entsprechend der Unternehmenshierarchie aus den obersten Unternehmenszielen abgeleitet.
14	Bei der Bottom-Up-Budgetierung werden Budgetwerte auf untergeordneten Stellen und Positionen erfasst, für jede übergeordnete Stufe summiert und dort ausgewiesen. Das Budget ist dadurch automatisch konsistent.

Antworten zu den Kontrollfragen / Prüfungsfragen MARKOM

MARKOMBUCH MARKOM ZLP-Teil 2 – BWL, VWL, Recht

www.markombuch.ch / www.marketingcoaching.ch / www.markomfragen.ch / www.markomlexikon.ch

- | | |
|-----------|--|
| 15 | Die Überwachung des Marketingbudgets ist ein Bestandteil der Kontrolle. Es geht dabei um die laufende Kontrolle der Absatz/Umsatz/DB-Planung und um die Kostenkontrolle. In der Praxis sind diese Daten oftmals in Echtzeit verfügbar. |
|-----------|--|

**Kostenlose Mindmaps zur MARKOM Prüfung:
www.markom-lexikon.ch**

www.markomfragen.ch / www.markom-buch.ch

Kontrollfragen Kapitel 10 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Als Wirtschaftssystem wird die Gesamtheit des Wirtschaftslebens eines Landes bezeichnet.
2	Ein Wirtschaftssystem welches über Nachfrage und Angebot funktioniert!
3	Ein Wirtschaftssystem welches sich an den politischen/kollektiven Zielen orientiert.
4	Volkswirtschaftslehre beschäftigt sich mit der Frage, wie Menschen knappe oder begrenzt vorhandene Produktionsmittel (Boden, Arbeit, Kapitalgüter wie Maschinen, Wissen) auswählen, um damit verschiedene Güter (wie z.B. Weizen, Rindfleisch, Mäntel, Jachten, Konzerte, Strassen) zu produzieren, und wie diese Güter an die einzelnen Mitglieder der Gesellschaft verteilt werden.
5	<ul style="list-style-type: none"> - Beschreibung der Wirtschaftlichen Zusammenhänge - Was ist...? - Erklärung der Wirtschaftlichen Zusammenhänge - Warum ist das so...? - Prognose der Wirtschaftlichen Zusammenhänge - Schlussfolgerungen - Beeinflussung der Wirtschaftlichen Zusammenhänge - Absichtliches Steuern
6	<ul style="list-style-type: none"> - zentrale geographische Lage der Schweiz - landschaftliche Schönheiten - Reichtum an Wasserkraften - Salz- und Mineralvorkommen - Qualitätsarbeit und Zuverlässigkeit - Kapitalreichtum und damit verbunden - ein günstiges Zinsniveau - hoher Ausbildungsstand und wichtige Grundlagenforschung - stabile politische und soziale Verhältnisse - eine gut ausgebaute Infrastruktur
7	Die Mikroökonomie ist ein Teilgebiet der Volkswirtschaftslehre, welches sich mit dem Verhalten und den Entscheidungen von und in Einzelwirtschaften (Unternehmen, Haushalte) beschäftigt.
8	Im volkswirtschaftlichen Fachgebiet ist ein Produktionsfaktor ein Input welcher zur Herstellung von Gütern erforderlich ist. Dieser kann sowohl materiell wie auch immateriell sein. Gemäss der klassischen Volkswirtschaftslehre werden Arbeit, Kapital, Boden und Wissen als derartige Faktoren bezeichnet. Produktionsfaktoren sind demnach Mittel, die eingesetzt werden (müssen), um überhaupt Güter herstellen zu können.
9	Arbeit und Boden
10	Kapital und Wissen/Bildung
11	Volkswirtschaftlich betrachtet ist Arbeit jede körperliche und geistige Tätigkeit, mit deren Hilfe ein Einkommen erzielt wird.
12	Weisungsbefugnis, Anforderung, Ausbildung, Rechtsstellung
13	Die Erwerbsquote misst den Anteil der Wohnbevölkerung, die einer Erwerbstätigkeit nachgehen oder eine suchen (Erwerbslose).
14	Unvermehrbarkeit, Unbeweglichkeit und Unzerstörbarkeit
15	Die Nutzung des Bodens als Abbaufaktor erfolgt durch Ausschöpfung der Bodenschätze, wie z.B. Kohle, Erze, Erdöl, Erdgas, Sand, Kies usw.
16	Unter Realkapital werden Produktionsgüter zur Herstellung von Gütern und Dienstleistungen verstanden. Hingegen ist das Geldkapital die Finanzierungsmittel (z.B. Bargeld) für Investitionszwecke wie Kauf von Maschinen gemeint.
17	Wissen wird zunehmend als wichtiger Produktionsfaktor der Wettbewerbswirtschaft angesehen und hat sich mittlerweile sogar zu einem eigenen Produkt entwickelt. Wissen wird heute, vor den traditionellen betriebswirtschaftlichen Faktoren Arbeit, Kapital und Boden, als einer der wichtigsten Produktionsfaktoren betrachtet. Die Nutzung verfügbaren Wissens ist in der Zukunft entscheidend für den Unternehmenserfolg. Damit wird Wissen zu einem existenziellen Unternehmenswert. Um aus dem Unternehmenswissen Mehrwert zu erzielen, ist neben der Organisation das Teilen und Multiplizieren des Wissens massgeblich. Erfolgreiche Unternehmen werden sich in der Zukunft vor allem dadurch auszeichnen, dass sie Wissen optimal beschaffen, organisieren und nutzen.

Antworten zu den Kontrollfragen / Prüfungsfragen MARKOM

MARKOMBUCH MARKOM ZLP-Teil 2 – BWL, VWL, Recht

www.markombuch.ch / www.marketingcoaching.ch / www.markomfragen.ch / www.markomlexikon.ch

18	Aussenwirtschaftliches Gleichgewicht, Wirtschaftswachstum, Vollbeschäftigung, Umweltqualität-Wohlfahrt, Preisstabilität und sozialer Ausgleich.
19	Das Anstreben des einen Zieles behindert – zumindest kurzfristig – das Erreichen eines anderen, z.B.: - Wirtschaftswachstum – Umwelt - Vollbeschäftigung – Umwelt - Preisstabilität – Vollbeschäftigung
20	Grundbedürfnisse, Sicherheitsbedürfnisse, soziale Bedürfnisse, Ego - Wertschätzung und Selbstverwirklichung
21	Wirtschaftliche Güter, materielle Güter, freie Güter und immaterielle Güter.
22	Die Gesamtheit dessen, was Unternehmen auf Märkten anbieten, ist das Angebot. Die Nachfrage kommt von den potenziellen Kunden. Unter Nachfrage werden Bedürfnisse und Wünsche verstanden, die sich auf bestimmte Produkte richten.
23	Entsteht kein Markt oder funktioniert ein Markt nicht effizient, so liegt ein Marktversagen vor.
24	Hiermit soll ein bestimmter Erfolg (Nutzen) mit minimalem Einsatz realisiert werden
25	Eine Marktform in welcher es nur einen Anbieter oder einen Nachfrager gibt.

**Kostenlose Mindmaps zur MARKOM Prüfung:
www.markom-lexikon.ch**

Kontrollfragen Kapitel 11 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Der Preis, ein wichtiges Element im Wirtschaftskreislauf. Der Preis ist der in Geld ausgedrückte Tauschwert für ein Sachgut oder eine Dienstleistung.
2	In unserem Wirtschaftssystem übernimmt der Markt bei allen wirtschaftlichen Gütern die Funktion der Preisbildung. Damit der Markt seine Funktion erfüllen kann, muss Konkurrenz herrschen. Konkurrenz heisst: Viele Anbieter des gleichen Sachguts und viele Nachfrager nach diesem Sachgut treffen sich auf dem Markt und stehen dort im Wettbewerb zueinander.
3	Wenn die Anbieter zum gleichen Preis eine höhere Menge des Gutes anbieten, verschiebt sich die aggregierte Angebotskurve nach rechts.
4	Die Nachfrager möchten die grössere angebotene Menge nur zu einem niedrigeren Preis kaufen. Womit sich die Verschiebung der Angebotskurve nach rechts, bewegt.
5	Dieser Begriff gibt Auskunft über die Frage, ab welcher Preisschwelle die potentiellen Kunden bei einer Preiserhöhung abwinken und nicht mehr bereit sind, die Marktleistung zu kaufen.
6	Eine Nachfrage ist unelastisch, wenn sich die nachgefragte Menge eines Sachgutes oder einer Dienstleistung weniger verändert als der Preis.
7	- dem Vorhandensein von Ersatzprodukten - den Preisen der Ersatzprodukte
8	Der Käufer ist bereit, für das Prestige, die Einzigartigkeit, viel Geld zu zahlen. Wird der Preis gesenkt, verliert die Leistung an Prestige, da sie weniger zahlungskräftigen Kunden zugänglich gemacht wird.
9	Die Preiselastizität der Nachfrage ergibt sich aus der prozentualen Mengenänderung dividiert durch die prozentuale Preisänderung.
10	Unter der Preiselastizität des Angebots versteht man die Veränderung der Angebotsmenge eines bestimmten Produkts im Verhältnis zur Veränderung des Angebotspreises für dieses Produkt.
11	Eine Leistung wird im Markt zum Preis P1 angeboten. In diesem Zusammenhang wird von dieser Leistung die Menge M1 abgesetzt. Der Preis im Markt erhöht sich nun auf P2. Der Einfluss auf die abgesetzte Menge M1 ist gleich null, d.h. die Absatzmenge erhöht resp. Verringert sich nicht. Das Angebot ist vollkommen unelastisch, d.h. es kann nicht variiert werden. Dies ist zum Beispiel bei frischem Fisch der Fall. Beim vollkommen elastischen Angebot wäre die rote Linie entsprechend horizontal.
12	Eine Leistung wird im Markt zum Preis P1 angeboten. In diesem Zusammenhang wird von dieser Leistung die Menge M1 abgesetzt. Der Preis erhöht sich nun auf P2. Der Einfluss auf die angebotene Menge M2 ist deutlich spürbar. So führt ein Preisanstieg von 22% zu einer Erhöhung des Angebotes um 67%. Dies ist vor allem bei gut haltbaren Produkten wie Konserven oder Büroklammern der Fall.
13	Eine Leistung wird im Markt zum Preis P1 angeboten. In diesem Zusammenhang wird von dieser Leistung die Menge M1 abgesetzt. Der Preis erhöht sich für die Leistung auf P2. Der Einfluss auf die abgesetzte Menge M2 steht im gleichen Verhältnis wie die Preiserhöhung. D.h. bei einem Preisanstieg um 22% erhöht sich das Angebot ebenso um 22%
14	Die Preiselastizität des Angebotes ermittelt sich aus dem Verhältnis der prozentuellen Veränderung der angebotenen Menge zur prozentuellen Veränderung des Preises
15	Mit diesem Begriff wird folgende Frage geklärt: Wie wirkt sich eine bestimmte prozentuale Änderung des Einkommens auf die Nachfrage nach einem bestimmten Gut oder einer Vielzahl von Gütern aus?

Kontrollfragen Kapitel 12 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	<p>Wirtschaftssubjekte sind Teilnehmer einer Volkswirtschaft. Grundsätzlich gibt es nur vier Gruppen von Teilnehmern in einer Volkswirtschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die privaten Haushalte - die Produzenten/Unternehmen - der Staat - das Ausland
2	<p>Für die Inanspruchnahme von Arbeit (Arbeiter), Grund und Boden und Kapital (Geld) erhalten die Konsumenten (Haushalte) Löhne, Zinsen und Gewinne. Mit diesem Geld kaufen die Konsumenten Waren und Dienstleistungen. Dadurch fliesst das Geld wieder zu den Produzenten. Der gesamte Geldstrom umfasst alle Einkommen, welche ein Volk in einem Jahr verdient. Die Summe dieser Entgelte bezeichnet man als Volkseinkommen.</p>
3	<p>Die Unternehmen produzieren Waren (Autos, Schuhe usw.) und Dienstleistungen (Bankwesen, Versicherungen, Schule usw.), welche von den Haushalten gekauft, das heisst konsumiert werden. Für die Produktion dieser Güter stellen die Haushalte den Unternehmen ihre Arbeit, ihren Grund und Boden, ihr Kapital und ihr Wissen zur Verfügung. Der Güterstrom umfasst alle Güter, die von einer Volkswirtschaft in einem Jahr erstellt werden. Addiert man alle Waren und Dienstleistungen dieses Güterstroms so erhält man das Bruttosozialprodukt.</p>
4	<p>Im einfachen Kreislauf beschränken wir uns auf die Beziehungen zwischen Produzenten (Unternehmungen) und Konsumenten (Haushalten).</p>
5	<p>Die Haushalte stellen den Unternehmungen ihre Produktionsfaktoren (Arbeitskraft, Kapital, Boden) zur Verfügung. Dafür erhalten sie Einkommen. Dieses ermöglicht ihnen, am Markt Güter nachzufragen. Ein privater Haushalt besteht aus mindestens einer Person, die gegen Entgelt ihren Produktionsfaktor (Arbeitsleistung) am Markt verkauft.</p>
6	<p>Das erwerbswirtschaftliche Prinzip besagt, ein (privates) Unternehmen erbringe auf Dauer nur dann eine Leistung, wenn die Chance auf Gewinn bestehe. Über die Höhe des Gewinns macht das erwerbswirtschaftliche Prinzip keine Angabe.</p>
7	<p>Staat, Banken/Versicherungen und das Ausland., Unternehmungen und Haushalte</p>
8	<ul style="list-style-type: none"> - Bund, Kantone und Gemeinden erhalten von Konsumenten, Produzenten und den Banken Steuern, um damit öffentliche Aufträge zu finanzieren - Staatseinnahmen gehen zum Konsumenten in Form von Löhnen (öffentliche Beschäftigte), Renten und Pensionen - Staatsgelder gehen zum Produzenten in Form von öffentlichen Aufträgen, Subventionen, Direktzahlungen
9	<ul style="list-style-type: none"> - Spargelder werden entgegen genommen und dafür Zinsen bezahlt - Darlehen und Kredite für die Konsumenten und Produzenten, verlangen jedoch Zinsen
10	<p>Das Ausland beeinflusst die wirtschaftliche Tätigkeit eines Landes massgeblich. Durch die Ausfuhr (Export) von Waren und Dienstleistungen fliesst ausländisches Geld (Devisen) in das eigene Land. Je mehr Export desto grösser ist der Geldzufluss.</p>

Kostenlose Mindmaps zur MARKOM Prüfung:
www.markom-lexikon.ch

Kontrollfragen Kapitel 13 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Damit sich ein Konsument etwas kaufen kann benötigt er Geld. Jedoch ist der Wert der Geldscheine und Münzen nie so gross wie der, der aufgedruckt ist. Also haben diese Geldscheine und Münzen keinen Wert, es sei denn, man kann sie gegen etwas eintauschen. Das Geld hat sich immer weiter entwickelt und ist heute in Kreditkarten Format erhältlich. Gäbe es kein Geld, dann müssten Güter gegen Güter ausgetauscht werden. Z.B. Snowboards gegen Hosen, Bücher gegen Stühle, Teppiche gegen Betten usw.
2	Zahlungsmittel, Recheneinheit und Wertspeicher.
3	Geld ist ein Zahlungsmittel. Das Geld vermittelt den Austausch der Güter. In dieser Rolle als eines allgemein gebräuchlichen Tauschvermittlers liegt die ursprüngliche Stellung des Geldes. Die Funktion des Geldes als eines allumfassenden Tauschmittels setzt frei zugängliche Märkte voraus. Ist dies nicht gegeben, wird der Tausch von Gütern in Geld verhindert. Es entstehen Nachfrageüberhänge, Warteschlangen, Schwarzmärkte usw.
4	Geld ist ein Wertspeicher Es wird in Geld gespart was bedeutet, Geld lässt sich als ein Vorrat an Kaufkraft anlegen.
5	Das Buchgeld (früher wurde es in Büchern notiert) ist die Grundlage des heutigen bargeldlosen Zahlungsverkehrs. Im Laufe der Zeit erhielten nur noch staatliche Banken das Recht zur Herausgabe von Banknoten. Heutzutage gibt es meist nur noch eine Zentralbank pro Land. Als nächstes kamen dann die heute weit verbreiteten Bankkonten. Das dort vorhandene Geld muss jederzeit auf Verlangen des Inhabers von den Banken in Bargeld ausgezahlt werden (daher Sichtguthaben).
6	Münzen und Noten sind Bargeld.
7	Als Geldmenge wird der Bestand an allgemein anerkannten Zahlungsmitteln einer Volkswirtschaft (auch Geldvolumen genannt) bezeichnet.
8	Noten- oder Zentralbanken sind zuständig für die Geldpolitik eines Landes.
9	Bargeldumlauf, Sichteinlagen und Transaktionskonten.
10	Termineinlagen

Kontrollfragen Kapitel 14 und 15 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Primärer Sektor, sekundärer Sektor und tertiärer Sektor
2	Der Sekundärsektor umfasst das produzierende Gewerbe einer Volkswirtschaft, das heisst den Sektor, der für die Verarbeitung von Rohstoffen zuständig ist.
3	Es gibt unterschiedliche Definitionen für den quartären Sektor (auch Quartärsektor oder Informationssektor). Jean Gottmann definierte 1961 die in diesen Sektor fallenden Tätigkeiten als Tätigkeiten aus dem Bereich des tertiären Sektors, die besonders hohe intellektuelle Ansprüche stellen und ausgeprägte Verantwortungsbereitschaft erfordern.
4	Mit dem Begriff Strukturwandel bezeichnet man stetige, aber anhaltende Veränderungen in einer Volkswirtschaft, die mit Wachstum zusammenhängen und meist einschneidende Folgen für den Arbeitsmarkt haben.
5	Umbrüche im Verhältnis der grossen Wirtschaftssektoren bezeichnet man als sektoralen Strukturwandel.
6	Konjunktur - Der Begriff leitet sich von dem lateinischen Wort coniugium gleich Verbindung ab und steht für sämtliche Tendenzen und Bewegungen in der Wirtschaft, die je nach Richtung und Stärke zur wirtschaftlichen Gesamtlage zusammenwirken.
7	Die Schwankungen der Konjunktur folgen gewissen (mehr oder weniger) regelmässigen Bewegungen (=Zyklen). Diese Konjunkturzyklen lassen sich anhand einer wellenförmig verlaufenden Kurve um den langfristigen Wachstumstrend veranschaulichen (rote Linie). Der vollständige Konjunkturzyklus, z.B. von einem Boom zum nächsten dauert ca. vier bis acht Jahre.
8	Beginnender Abschwung, Rezession-Depression, Erholung-Aufschwung, Boom-Hochkonjunktur, neuer Abschwung
9	<ul style="list-style-type: none"> - nach der beschriebenen Grösse in Mengen- und Preis- bzw. Kostenindikatoren - nach dem zeitlichen Vor- bzw. Nachlauf zum beschriebenen Sachverhalt in Früh-, Präsens- und Spätindikatoren - nach absoluten Grössen (z.B. Stand eines Aktienindex) oder Wachstumsraten (Inflationsrate)
10	Die vorlaufende Indikatoren (auch Frühindikatoren genannt) geben Hinweise auf die zukünftige Entwicklung der Wirtschaftslage. Dazu zählen die Auftragseingänge, Aktienkurse, Baugenehmigungen im Hochbau, Gewinnerwartungen, Investitionsabsichten, Geldmengenwachstum, Lagerbestände wie auch Einzelhandelsumsätze.
11	Unter Inflation (auch Teuerung) wird in der Volkswirtschaftslehre ein Anstieg des allgemeinen Preisniveaus während mehreren aufeinander folgenden Zeitperioden bezeichnet.
12	Als Stagflation wird eine wirtschaftliche Konstellation bezeichnet, in der geringes oder rückläufiges Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BSP) und hohe Arbeitslosigkeit (Stagnation) in Verbindung mit stark steigenden Preisen (Inflation) auftritt.
13	Der Landesindex der Konsumentenpreise (LIK) dient als Instrument zur Teuerungsmessung. In einem Warenkorb werden sämtliche von den Haushalten konsumierten Sachgüter und Dienstleistungen erfasst und entsprechend ihren Anteilen an den totalen Konsumausgaben gewichtet.
14	Zur Konjunktursteuerung dienen Gesetze wie z.B. das Nationalbankgesetz, Steuergesetze, Haushaltsgesetze und Gesetze für das Kreditwesen. Nationalbank und Bundesregierung verfolgen durch Geldmengensteuerung sowie über die Wachstumspolitik, durch Steuerung des Geld- und Kapitalverkehrs mit dem Ausland und über die Finanzpolitik konjunkturpolitische Ziele. Dabei soll das Ziel eines gesamtwirtschaftlichen Gleichgewichts im Vordergrund stehen. Es gilt vor allem, grosse, konjunkturelle Ausschläge in beide Richtungen zu verhindern. Schwere Einbrüche im Wirtschaftsablauf können auch dadurch verhindert werden dass eine Hochkonjunktur rechtzeitig gebremst wird. Durch antizyklische Konjunkturpolitik wie z.B. bei einer, der Konjunktur gegenläufigen Fiskalpolitik, gibt es entsprechende Ansatzmöglichkeiten.
15	Sie sind für weniger Staatseinfluss, die Konjunktursteuerung soll im Wesentlichen durch die Zentralbank erfolgen. Durch Steuerung der Geldmenge, deren Volumen durch verschiedene Instrumente beeinflusst wird, soll die konjunkturell erforderliche Nachfrage geschaffen werden.

Antworten zu den Kontrollfragen / Prüfungsfragen MARKOM

MARKOMBUCH MARKOM ZLP-Teil 2 – BWL, VWL, Recht

www.markombuch.ch / www.marketingcoaching.ch / www.markomfragen.ch / www.markomlexikon.ch

Kontrollfragen Kapitel 16, 17, 18 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Auf dem Arbeitsmarkt treffen Angebot und Nachfrage nach Arbeitsleistungen aufeinander.
2	Die Arbeitslosigkeit entsteht, wenn die Anzahl der bereit stehenden Arbeitsplätze geringer ist als die Anzahl der Personen, die bereit sind, eine Beschäftigung auszuüben.
3	Saisonale, konjunkturelle, Sockel und Langzeit.
4	Die saisonale Arbeitslosigkeit, deren Ursachen z.B. in jahreszeitlich bedingten Witterungsänderungen oder in der saisonal bedingten Nachfrage liegen, ist kurzfristiger Natur. Demnach bezeichnet diese Form die Arbeitslosigkeit, welche im Verlauf eines Jahres regelmässig auftritt.
5	Friktionelle Arbeitslosigkeit und strukturelle Arbeitslosigkeit.
6	Die Arbeitslosenquote ist das Verhältnis der Zahl der Arbeitslosen zur Zahl der Erwerbspersonen (Erwerbstätige und Arbeitslose).
7	Antizyklische Wirtschaftspolitik, Arbeitsflexibilisierung, Arbeitszeitverkürzung, Lohnnebenkosten vermindern.
8	Wohlstand bedeutet über möglichst viele und hochwertige Güter verfügen zu können und der Begriff Wohlfahrt wird in einem doppelten Sinne verwendet: als Synonym für soziale Wohlfahrt und für Lebensqualität.
9	Der Begriff Wohlfahrtsstaat beschreibt ein Institutionengefüge, das seine Bürgerinnen und Bürger vor den negativen Folgen von Arbeitslosigkeit, Krankheit, Unfall und dem Älterwerden schützt. Sozial- und christdemokratische Wohlfahrtsstaaten erweitern diese Kernaufgaben. Sie kontrollieren Abhängigkeitsverhältnisse zwischen Unternehmern und Arbeitnehmern und begrenzen Wohlstandsdifferenzen zwischen sozialen Milieus und geografischen Räumen.
10	Das Bruttoinlandprodukt (BIP) entspricht dem Wert aller Sachgüter und Dienstleistungen, die während eines Jahres im Inland produziert wurden, minus den Vorleistungen, berechnet zu Marktpreisen (Als Marktpreise bezeichnet man die beim Kauf erzielten Preise.). Das Bruttoinlandprodukt misst die Wertschöpfung eines Landes (wirtschaftliche Leistung einer Volkswirtschaft).
11	Das Volkseinkommen ist das während eines Jahres durch die Wohnbevölkerung eines Landes (oder einer Region) verdiente Gesamteinkommen.
12	Keine Veränderung des Bruttoinlandprodukts.
13	Quantitatives Wachstum entsteht durch zahlenmässige Zunahme des Sozialprodukts pro Kopf der Bevölkerung.
14	Boden, Arbeit, Kapital und Wissen.
15	Ceteris paribus ist ein lateinischer Ausdruck und heisst übersetzt unter sonst gleichen Umständen. Vor allem Ökonomen benutzen diesen Ausdruck, um klarzustellen, dass alle relevanten Grössen, mit Ausnahme der gerade diskutierten, konstant gehalten werden.

Kostenlose Mindmaps zur MARKOM Prüfung:
www.markom-lexikon.ch

Kontrollfragen Kapitel 19 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Dies sind Ordnungsregeln und Verhaltensvorschriften mit Befehlscharakter. Das Recht bestimmt das äussere Verhalten des Menschen und ist erzwingbar.
2	Der Begriff „Demokratie“ kommt aus der griechischen Sprache und bedeutet „Herrschaft des Volkes“. Als „direkte Demokratie“ wird, im Gegensatz zu der in vielen anderen Staaten der Welt üblichen parlamentarischen Demokratie, die in der Schweiz heimische Variante der Demokratie bezeichnet, bei der das Volk nicht nur über Wahlen, sondern auch durch häufige Volksabstimmungen direkten Einfluss auf die Politik nehmen kann.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtsetzung • Oberaufsicht über die eidgenössische Verwaltung • Genehmigung des Voranschlages und Abnahme der Staatsrechnung • Wahlen • Entscheid über Beschwerden von Administrativstreitigkeiten
4	Der Ständerat zählt 46 Mitglieder, für jeden Kanton 2 und jeden Halbkanton 1 Mitglied.
5	Das Recht schützt die Gesellschaft, schutzbedürftig sind materielle und immaterielle Güter. Als materielle Güter gelten: das Eigentum und der Besitz von Mobilien und Immobilien. Als immaterielle Güter zählen: das Leben, die Gesundheit, die Freiheit, die Ehre, die Familie die Heimat, Urheberrechte an literarischen und musikalischen Schöpfungen usw.
6	Ursprünglich bedeutete der Begriff der Gerechtigkeit die Übereinstimmung mit dem geltenden Recht. Ohne die enge Beziehung zum Recht aufzugeben hat die Gerechtigkeit aber seit langem eine umfassendere und stärkere moralische Bedeutung. Sie meint erstens die objektiv inhaltliche Richtigkeit des Rechts und zweitens subjektiv die Rechtsschaffenheit einer Person. Gerechtigkeit ist damit ein Grundbedürfnis menschlichen Verlangens, keine Gesellschaft will auf sie verzichten.
7	Träger von Rechten und Pflichten kann nur eine rechtsfähige Person sein. Sie wird als „Rechtssubjekt“ bezeichnet.
8	Alle Menschen von Geburt bis zum Tod.
9	Als juristische Personen bezeichnet man Organisationen, welchen die Rechtsordnung eine eigene Rechtsfähigkeit zuerkennt.
10	Den Gegenbegriff zum Rechtssubjekt bildet der Begriff „Rechtsobjekt“. Als Rechtsobjekt bezeichnet wird alles, was vom Menschen beherrschbar ist und ihm von der Rechtsordnung so zugeordnet werden kann. Rechtsobjekte sind bewegliche und unbewegliche Sachen und Rechte, nicht aber andere Menschen. Die Rechte der Menschen können sich auf Gegenstände (Objekte, Sachen, Rechte) beziehen.
11	Schuldrechtliche Ansprüche.
12	Die Beziehungen natürlicher und juristischer Personen (Rechtssubjekte) untereinander sowie die Beziehungen zu Gegenständen (Rechtsobjekte) werden durch Rechtsgeschäfte geregelt. Rechte können von natürlichen und von juristischen Personen wahrgenommen werden. D.h., natürliche und juristische Personen sind Rechtssubjekte und damit rechtsfähig.
13	Rechtsfähigkeit ist die Fähigkeit von natürlichen und juristischen Personen, Träger von Rechten und Pflichten zu sein. Jeder Mensch (natürliche Person) ist von seiner Geburt bis zu seinem Tod rechtsfähig, er ist also Träger von Rechten und Pflichten. Jede juristische Person ist von der Gründung bis zur Auflösung rechtsfähig z.B.: Eine GmbH ist von der Eintragung in das Handelsregister bis zur Löschung im Handelsregister rechtsfähig.
14	Jedes Zusammenleben von Menschen bedarf einer gewissen Ordnung. Ohne Ordnungsregeln bestünde Chaos. Daher greift der Staat ordnend ein und erlässt Verhaltensvorschriften mit Befehlscharakter, die man als „Rechtsordnung“ bezeichnet. Das menschliche Verhalten in der Gemeinschaft wird aber nicht allein durch das Recht, sondern auch durch Sitte und Moral (Sittlichkeit) bestimmt.
15	Recht und Moral weisen Gemeinsamkeiten auf und sind miteinander verbunden. Zusammen bilden sie viele der höchsten Wertvorstellungen (z.B. die Achtung vor dem menschlichen Leben), die z.B. auch in Rechtsvorschriften niedergelegt sind. Die Sitte bestimmt das äussere Verhalten der Menschen untereinander. Verletzt man die Regeln der Sitte, des Anstandes oder des richtigen Benehmens, wird man in der Gesellschaft geächtet oder sogar isoliert.

Antworten zu den Kontrollfragen / Prüfungsfragen MARKOM

MARKOMBUCH MARKOM ZLP-Teil 2 – BWL, VWL, Recht

www.markombuch.ch / www.marketingcoaching.ch / www.markomfragen.ch / www.markomlexikon.ch

Kontrollfragen Kapitel 20 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Die Rechtsordnung, das Recht im objektiven Sinn, ist die Gesamtheit der Vorschriften, die das menschliche Gemeinschaftsleben in bindender Weise regeln.
2	Dieser Grundsatz der gesetzmässigen Verwaltung besagt, dass die staatlichen Organe in ihrer Tätigkeit streng an die Verfassung und an die Gesetze gebunden sind und somit nicht willkürlich handeln dürfen.
3	Damit der Staat nicht zu mächtig wird, ist die Staatsgewalt auf die drei Gewalten (Behörden) Legislative, Exekutive und Judikative aufgeteilt.
4	(Rechtssetzung): Die gesetzgebende Behörde erlässt die Gesetze; ihr kommt die gesetzgebende Gewalt zu.
5	Das Geschriebene Gesetz, das Gewohnheitsrecht (Usanzen) – das ungeschriebene Gesetz und die Gerichtspraxis/Richterliches Recht.
6	Dazu zählen lang geübte Bräuche, die als allgemein verpflichtend angesehen werden. Von besonderer Bedeutung sind die Orts- und Handelsgebräuche (Handelsusanzen). Das Gewohnheitsrecht ist das ungeschriebene Recht. Ursprünglich waren die rechtlichen Bestimmungen nicht schriftlich niedergelegt, sondern wurden mündlich überliefert. Das Recht ist im Laufe der Jahrhunderte aus der Gewohnheit der Menschen entstanden. Es hat sich allmählich aus alten Bräuchen und ständiger Übung gebildet. In der Gemeinschaft hat sich dann die Überzeugung durchgesetzt, dass ein bestimmtes Verhalten allgemein verbindlich sei. In Europa war das Gewohnheitsrecht bis gegen Ende des Mittelalters vorherrschend. Heute ist es nicht ganz verschwunden, aber doch spärlich geworden. Zum Gewohnheitsrecht gehören der Handelsgebrauch (die Handelsusanz) und der Ortsgebrauch, die für den kaufmännischen Verkehr einige Bedeutung haben. Unter dem Handelsgebrauch versteht man eine Gepflogenheit, die durch langjährige Gewohnheit entstanden ist und statt besonderer vertraglicher Vereinbarungen gilt, z.B. im Getreide- und Seidenhandel (OR Art. 212 Abs. 3). Um einen Ortsgebrauch handelt es sich, wenn die Handelsusanz nur an einzelnen Handelsplätzen oder in einem beschränkten Gebiet verbindlich ist.
7	Die Verfassung ist der wichtigste Gesetzeserlass eines jeden Staates und bildet das Fundament der Gesetzgebung.
8	Die Gesetze konkretisieren die Bestimmungen der Verfassung und machen sie allgemein anwendbar. Gesetze stützen sich zwingend auf die BV ab und enthalten Vorschriften für eine Vielzahl von Lebenssituationen. Gesetze werden von der Bundesversammlung (National- und Ständerat) beschlossen und unterliegen dem fakultativen Referendum.
9	Es ordnet die Rechtsbeziehung zwischen gleichwertigen Personen.
10	Es regelt die Rechtsbeziehung zwischen dem Staat und dem einzelnen Bürger. Der Staat vertritt dabei die Interessen der Allgemeinheit.
11	Viele Rechtsvorschriften gelten nur dann, wenn die beteiligten Parteien nichts anderes vereinbart haben. Solche Rechtsvorschriften bezeichnet man als ergänzendes oder dispositives Recht.
12	Der Staat vertritt dabei die Interessen der Allgemeinheit.
13	Personenrecht, Familienrecht, Erbrecht und Sachenrecht.
14	Es ist vor allem das Gesetz des Kaufmanns. Ein besonderes Handelsgesetzbuch besteht in der Schweiz nicht.
15	Ein Rechtsgrundsatz ist eine Rechtsbestimmung, welche eine grosse Bedeutung hat und in verschiedenen Rechtsgebieten Anwendung findet. Gewisse Rechtsgrundsätze sind in der Bundesverfassung festgehalten. Auch die Einleitungsartikel im ZGB gelten grundsätzlich für die gesamte Rechtsordnung.

Kontrollfragen Kapitel 21 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Eine Obligation ist eine Schuld oder eine Verpflichtung. Hier bedeutet die Obligation nicht ein Wertpapier, sondern eine Verpflichtung. Es geht hier um Schuldverhältnisse zwischen zwei oder mehreren Parteien.
2	Vertrag, unerlaubte Handlung und ungerechtfertigte Bereicherung.
3	Wenn jemand einem anderen widerrechtlich einen Schaden zufügt, so hat er diesen Schaden zu ersetzen. Entstehungsgrund ist hier die unerlaubte Schädigung einer anderen Person, eben die unerlaubte Handlung: sie lässt eine Obligation auf Schadenersatz entstehen.
4	Schaden, Wiederrechtlich, adäquater Kausalzusammenhang und Verschulden.
5	Auf Grund gewisser gesetzlicher Bestimmungen kann die blosser Schädigung genügen, um haftpflichtig zu werden. Ein Verschulden ist, im Gegensatz zur Verschuldenshaftung, nicht Voraussetzung. Eine milde (gewöhnliche) Kausalhaftung ist dann gegeben, wenn eine Haftungsbefreiung infolge Sorgfaltnachweise möglich ist.
6	Nach einem Jahr.
7	Oftmals werden aus Irrtum oder aus einem Vertragsverhältnis, das nie in Kraft getreten ist bzw. rückgängig gemacht wurde, Vermögensverschiebungen (Geld- oder Sachleistungen) gemacht. Derjenige, der die Leistung erhalten hat, ist aus dem Vermögen des anderen grundlos, also ungerechtfertigt, bereichert.
8	Die Willensäußerung einer einzigen Partei genügt, um die Rechtswirkung herbeizuführen.
9	Stillschweigend, mündlich, schriftlich, per Fax, per E-Mail, auf dem Internet als Shoppinglösung mit Warenkorb
10	Die Vertragsfreiheit umfasst neben der Inhaltsfreiheit auch die Formfreiheit. Das bedeutet, dass ein Vertrag grundsätzlich in jeder beliebigen Form abgeschlossen werden kann.
11	Subjektive Unmöglichkeit bedeutet, dass der Schuldner nicht fähig ist, den Vertrag so zu halten; jemand anderes könnte aber dazu durchaus in der Lage sein, z.B. kann ich mit Ihnen zwar einen Vertrag für einen Flug mit dem Space Shuttle abschliessen, könnte den Vertrag aber nicht erfüllen. Hingegen die NASA wäre dazu wohl in der Lage.
12	Die Parteien müssen sich über die wesentlichen Vertragspunkte einig sein (Konsens).
13	Wer handlungsfähig ist, ist auch vertragsfähig d.h. er kann Verträge rechtsgültig abschliessen.
14	<ul style="list-style-type: none"> • Widerrechtlichkeit (gegen das Gesetz verstossen) • unsittlich (gegen Sitte und Moral verstossen) • Unmöglichkeit (niemand auf der Welt kann das leisten)
15	Wenn sich eine Partei durch Ausbeutung einer Notlage, Unerfahrenheit oder Leichtsinns der anderen Partei eine Leistung versprechen lässt, welche in einem offensichtlichen Missverhältnis zur eigenen Leistung steht wird als Übervorteilung bezeichnet. Als Furchterregung wird bezeichnet, wenn die Willensbildung durch Androhung von Nachteilen beeinflusst wird. Frist: Innert 1 Jahr nach Wegfall der Drohung
16	Der Vertrag muss Schriftlich abgefasst und unterschrieben werden (Lehrvertrag, Konkurrenzverbot, Abtretung einer Forderung).
17	Der Vertrag wird unter Mitwirkung einer Urkundsperson schriftlich aufgesetzt und mitunterschrieben (Grundstückskauf, Bürgschaftsvertrag, Ehevertrag, Erbvertrag).
18	Die Rechtswirkung wird erst mit dem Eintrag in ein öffentliches Register wirksam (Handelsregister (HR), Grundbuch (GB), beim Abzahlungskauf vereinbarter Eigentumsvorbehalt wird erst mit dem Eintrag ins Eigentumsvorbehaltsregister wirksam).
19	Bei Nichtbeachtung der gesetzlichen Formvorschriften ist der Vertrag nichtig.
20	Die öffentliche Beurkundung ist vorgeschrieben für Kauf und Verpfändung von Liegenschaften, für die Bürgschaftsverpflichtung einer natürlichen Person über CHF 2'000.-- oder für die Gründung einer AG.

Kontrollfragen Kapitel 22 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Durch die Annahme eines Auftrages verpflichtet sich der Beauftragte, die ihm übertragenen Geschäfte oder Dienste vertragsgemäss zu besorgen (Art. 394 Abs. 1 OR).
2	<ul style="list-style-type: none"> - Honorarpflicht falls üblich oder vereinbart - Ersatz der Auslagen und Verwendungen - Ersatz für Schaden, der dem Beauftragten bei der Auftragsausübung entstanden ist.
3	Dass das Eigentum an einer Sache oder an einem Recht auf eine neue Person übertragen wird.
4	Kaufgegenstand können bewegliche und unbewegliche körperliche Sachen, aber auch unkörperliche Sachen (z.B. elektrische Energie), Forderungen (Forderungskauf) und Immaterialgüterrechte („geistiges Eigentum“, z.B. Urheberrechte) sein.
5	Hat die Pflicht die Kaufsache zu liefern.
6	Der Verkauf von beweglichen Sachen resp. Gegenständen wird als Fahrniskauf bezeichnet.
7	<ul style="list-style-type: none"> - öffentliche Beurkundung bei Vertragsabschluss - Eintragung im Grundbuch bei Vertragserfüllung (Eigentumsübergang)
8	Die Haftung des Verkäufers für Mängel eines Gebäudes (Gewährleistung, Garantie) verjährt nicht wie bei beweglichen Sachen nach einem Jahr, sondern erst nach 5 Jahren.
9	Der Verkäufer hält den vereinbarten Liefertermin nicht ein.
10	<p>Fixgeschäft: Ein solches liegt vor, wenn ein bestimmter Liefertermin vereinbart wurde in der beiden Parteien erkennbaren Absicht, dass eine verspätete Lieferung für den Käufer sinnlos wäre. Beispiele: Bestellungen auf einen bestimmten Anlass hin (Hochzeitskleid, Trauerkranz, Waren für eine Ausstellung usw.), Börsenabschlüsse. In diesem Fall kommt der Lieferant bei Überschreitung des Liefertermins ohne weiteres in Verzug. Der Käufer kann Schadenersatz verlangen und auf die Lieferung verzichten.</p> <p>Mahngeschäft: Ein solches liegt vor, wenn der Liefertermin nicht von entscheidender Bedeutung ist oder kein genauer Termin vereinbart wurde. In diesem Fall kommt der Lieferant bei verspäteter Lieferung nicht ohne weiteres in Verzug, sondern erst, wenn der Käufer ihn mahnt. Zugleich setzt er ihm eine Nachfrist. Erst, dann wird die Rechtslage ähnlich wie bei einem Fixgeschäft: Wenn die Nachfrist überschritten wird, kann der Käufer Schadenersatz verlangen und auf die Lieferung verzichten.</p>
11	Prüfung, Anzeige und Aufbewahrung.
12	Wandelungsklage = Rückgängigmachung des Vertrages. Der Kaufvertrag wird aufgelöst und die mangelhafte Ware dem Lieferanten zurückgegeben. Selbstverständlich ist ein allfällig bereits bezahlter Kaufpreis zurückzuerstatten; z.B. wenn die Ware unbrauchbar ist, insbesondere bei einem Speziaukauf.
13	Der Empfänger einer unverlangten Ware ist weder zum Kauf noch zur Aufbewahrung oder Rücksendung der nicht bestellten Sache verpflichtet. Anstandshalber schickt man in der Regel die unverlangte Ansichtssendung wieder zurück, und zwar frankiert oder unfrankiert.
14	Der Käufer kauft mehr Waren ein, als er gerade braucht. Die ganze Menge wird aber nicht auf einmal geliefert, sondern nach und nach, in Teilsendungen nach dem Willen des Käufers. Der Käufer wird dann auf Abruf kaufen, wenn er Mengenrabatte erhält, günstige Einkaufsmöglichkeiten bestehen, aber seine Lagermöglichkeiten beschränkt sind oder wenn er nicht den ganzen Betrag auf einmal hinlegen kann oder will.
15	Der Arbeitsvertrag ist die individuelle Abmachung zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern über die Arbeitsbedingungen.
16	Der Einzelarbeitsvertrag wird zwischen einem einzelnen Arbeitgeber und einem einzelnen Arbeitnehmer abgeschlossen und beim Normalarbeitsvertrag handelt es sich um gesetzliche Bestimmungen für gewisse Berufsbranchen.

Antworten zu den Kontrollfragen / Prüfungsfragen MARKOM

MARKOMBUCH MARKOM ZLP-Teil 2 – BWL, VWL, Recht

www.markombuch.ch / www.marketingcoaching.ch / www.markomfragen.ch / www.markomlexikon.ch

17	Persönliche Arbeitspflicht, Sorgfalts- und Treupflicht, Rechenschafts- und Herausgabepflicht, Leistung von Überstunden, Befolgungspflicht, Haftung für Schadenverursachung, Beachtung eines allfälligen Konkurrenzverbotes.
18	Lohnzahlungspflicht, Lohnfortzahlungspflicht, Fürsorgepflicht, Spesenersatz, Einräumen von Freizeit, Ferien, Ausstellen eines Arbeitszeugnisses.
19	Ein unbefristetes Arbeitsverhältnis kann von jeder Vertragspartei gekündigt werden. Die Kündigung kann mündlich oder schriftlich erfolgen und ist auf Verlangen zu begründen (Art. 335 OR).
20	Nicht beendet wird das Arbeitsverhältnis, wenn der Arbeitgeber stirbt (Art. 338a OR; das Arbeitsverhältnis geht auf die gesetzlichen Erben über) oder wenn der Betrieb veräussert wird und auf einen Dritten übergeht (Art. 333 Abs. 1 OR).
21	Mit dem Werkvertrag verpflichtet sich der Unternehmer zur Herstellung eines Werkes, der Besteller zur Leistung einer Vergütung.
22	Das Werk ist das körperliche (bewegliche oder unbewegliche) oder unkörperliche Ergebnis von Arbeitsleistungen, also ein Arbeitsergebnis.
23	Um die gewünschte Leistung für den Kunden/Konsumenten beziehen zu können ausser mit Bargeld.
24	Wenn die Überlassung einer Sache auf eine bestimmte Zeit gegen ein in Teilbeträgen zu zahlendes Entgelt vereinbart wurde.
25	Der Konsument kann die Pflichten aus dem Konsumkreditvertrag vorzeitig erfüllen und hat dann Anspruch auf Erlass der Zinsen, welche auf die nicht beanspruchte Kreditdauer entfallen.

**Kostenlose Mindmaps zur MARKOM Prüfung:
www.markom-lexikon.ch**

Kontrollfragen Kapitel 23 - MARKOM BUCH ZLP Teil 2

NR	ANTWORTEN
1	Im Zentrum des Kommunikationsrechts steht die Unternehmung als wirtschaftliche Einheit.
2	Publikumswerbung im Arzneimittelrecht.
3	Ja
4	Werbeauftrag, Nutzungsvertrag, Annoncenpacht, Ausstellungsvertrag, Vorführ/Verbreitungsvertrag und Wahrnehmungsvertrag.
5	Der Werbeleistungsvertrag definiert in verbindlichem Rahmen die Zusammenarbeit zwischen einer Werbeagentur und einem Auftraggeber.
6	100 Leuten werden die gleichen Aufgaben und die gleichen Mittel zur Verfügung gestellt. Je eher sich daraus 100 verschiedene Resultate erwarten lassen, desto eher liegt Individualität vor.
7	Recht auf Erstveröffentlichung und Recht auf Anerkennung der Urheberschaft.
8	Überlassung an Dritte, Zutritts- und Ausstellungsrecht, Schutz in der Kommunikation.
9	<ul style="list-style-type: none"> - Verwertungspflicht, d.h. Pflicht zur Eintreibung der Urheberrechtsgebühren - Pflicht zur Geschäftsführung nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten, sie sind jedoch nicht gewinnstrebig - sie sind dem Grundsatz der Gleichbehandlung verpflichtet - Pflicht zum Aushandeln von Tarifen, die von der Eidgenössischen Schiedskommission kontrolliert werden - Pflicht zum Erlass eines Verteilungsreglements (Verteilung nach Ertrag)
10	Vermögenrechtlicher Vorteil, Zufälligkeit, Vermögensrechtlicher Einsatz und Planmässigkeit Gewinn.
11	Werbegewinnspiele (Sweepstakes) sind Spiele mit Vorabverlosungen.
12	Es bezweckt ein expansives Wachstum der Vertriebsorganisation durch Mund-zu-Mund-Propaganda bei gleichzeitiger Einsparung von traditionellen Marketingkosten. Ja
13	Die Preisbekanntgabeverordnung (PBV)
14	Das Datenschutzgesetz (DSG) bezweckt den Schutz der Persönlichkeit von Personen vor einer unrechtmässigen Bearbeitung und Weitergabe ihrer Daten.
15	Die grundlegende Idee der Marke besteht in der Verknüpfung eines bestimmten (optischen oder akustischen) Zeichens mit einer Ware oder einer Dienstleistung.
16	Unter dem Begriff der Wortmarke versteht man sinngemäss den Namen. Dieser kann durch vermeintlich sinnlose Buchstaben- und Wortzusammenfügungen (BP, IBM), durch eine Zahlenkombination (4711), durch Verbindungen von Zahlen und Buchstaben (3M, DC 10) oder einfach durch Sachbezeichnungen in bestimmten Zusammenhängen (Kinder-Schokolade) zustande kommen.
17	Die Garantiemarke ist eine selbständige Marke eines einzelnen Markeninhabers, die von verschiedenen Unternehmen unter der Kontrolle des Markeninhabers verwendet werden kann und die gewisse Eigenschaften der entsprechenden Produkte gewährleistet (Gütesiegel aller Art z.B. Wollsiegel, Armbrust, Bioknospe).
18	Gemeingut, Sachbezeichnungen, Beschaffenheitsangaben, Freizeichen, geometrische Figuren, irreführende Zeichen.
19	Verwechslungsgefahr, Gesamteindruck, Erinnerungsbild, Personenkreis und Warenleichartigkeit.

Antworten zu den Kontrollfragen / Prüfungsfragen MARKOM

MARKOMBUCH MARKOM ZLP-Teil 2 – BWL, VWL, Recht

www.markombuch.ch / www.marketingcoaching.ch / www.markomfragen.ch / www.markomlexikon.ch

20	Die Hinterlegungsgebühr wird jeweils für 10 Jahre geleistet.
21	Herkunftsangaben sind direkte oder indirekte Hinweise auf die geografische Herkunft von Produkten, einschliesslich Hinweisen auf die Beschaffenheit oder auf Eigenschaften, die mit der Herkunft zusammenhängen.
22	Das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb (UWG) bezweckt, den lauterer und unverfälschten Wettbewerb im Interesse aller Beteiligten zu gewährleisten.
23	Bei werben mit Selbstverständlichkeiten, Negativwerbung, Gefühlsbetone Werbung, Werbung mit Geschenken.
24	Aggressiver Kundenfang, Haustür-/Domizilverkauf, Lockvögel und Zugaben.
25	Klasse A, Klasse B, Klasse C, Klasse D und Klasse E

**Kostenlose Mindmaps zur MARKOM Prüfung:
www.markom-lexikon.ch**