

# MVA Marketing- / Verkaufsassistenten

Nullserie

## Fallstudie 6 / BWL+VWL & Recht

Zeit: 40 Minuten

Name:		Punkte:
Vorname:		Note:
Visum Korrektor:	Visum Experte:	

**Bitte beachten Sie:**

- Diese Prüfung umfasst inklusive Deckblatt **8** Seiten. Haben Sie alle Seiten erhalten?
- Schreiben Sie ausschliesslich mit **nicht radierbarem** Schreibzeug.
- Alle Lösungen haben auf diesen Aufgabenblättern zu erfolgen. Für die Korrekturen werden nur Lösungen berücksichtigt, die an dem dafür vorgesehenen Platz stehen! Bei Platzmangel kann ausnahmsweise die Rückseite des betreffenden Blattes verwendet werden. In einem solchen Fall ist dies bei der entsprechenden Aufgabe zu vermerken!
- Der gesamte Aufgabensatz ist am Ende der Prüfung abzugeben. Falls Sie die Prüfung auseinandernehmen, sind Sie dafür verantwortlich, dass alle Aufgabenblätter vollständig abgegeben werden.
- Die vergebenen Punkte entsprechen ungefähr dem Zeitaufwand für die Beantwortung der betreffenden Frage. Teilen Sie Ihre Zeit also dementsprechend ein!
- Hilfsmittel: Taschenrechner

Teil	Aufgaben	Anz. Aufgaben	Richtzeit	Punkte
1	Lesen der Aufgabenstellung	-	5	0
2	Fallaufgaben lösen	6	35	40
	<b>Total</b>		<b>40 Min.</b>	<b>40</b>

## Hinweise zur Nullserie

### Korrekte Beantwortung

- Lesen Sie die ganze Frage und Wahlantworten sorgfältig durch.
- Beantworten Sie alle Fragen. Es werden keine Abzüge für falsche Antworten vorgenommen.
- Jede nicht beantwortete Frage wird wie eine falsch beantwortete Frage mit null Punkten bewertet.

### Lesen der Aufgabenstellung und Aufgaben

- Lesen Sie die Aufgabenstellung und die Aufgaben aufmerksam durch.

### Aufgaben lösen

- Lösen Sie die Aufgaben direkt unterhalb der Aufgaben.
- Jede richtige Antwort wird mit **3 bis 12 Punkt** bewertet.

### Notenschlüssel:

Note	1.0	1.5	2.0	2.5	3.0	3.5	4.0	4.5	5.0	5.5	6.0
Punktzahl ab	0	2	6	10	14	18	22	26	30	34	38
bis	1	5	9	13	17	21	25	29	33	37	40

## Fallstudie 2 / Aufgabestellung

### Fallstudie «Migros»

#### Ausgangslage

Sie arbeiten als MVA für die Migros Genossenschaft Zürich. Ihre Konkurrenten sind die klassischen Detailhändler Coop, Aldi, Lidl, Volg, sowie weitere Detailhändler. Die Migros wurde 1925 gegründet und gehört zu den grössten Detailhandelsunternehmen der Schweiz. Sie ist ein Verbund von zehn Genossenschaften. Den Kern bilden zehn regionale Genossenschaften, die zusammen den 1941 gegründeten Migros-Genossenschafts-Bund (MGB) bilden. Dem MGB wiederum sind zahlreiche Tochtergesellschaften und Beteiligungen untergeordnet.

Die Migros erzielte letztes Jahr einen Gesamtumsatz von CHF 30.1 Mia. Die Marktführerschaft hat die Migros im Bereich Lebensmittelmarkt an seinen grössten Konkurrenten Coop abgegeben.

Aufgrund dieser neuen Situation hat die Migros in der Strategie entschieden, dass sie sich vermehrt auf das Kerngeschäft (Lebensmittelmarkt) konzentrieren wird, um mehr Marktanteil zu gewinnen und wieder die Marktführerschaft zu übernehmen.

## Fallaufgaben

1)	<b>Marktgrössen</b>	<b>12 Punkte</b>
	Erreichte Punkte	

Die Geschäftsleitung möchte als erstens die Marktgrössen analysieren.

Gegeben (2023, Schweiz):

Marktvolumen: CHF 102.6 Mia

Umsatz Migros: CHF 30.1 Mia

Umsatz Coop: CHF 30.7 Mia

Der Sättigungsgrad beträgt 90%

Rechnen Sie folgende Kennzahlen aus:

- Marktanteil Migros und Coop
- Marktpotenzial Markt Schweiz

Zeigen Sie den Lösungsweg auf. Runden Sie die Lösungen auf 1 Kommastelle genau.

## Antwort

Marktanteil Migros % und Coop %	Marktpotenzial Markt Schweiz
<p><b>Marktanteil Migros:</b></p> $100\% / \text{CHF } 102.6 \text{ Mia} \times \text{CHF } 30.1 \text{ Mia} =$ <p><b><u>29.3 %</u></b></p> <p><b>Marktanteil Coop:</b></p> $100\% / \text{CHF } 102.6 \text{ Mia} \times \text{CHF } 30.7 \text{ Mia} =$ <p><b><u>29.9 %</u></b></p>	<p><b>Marktpotenzial</b></p> $\text{CHF } 102.6 \text{ Mia} / 90\% \times 100\% =$ <p><b><u>CHF 114 Mia</u></b></p>

2)	<b>Marktwachstum</b>	<b>7 Punkte</b>
	Erreichte Punkte	

Die Migros möchte wieder die Marktführung übernehmen und überlegt sich in diesem Zusammenhang eine Marktwachstumsstrategie.

Welche Marktwachstumsstrategie schlagen Sie vor?  
Beschreiben und begründen Sie Ihre Strategie detailliert.

**Antwort**

<b>Marktwachstumsstrategie</b>	<b>Beschreibung und Begründung</b>
<p>Theoretisch können hier alle 4 Wachstumsstrategien als richtig bewertet werden. Die Betrachtungsweise ist hier massgebend. Die Beschreibung und die Begründung zu der Strategie müssen zwingend passend sein.</p> <p>Folgende Wachstumsstrategien sind möglich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktdurchdringungsstrategie</li> <li>• Marktentwicklungsstrategie</li> <li>• Produktentwicklungsstrategie</li> <li>• Diversifikation</li> </ul>	<p>Beurteilung durch den Experten. Verschiedene Antworten möglich. Die möglichen Antworten müssen plausibel sein und zu der gewählten Strategie passen.</p>

3)	<b>Bilanz</b>	<b>6 Punkte</b>
	Erreichte Punkte	

Gerne würde die Migros eine Filiale genauer unter die Lupe nehmen. Deshalb haben Sie von der Filiale Paradeplatz die Bilanz gefordert.

Die Filialleiterin hat Ihnen die Angaben vom letzten Jahr (31.12.2022) wie folgt zugestellt. Gerne würden Sie die Darstellung mittels T- Konto (Kontokreuz) ihrem Vorgesetzten präsentieren.

Kennzahlen (in CHF 1`000):

Anlagevermögen 790, Eigenkapital 550, Langfristiges Fremdkapital 471, Umlaufvermögen 410, Kurzfristiges Fremdkapital 179

**Antwort**

Bilanz per 31.12.2022 (in 1`000 CHF)

Aktiven		Passiven	
Umlaufvermögen	410	Kurzfristiges Fremdkapital	179
		Langfristiges Fremdkapital	471
Anlagevermögen	790	Eigenkapital	550
	1`200		1`200

4)	<b>Preisgabe Verordnung</b>	<b>3 Punkte</b>
	Erreichte Punkte	

Eine Kundin hat die Preisbeschriftung für ein Produkt in einer Filiale bemängelt. Sie gehen dem nach und wollen herausfinden, wie die Verkaufspreise am Verkaufspunkt angeschrieben sein müssen.

Was schreibt hier die die Preisgabe Verordnung vor? Welche Verordnungen muss die Migros allgemein beachten?

**Antwort**

Preise müssen **klar** und **vergleichbar** sein und dürfen **nicht irreführend** sein. Die tatsächlichen vom Endkunden zu bezahlenden Preise für ein genau umgeschriebenes Produkt sind offenzulegen.

5)	<b>Grundsätze der Datenbearbeitung</b>	<b>6 Punkte</b>
	Erreichte Punkte	

Mittels Cumulus Karte erhebt die Migros die Kundendaten in Bezug auf die Käufe Ihrer Kunden und kann natürlich auch das Kundenverhalten analysieren.

Welche Grundsätze schreibt das Datenschutzgesetz vor?

**Antwort**

- Rechtmässige Beschaffung
- Treu und Glauben
- Zweckbindung
- Verhältnismässigkeit
- Integrität der Daten (Richtigkeit)
- Auskunftsrecht

6)	Organisationsformen	<b>6 Punkte</b>
	Erreichte Punkte	

Für eine neue Filiale (Filiale Hirslanden) erhalten Sie den Auftrag ein Organigramm (gültig per 01.01.2023) zu gestalten. Folgende Stellen sind vorgesehen.

Filialleiter, Stellvertreter Filialleiter, Abteilungsleiter Non Food, Abteilungsleiter Food, Abteilungsleiter Getränke, Non Food Mitarbeiter 1, Food Mitarbeiter 1, Food Mitarbeiter 2, Food Mitarbeiter 3, Getränke Mitarbeiter 1, Leiterin Kasse, Abteilungsleiter Kundendienst, Kundendienstmitarbeiter 1, Mitarbeiterin Kasse 1, Mitarbeiterin Kasse 2, Logistikmitarbeiter 1.

Zeichnen Sie das Organigramm für die Filiale, das und begründen Sie Ihre Wahl.

**Antwort**

Organigramm Migros Filiale Hirslanden (gültig per 01.01.2023)

