

*Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca***STAATLICHE ABSCHLUSSPRÜFUNG DER OBERSCHULE**

Fachrichtung: ITRI – VERWALTUNG, FINANZWESEN UND MARKETING
SCHWERPUNKT WELTWIRTSCHAFT UND HANDEL

Arbeit aus: BETRIEBSWIRTSCHAFT UND GEOPOLITIK und ENGLISCH

Bearbeiten Sie den ersten Teil und zwei der Themenstellungen des zweiten Teils, davon eine aus Betriebswirtschaft und Geopolitik und eine aus Englisch.

ERSTER TEIL

Dem Jahresabschluss des Industrieunternehmens Alfa AG können folgende Angaben entnommen werden.

Jahresabschluss der Alfa AG zum 31.12.2017**1) Lagebericht****Profil**

Die Alfa AG produziert und vermarktet Türen und Fenster mit technisch innovativen Lösungen für Wärmedämmung, Schallschutz und Sonnenstrahlenschutz.

Der außerordentliche Erfolg einiger Produkte beruht auf den Eigenschaften der verwendeten Materialien, welche eine Verbesserung des Wohnkomforts bewirken, was von den Verbrauchern sehr geschätzt wird.

Die Innovationen der Alfa AG beruhen auf kontinuierlichen Investitionen in Forschung und Entwicklung und fußen unter anderem auf der Entwicklung und Realisierung von speziellen Dichtungen zur bestmöglichen Umsetzung von Schallschutz und Witterungsbeständigkeit.

Strategie

Der Strategieplan der Alfa AG sieht für das Geschäftsjahr 2018 ein nachhaltiges und wirtschaftlich bedeutsames Wachstum vor und stützt sich auf einige Grundelemente, darunter:

- die Produktinnovation durch Einführung einer neuen Linie von Türen und Fenstern mit innovativen Materialien, von entscheidender Bedeutung für die Festigung des Wettbewerbsvorteils;
- die Expansion durch einen geografischen Ausgleich der Verkäufe über:
 - die Fokussierung auf die Kernmärkte;
 - die Entwicklung neuer nationaler und internationaler Märkte mit großem Wachstumspotential;
- die Neuordnung der Vertriebskanäle durch:
 - Wachstum des Vertriebskanals „Großhandel“ über die Spezialisierung der Verkaufsmannschaft, die Steigerung der Marktdurchdringung und die Bindung der Mehrmarken-Kunden;
 - die Rationalisierung des Vertriebskanals „Detailverkauf“ über die Reorganisation der Verkaufsstellen;
 - das Wachstum des Vertriebskanals „Online“, im Einklang mit der Entwicklung des Verbraucherverhaltens.

Produktion

Die Produktion der Alfa AG ist so strukturiert, dass folgende Ziele erreicht werden:

- Beibehaltung der hohen Qualitätsstandards;



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

- stetige Verbesserung der Flexibilität und der Markteinführungszeit („time to market“). Diese Firmenphilosophie entwickelt sich besonders in der Modebranche immer mehr in Richtung „time to consumer“, wie auch aus dem untenstehenden englischsprachigen Artikel hervorgeht;
- Steigerung der Produktivität;
- Eindämmung der Kosten.

Die Auswahl der Rohstofflieferanten wird mit besonderer Sorgfalt durchgeführt, unter Beachtung der technologischen Kompetenz, der Qualitätsstandards und der Fähigkeit zur Einhaltung der geforderten Lieferzeiten.

Forderungsausfallrisiken

Die Alfa AG strebt danach, das Risiko der Zahlungsunfähigkeit der eigenen Kunden möglichst gering zu halten, indem die Kreditpolitik gezielt die Verkäufe auf zuverlässige und zahlungsfähige Kunden konzentriert.

Liquiditätsrisiko

Dieses Risiko kann eintreten, wenn die Beschaffung von Finanzmitteln zur Aufrechterhaltung der betrieblichen Tätigkeit nicht im richtigen Moment zu wirtschaftlich tragbaren Konditionen möglich ist. Die Kassaflüsse, der Finanzierungsbedarf und die Liquidität des Unternehmens werden ständig vom Liquiditätsverantwortlichen überwacht, um einen effizienten und zweckdienlichen Einsatz der Finanzmittel zu gewährleisten.

2) Angaben zur Vermögensaufstellung

Gesellschaftskapital

Das vollständig gezeichnete und eingezahlte Gesellschaftskapital besteht aus 1.200.000 Aktien mit dem Nominalwert von 1,00 EUR pro Aktie.

Rücklagen

Die folgende Tabelle zeigt die Rücklagen im Detail:

Rücklage	Jahr 2017	Jahr 2016	Veränderung
gesetzliche Rücklage	156.000	150.000	6.000
statutarische Rücklage	156.000	150.000	6.000
andere Rücklagen	100.000	100.000	-

3) Zusammenfassung der wirtschaftlichen Ergebnisse

Aus den Unterlagen des neugliederten Jahresabschlusses sind folgende Kennzahlen ermittelt worden:

- ROI 8 %
- ROS 6 %.

Read the text below

Shifting Focus from "Time to Market" to "Time to Consumer"

The fashion industry is fueled by change, and in today's market where trends are short-lived and consumers are fickle, apparel organizations have two choices: keep up with consumer demands or abandon everything.

In order to survive, businesses must react instantly to fashion shifts. They need to shift attention from



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

"time to market" to "time to consumer," focusing on how to go from design, to production, to getting the product into the consumer's hands as quickly as possible.

Omni-channel availability is growing exponentially, providing consumers with instant access to product comparison data. Shopping has become synonymous with research, and buying is seen as a commitment made only for the best version of a product at the very best price. It has been this paradigm shift from seduction-by-product to seduction-by-price that has led to a decrease in brand loyalty and the birth of a new generation of shoppers who are much more inclined to bypass their favorite brands in the event that a less expensive alternative is available. After all, fashion is becoming disposable."

Now, challenged by a market dictated by consumers who care more about the price of a product than the label attached to it, retailers are faced with the daunting task of delivering on customer expectations while also delivering on company profit expectations.

(211 words)

Adapted from <https://apparelmag.com/shifting-focus-time-market-time-consumer>

By Bob McKee, Global Fashion Industry Strategy Director, 07/09/2013



Graph from: <https://fee.org/articles/fast-fashion-has-changed-the-industry-and-the-economy/>

Erörtern Sie dieses Dokument, entnehmen Sie diesem die notwendigen Informationen und arbeiten Sie die Vermögensübersicht und die Erfolgsrechnung der Alfa AG in verkürzter Form zum 31.12.2018 aus, woraus eine Verbesserung des Jahresergebnisses hervorgeht.



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Choose the answer which fits best according to the text. Circle one letter.

- 1) The fashion industry must learn to react fast in order to
 - a) improve industrial production methods
 - b) change their brand image
 - c) increase the efficacy of their advertising
 - d) shorten the time required to get new products to consumers

- 2) Omni-channel availability to customers refers to:
 - a) e-marketing by companies
 - b) social media, blogs, and influencers
 - c) all marketing and retailing operations through all communication channels
 - d) opening new retail outlets in expanding economies

- 3) The shift from seduction-by-product to seduction-by-price means that many customers
 - a) are less discriminating about what they buy
 - b) remain loyal to their favourite brands
 - c) think price is more important than brand
 - d) find it hard to choose between so many similar products

- 4) *Answer the question by referring to the graph.*

Briefly explain what has been happening within the global apparel market since 2011, and suggest reasons why there have been these changes.

- 5) *Answer the question. Use complete sentences and your own words.*

What, according to the text, must companies do in order to “survive”, to maintain growth and to prosper, in the apparel industry?



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

ZWEITER TEIL

Bearbeiten Sie zwei der folgenden Themenstellungen (davon eine aus Betriebswirtschaft und Geopolitik und eine aus Englisch). Legen Sie dabei für die betriebswirtschaftliche Themenstellung die Eckpfeiler und die Begründung der vorgeschlagenen Lösungen sowie die zugehörigen Dokumente dar.

1. Die Interpretation des Geschäftsverlaufs erfordert unter anderem eine Bilanzanalyse unter Zuhilfenahme von Kennzahlen. Erstellen Sie einen Bericht über die Finanzlage der Alfa AG zum 31.12.2018 und verwenden Sie dabei geeignete Kennzahlen.
2. Die Beta AG ist ein Industrieunternehmen mit einem einzigen Produkt und hat im Geschäftsjahr 2018 eine negative Abweichung der Erlöse von 12 % ermittelt. Verfassen Sie einen Bericht, aus dem Folgendes hervorgeht:
 - die Ursachen dieser Abweichung in Bezug auf Menge und Preis;
 - die Angaben zur Ausarbeitung des Verkaufsbudgets für das Jahr 2019.
3. You work in the marketing office of a well-established Couture House. A recent report has shown that sales have been gradually slowing down over past few years and, while the company still has many customers, there are less and less of them. Write an email to the members of your department, giving them a brief resumé of the situation and asking them to prepare materials for discussion at a meeting to be held next week.
4. Look back over the past year. Think of an event that particularly struck you at the time. Describe it and explain why it has remained impressed in your memory. Write an article of about 300 words for your school magazine or for any local or special interest magazine.

Setzen Sie erforderliche fehlende Daten ein.

Dauer der Arbeit: 6 Stunden

Der Gebrauch eines nicht kommentierten Zivilgesetzbuchs und von wissenschaftlichen und/oder grafischen Taschenrechnern ohne symbolische Rechenfunktion ist erlaubt (M.V. Nr. 205, Art. 17, Absatz 9).

Der Gebrauch eines deutschsprachigen Wörterbuchs ist erlaubt.

Der Gebrauch eines zweisprachigen Wörterbuchs (Deutsch - Sprache des Herkunftslandes) ist für Schülerinnen und Schüler mit Migrationshintergrund erlaubt.

Für die englische Sprache ist der Gebrauch ein- und zweisprachiger Wörterbücher erlaubt.

Das Schulgebäude darf erst drei Stunden nach Bekanntgabe des Themas verlassen werden.