

- 1a) Die formelle Angebotsprüfung ist eine Prüfung auf Übereinstimmung mit der Anfrage. Zu prüfende Kriterien: Qualität, Menge, Lieferzeit, Lieferungs- und Zahlungsbedingungen. Muster und Proben sind sofort zu prüfen. Bei der materiellen Angebotsprüfung sind Preise, Preisvorbehalte (wie z. B. freibleibend, unverbindlich), Zuschläge (z. B. Mindermengenzuschlag), Abschläge/Nachlässe (Rabatte, Boni), Transportklauseln (frei Werk, frei Haus, Frachtbasis), Folgekosten (z. B. Entsorgung) zu vergleichen. 6
- 1b) Verbindliches Angebot: Der Anbieter ist verpflichtet, alle im Angebot enthaltenen Angaben einzuhalten. Ein Angebot bleibt für einen bestimmten Zeitraum so lange gültig, wie unter verkehrsüblichen Umständen eine Antwort (Bestellung) eingehen kann. Ausnahme: Mündliche Angebote verlieren sofort ihre Gültigkeit. 3
- Unverbindliches Angebot: Freizeichnungsklauseln bewirken, dass die Anbieter sich bezüglich bestimmter Angaben oder des gesamten Angebots nicht festlegen. (Preise freibleibend, solange Vorrat reicht, ohne Obligo). 2
- Befristetes Angebot: Spätester Termin der Bestellung ist angegeben. Das Angebot gilt z. B. bis zum 31.07.2009. 1
- 2a) Bei den Gesellschaftern einer OHG gibt es keine Haftungsbeschränkung gegenüber den Gesellschaftsgläubigern (vgl. § 105 Abs. 1 HGB). Die Gesellschafter haften für die Verbindlichkeiten der Gesellschaft den Gläubigern gegenüber als Gesamtschuldner persönlich. Jeder Gesellschafter haftet gegenüber den Gesellschaftsgläubigern unbeschränkt und mit seinem geschäftlichen und privaten Vermögen. 5

- 2b) Die Anmeldung muss nach § 106 HGB enthalten:
- den Namen, Vornamen, Geburtsdatum und Wohnort jedes Gesellschafters; 3
  - die Firma der Gesellschaft, den Ort, an dem sie ihren Sitz hat und die inländische Geschäftsanschrift;
  - die Vertretungsmacht der Gesellschafter.
- 2c) Die OHG wird nach § 131 HGB aufgelöst
- durch den Ablauf der Zeit, für welche sie eingegangen ist; 2
  - durch Beschluss der Gesellschafter;
  - durch die Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen der Gesellschaft;
  - durch gerichtliche Entscheidung.
- 3a) Innerbetriebliche Gründe, z. B. mangelhafte Organisation und Planung, zunehmende Finanzierungsschwierigkeiten, kostenintensive Lohnstruktur, hohe Investitionen durch neue Technologien. 4  
Außerbetriebliche Gründe, z. B. Veränderungen auf den globalisierten Beschaffungs- und Absatzmärkten, Verschlechterung der konjunkturellen Lage, Begründung wirtschaftliche Entwicklung.
- 3b) Liquidität 1. Grades =  $\frac{\text{Zahlungsmittel (Kasse und Bank)}}{\text{kurzfristige Verbindlichkeiten (sofort fällig)}} \times 100$  4  
Barliquidität
- Liquidität 2. Grades =  $\frac{\text{Zahlungsmittel} + \text{kurzfristige Forderungen}}{\text{kurzfristige Verbindlichkeiten (z. B. fällig in 30 Tagen)}} \times 100$
- Liquidität 3. Grades =  $\frac{\text{Umlaufvermögen}}{\text{kurzfristige Verbindlichkeiten}} \times 100$
- Liquidität 4. Grades =  $\frac{\text{Umlaufvermögen} + \text{Verpfändung von Anlagen}}{\text{kurz-, mittel-, langfristige und Eventualverbindlichkeiten}} \times 100$

- 4a) - Marktforschung (mit wiss. Methoden wird der Markt systematisch untersucht, Absatzchancen für ein neues Produkt); **3**
- Vertrieb (Produkt vom Hersteller an den Verbraucher – direkter und indirekter Absatz);
  - Verkauf (Erfüllung des Kaufvertrages zwischen Verkäufer und Käufer);
  - Public Relations (Pflege des guten Rufs des Unternehmens, das Unternehmen soll in seinem Ansehen gefördert werden);
  - Absatzwerbung (Informationen über das Produkt)
- 4b) Schilder der Zentrale und Werke; Werksausweise; Briefpapier; Visitenkarten; Internetseiten; e-mail-Adressen, neues Logo; werbewirksame T-Shirts. Kostenfaktor einmalig anfallend; quantitativer Kostenfaktor; jeweilige Kostenintensität. **3**
- 4c) Werbewirksamkeit: Werbeinhalt und Werbemittel hinsichtlich des gewünschten Zieles auswählen; **4**
- Werbewahrheit: Sachliche informative Werbung, keine irreführende Werbung;
- Werbeklarheit: die Werbeaussage muss klar und verständlich sein;
- Wirtschaftlichkeit der Werbung: Steht der Werbeetat wirtschaftlich im Verhältnis zum Werbeerfolg?
- Zielgruppenbestimmung: Welcher Personenkreis soll umworben werden? (Zielgruppe: Der potentielle Kundenkreis, wie z. B. Ärzte, Apotheken, Autokäufer, Brillenträger usw.).

5. Lesen Sie den folgenden Zeitungsausschnitt und beantworten Sie die unten stehende Frage in vollständigen Sätzen.

Handelsblatt, 23.04.2009

**Wirtschaftskrise**

**Weltbank: Handelsschranken wachsen**

Dem Protektionismus hatten die G20-Länder auf dem letzten Treffen eigentlich abgeschworen. Nun aber stellt Weltbank-Chef Robert Zoellick fest, dass seit dem Gipfel fleißig neue Handelsbeschränkungen aufgebaut worden sind. Fast die Hälfte der G20-Länder setzen laut Weltbank in der Krise auf Handelsbeschränkungen. Neun Länder hätten seit dem G20-Treffen vor weniger als drei Wochen insgesamt 23 solcher Maßnahmen verhängt oder zögen sie in Erwägung, sagte der Weltbank-Chef...

Warum stellen sich Ökonomen gegen politische Maßnahmen, die den internationalen Handel einschränken? Erläutern Sie zwei Gesichtspunkte!

*Unterschiede der Opportunitätskosten (2,5 Punkte) und komparative Vorteile (2,5 Punkte) schaffen Handelsgewinne. Sofern sich jede Volkswirtschaft auf die Güter spezialisiert, bei denen komparative Vorteile bestehen, wird die Gesamtproduktion steigen. Beschränkungen im internationalen Handel wirken einer derartigen Spezialisierung entgegen und verhindern auf diese Weise Wohlfahrtsgewinne der am Handel beteiligten Volkswirtschaften.  
(Für die Erläuterung 5 Punkte)*

5

6. Ökonomen und Politiker nutzen verschiedene makroökonomische Instrumente, um die Entwicklung der Gesamtwirtschaft zu beurteilen. Hierbei wird das Bruttoinlandsprodukt (BIP) besonders genau betrachtet und in ökonomischen Statistiken abgebildet.

- a. Es gibt drei Berechnungsmethoden für das BIP. Beschreiben Sie diese Methoden jeweils mit wenigen Sätzen.

*Die Entstehungsrechnung erfasst die Bruttowertschöpfung aller Wirtschaftsbereiche. Man erfährt, welchen Beitrag die einzelnen Bereiche geleistet haben. Die Verteilungsrechnung zeigt die Verteilung auf Arbeitnehmerentgelt, Unternehmens- und Vermögenseinkommen, Abschreibung und Saldo der Einkommen von/ans Ausland. Die Verwendungsrechnung zeigt wie das BIP verbraucht worden ist: Konsum (Individual- u. Kollektivkonsum), Investition, Außenbeitrag*

9

- b. Bei einem Anstieg der Preise steigt das Einkommen der Menschen aus dem Verkauf von Gütern. Warum wird das reale BIP als Maßstab für das ökonomische Wohlergehen bevorzugt?

*Das reale BIP bewertet die Produktion von Gütern zu konstanten Preisen, weil man an der Veränderung der Produktionsmenge interessiert ist, also der Fähigkeit, die Bedürfnisse der Bevölkerung zu befriedigen. Verändert sich das BIP allein aufgrund von Preissteigerungen, hat sich diese Fähigkeit nicht verbessert.*

6

- c. Ist das Bruttoinlandsprodukt als alleiniger Wohlstandsindikator geeignet? Kritisieren Sie das BIP anhand drei verschiedener Aspekte.

*Es wird nicht berücksichtigt: Schattenwirtschaft, unentgeltliche Tätigkeiten, mit welcher Arbeitszeit die Erwerbsquote erreicht wurde, Stress, Umweltzerstörung => auch qualitatives Wachstum muss berücksichtigt werden.*

6

7. Welche Wirtschaftssituation charakterisiert eine Inflation?

*Eine Wirtschaftslage, in der das Preisniveau ständig steigt und die Kaufkraft abnimmt.*

4

8. Marktformen zeigen uns die ökonomische Bedeutung der am jeweiligen Markt Beteiligten.  
Erklären Sie das Angebotsoligopol und das Nachfragemonopol an je einem aktuellen Beispiel!
- 5
- Angebotsoligopol: Wenige Anbieter, viele Nachfrager, z. B. Tankstellen üben ihre Marktmacht durch parallele Preiserhöhungen zu nachfrageintensiven Zeiten aus.*
- Nachfragemonopol: Ein Nachfrager, viele Anbieter.  
Deutsche Bauern demonstrieren für höhere Milchpreise, die von den monopolistisch strukturierten Molkereien gezahlt werden sollen.
- 5
9. Zur Befriedigung der Bedürfnisse müssen Güter beschafft werden. Welche Art von Gütern benötigt der Mensch grundsätzlich zur Befriedigung seiner Bedürfnisse?
- 3
- Freie Güter: unbeschränkt, keine Kosten, konsumreif.*
- Beschreiben Sie hierzu Kriterien, die eine eindeutige Unterscheidung der Güterarten ermöglichen!
- 3
- Wirtschaftsgüter: produziert, mit Kosten, müssen verteilt werden, haben einen Preis.*
- Diskutieren Sie den Zusammenhang zwischen Bedürfnissen, Gütern und vorhandenem Einkommen der Konsumenten!
- Bedürfnisse sind unbegrenzt, Wirtschaftsgüter sind nur begrenzt vorhanden. Die Konsumenten können Bedürfnisse nur im Rahmen des zur Verfügung stehenden Einkommens befriedigen. Diese Größe wird Bedarf genannt.
- 4

10. Versicherungen werden grundsätzlich in zwei Hauptgruppen unterteilt. Nennen und erklären Sie diese beiden Versicherungsgruppen!

*Individualversicherung schützt den Versicherten im Rahmen seiner individuellen ökonomischen Leistungsfähigkeit vor den Kosten, die bei Eintritt bestimmter Risiken entstehen. In der Krankenversicherung ist dadurch eine Leistungsverbesserung durch die private (ergänzende) Krankenversicherung möglich..*

4

*Sozialversicherung schützt alle Arbeitnehmer vor den finanziellen Risiken, die durch Krankheit, Arbeitslosigkeit, Renteneintritt, Pflegefall und Berufsunfall entstehen können. In der Krankenversicherung wird die Übernahme der durch Krankheit entstehenden Kosten auf einem gesellschaftlich anerkannten Basisniveau gewährleistet. Die entstehenden Versicherungsbeiträge werden von den Arbeitnehmern und Arbeitgebern auf gesetzlicher Grundlage getragen.*

4

Welche volkswirtschaftliche Bedeutung haben diese beiden Versicherungsgruppen am Beispiel der Krankenversicherung?

*Beide Versicherungen stärken somit die finanzielle Eigenverantwortung der Betroffenen und damit wird der Staat nachhaltig durch ersparte Sozialleistungen entlastet.*

2