



**Kauffrau/Kaufmann EFZ**  
Branche Nahrungsmittel-Industrie

## Übungen üK 5

---

Marketing  
Beratung & Verkauf  
Kenntnisse über die Branche  
Import & Export  
Vernetztes Denken und Handeln  
Kommunikationsfähigkeit

---

	Sozial- und Selbstkompetenz	SK 3.4	Merkblatt
<b>111.1</b>	<b>Verhaltensregeln im üK</b>		

## Einführung

---

Dieses Merkblatt erläutert die wichtigsten Verhaltensregeln und Umgangsformen für Lernende im üK.

Bei Abweichungen von diesen Verhaltensregeln wird dies die üK-Leitung dem Sekretariat der fial Bildung melden, mit möglicher Mitteilung an den Lehrbetrieb.

## Verhaltensregeln in den überbetrieblichen Kursen

---

### Verhaltensregeln Covid-19

- Die üK-Leitenden und Lernenden reinigen und desinfizieren sich regelmässig die Hände.
- Die üK-Leitenden und Lernenden halten 1.5m Abstand zueinander.
- Es gilt eine generelle Maskenpflicht für die Lernenden, da die Bestuhlung des Raumes 1.5m Abstand unterschreiten kann. Für üK-Leitende gilt die Maskenpflicht, sobald der Abstand von 1.5m zu den Lernenden nicht eingehalten kann.
- Bei der Begrüssung und bei der Verabschiedung wird auf ein Händeschütteln verzichtet.
- Bedarfsgerechte regelmässige Reinigung von Oberflächen und Gegenständen nach Gebrauch, insbesondere, wenn diese von mehreren Personen berührt werden.
- Angemessener Schutz von besonders gefährdeten Personen
- Lernende, die Krankheitssymptome aufweisen, dürfen nicht am Unterricht teilnehmen.
- Kranke im üK-Kurs sind mit Hygienemaske ausgestattet nach Hause zu schicken und aufzufordern, die Anweisungen zur Isolation gemäss BAG zu befolgen.
- Die Lernenden achten bei der Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln auf genügend Abstand und schützen sich bei Bedarf mit Hygienemasken. Die Anreise ist so zu planen, dass ein verfrühtes Eintreffen vermieden wird.
- In Taschentuch oder Armbeuge niesen und husten.
- Persönliche Trinkflaschen werden mit dem eigenen Namen gekennzeichnet und nicht weitergegeben.

### Vorbereitung auf den üK

- Ich erledige rechtzeitig die Vorbereitungsaufgaben.
- Ich kontrolliere rechtzeitig vor dem üK, ob ich alles bereitgestellt habe (Ordner, Lehrmittel, gelöste Aufgaben, persönliches Schreib- und Notizmaterial, allenfalls Notebook mit geladenem Akku usw.).

### Verhalten

- Ich begegne den anderen Lernenden und der üK-Leitung mit Anstand und Respekt.
- Ich trage angemessene Kleidung (Kopfbedeckungen sind während des Unterrichts nicht erwünscht).

### Persönliche Gegenstände (Mobiltelefon, Zeitungen usw.)

- Vor Beginn des Unterrichts stelle ich mein Mobiltelefon ab (nicht nur auf stumm!) und versorge es.
- Zeitungen, Musikabspielgeräte usw. versorge ich ebenfalls.

### Pünktlichkeit

- Ich bin jeweils rechtzeitig bei Unterrichtsbeginn im üK-Kursraum und habe mich **vor** dem Unterrichtsbeginn eingerichtet.
- Ich halte die von der üK-Leitung angekündigten Unterrichts- und Pausenzeiten ein.
- Sollte ich zu spät erscheinen, entschuldige ich mich unaufgefordert bei der üK-Leitung.
- Ich halte Termine wie die Erledigung von Vorbereitungs- und Transferaufträgen, die Abgabe von Projektarbeiten usw. ohne weitere Aufforderung ein.

### Verpflegung im Unterrichtsraum

- Im Unterrichtsraum wird grundsätzlich nicht gegessen, auch nicht in den Pausen (Ausnahme: Firmenmuster bei Präsentationen).

### Umgang mit der Infrastruktur

- Ich trage zur Infrastruktur des üK-Zentrums Sorge.
- Sachbeschädigungen können den Verursachern in Rechnung gestellt werden.

	Einführung in die Lern- und Leistungsdocumentation		Auftrag
<b>512.1</b>	<b>Rückblick Prozesseinheit (PE)</b>	Einzelarbeit Gruppenarbeit	5 Min. 10 Min.

### Ausgangslage

Sie haben in Ihrem Lehrbetrieb die erste Prozesseinheit durchgeführt und die zweite Prozesseinheit fast abgeschlossen. Sie bereiten sich auf die Präsentation der PE2 im ÜK 6 vor.

### Aufgabe

Blicken Sie auf die PE zurück und notieren Sie Stichworte zu den einzelnen Punkten. Anschliessend diskutieren Sie die Ergebnisse in der Gruppe.

1. Wie war die Betreuung während der PE2? Hat ein Zwischengespräch stattgefunden?

---



---

2. Wie beurteilen Sie die Bewertung der PE1?

Firma:

---

ÜK:

---

3. Wie gut konnten Sie das Thema der PE2 bearbeiten? Haben Sie auch an die Methoden- Sozial- und Selbstkompetenzen gedacht?

---



---

4. Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Dokumentation der PE 2? Welche Schlussfolgerungen beinhaltet Ihre PE2?

---



---

5. Was mache ich konkret besser in Bezug auf die PE2 Präsentation? Auf welche Punkte achten Sie?

---



---



---



---

Ein Gruppenmitglied erläutert anschliessend im Plenum die gewonnenen Erkenntnisse.

### Hilfsmittel

LLD Ordner, Kapitel 4 Prozesseinheit

	QV		Auftrag
<b>513.1</b>	<b>Qualifikationsverfahren schriftlich</b>	Einzelarbeit Plenum	6 Min. 5 Min.

### Ausgangslage

Sie haben erfahren, dass der Ordner Betrieb & Praxis, Basis für das schriftliche Qualifikationsverfahren bildet.

### Aufgabe

Lösen Sie folgende Aufgabe aus einer schriftlichen QV Prüfung. Wenn Sie nicht weiter wissen, nutzen Sie das unten genannte Hilfsmittel.

<b>Aufgabe 9, 3 Punkte (Leistungsziel-Nr. 1.1.4.1.1: Märkte und Kunden in der Branche (K4))</b>
---

### Ausgangslage:

Der Schokoladen-Rigel-Hersteller „Tender“ hat im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von CHF 25'500'000 erreicht, das entspricht einem Marktanteil von 25%. Das Marktvolumen hat im Geschäftsjahr 2014 85% des Marktpotenzials erreicht. Für eine Präsentation bereiten Sie mit Hilfe der oben genannten Ausgangslage einige Kennzahlen vor.

### Aufgaben:

Sie werden beauftragt, nachfolgende Tabelle mit Marktkennzahlen zu ergänzen. Die Fachbegriffe erklären Sie mit treffenden Stichworten. Sie erhalten pro richtiger Marktkennzahl ½ Punkt, für die treffende Erklärung ½ Punkt, total 3 Punkte.

Marktkennzahlen 2014	Wert CHF	Erklärung
Marktpotenzial		
Marktvolumen		
Marktanteil Firma „Tender“	25'500'000	
Marktanteil „Mitbewerber“		

### Hilfsmittel

Betrieb und Praxis, Kapitel 1

	Marketing	LZ 1.1.4.2.1 (K5)	Aufgabe
<b>514.1</b>	<b>Marketing-Mix erstellen</b>	Gruppenarbeit Präsentation	30 Min. 15 Min.

### Ziel

Sie wenden das Prinzip des Marketing-Mix anhand eines konkreten Beispiels an.

### Auftrag

1. Definieren Sie ein neues Produkt. Das Produkt muss von einem Unternehmen Ihrer Gruppe hergestellt werden können. Es kann eine Varietät oder ein ganz neues Produkt sein. Für Ihre Wahl berücksichtigen Sie die in V513.1 Aufgabe 5 festgestellten Trends und Veränderungen der Marktbedürfnisse.

---



---

2. An welche Kundengruppen richtet sich das Produkt? Beschreiben Sie die Kundengruppen mit einigen Stichworten

---



---



---

3. Erarbeiten Sie anschliessend für dieses Produkt einen Marketing-Mix gemäss folgender Vorgaben. Wenden Sie dabei die Kreativitätsmethode Brainstorming an. Bereiten Sie eine kurze Präsentation von max. 5 Minuten vor, indem Sie Ihre Lösung veranschaulichen.

### Product

- Produktgestaltung (Zutaten, Qualität, Verpackung, Marke)
- Sortimentsgestaltung
- usw.

### Price

- Preishöhe und Rabattsystem
- Handelsmargen
- Preisaktion und Zahlungsbedingungen
- Zugaben (Speisekarten, Eistruhen, Kühlschränke)
- usw.

### Place

- Einsatz der Verkäufer
- Distribution
- Belieferungsrhythmus
- Lieferbereitschaft
- usw.

### Promotion

- Werbung
- Verkaufsförderung (Degustationen)
- Public Relation (Öffentlichkeitsarbeit)
- usw.

## Marketingmix

4P	Typische Fragestellungen	Produkt: _____
<b>1. Product</b> (Produkt)	Welches sind die wichtigsten Eigenschaften des Produkts?  Welches sind besondere Verkaufsargumente (USP, Unique Selling Proposition = Alleinstellungsmerkmal)?	
<b>2. Price</b> (Preis)	Welches sind die Preise für Wiederverkäufer und für Endkunden?	
<b>3. Place</b> (Distribution)	Über welche Wege werden die Produkte vertrieben (Direktverkauf, Wiederverkäufer, Online-Verkauf)?	
<b>4. Promotion</b> (Kommunikation)	Wie werden die möglichen Kunden auf das Produkt aufmerksam gemacht? - Öffentlichkeitsarbeit - Werbung - Verkaufsförderung - Persönlicher Verkauf	

### Hilfsmittel

Ordner Betrieb & Praxis, Kapitel 3 Marketing  
 V513.1 Vorbereitungsauftrag zum Marketing

	Marketing	LZ 1.1.4.2.1 (K5)	Aufgabe
514.2	AIDA-Prinzip	Einzelarbeit	5 Min.

### Ziel

Sie verstehen das AIDA-Prinzip anhand von Beispielen.

### Auftrag

Gemäss V513.1 haben Sie ein Werbemittel für Ihr Produkt mitgenommen. Tauschen Sie nun diese Inserate, Plakate, Salesfolder, Aktionsinserate, etc. aus. Beurteilen Sie bei dem erhaltenen Werbemittel, welches Element zu welchem Buchstaben von AIDA gehört.

Attention

---

Interest

---

Desire

---

Action

---

	Marketing	LZ 1.1.4.2.1 (K5)	Aufgabe
<b>515.1</b>	<b>Lebenszyklus von Produkten</b>	Gruppenarbeit Präsentation	20 Min. 10 Min.

### Ziel

Sie wenden das Prinzip des Lebenszyklus von Produkten anhand eines konkreten Beispiels an.

### Auftrag

Gemäss Aufgabe 514.1 haben Sie ein neues Produkt kreiert. Mit diesem Produkt gehen Sie nun den Lebenszyklus gemäss nachfolgender Tabelle durch und führen die jeweiligen Tätigkeiten / Massnahmen auf.

Phase	Typische Fragestellungen	Produkt: _____
<b>Entwicklung Marktbedürfnis und Idee</b>	Was ist der Ursprung der Idee? Welchem Marktbedürfnis entspricht ihr Produkt? Welches Kundenbedürfnis decken Sie ab? Welche Trends haben Ihre Produktentwicklung beeinflusst?	
<b>Entwicklung Produktdefinition <u>Marketing</u></b>	Welche Kundenbedürfnisse werden durch das neue Produkt abgedeckt? Für welche Kundengruppen hat das Produkt welchen Nutzen? Über welche Vertriebskanäle können wir das Produkt verkaufen? Was ist der optimale Zeitpunkt für die Einführung im Markt?	
<b>Entwicklung Produktdefinition <u>Technik</u></b>	Welche Verfahren brauchen wir für das neue Produkt? Verfügen wir über diese Technologie? Brauchen wir neue Anlagen (z.B. Verpackungsmaschinen)? Können wir diese einkaufen oder müssen wir sie selber entwickeln?	
<b>Entwicklung Produktdefinition <u>Lebensmittelrechtliche Anforderungen</u></b>	Ist das geplante Produkt nach den geltenden Vorschriften verkehrsfähig? Braucht es Zulassungsbewilligungen des BAG?	
<b>Entwicklung Produktdefinition <u>Design</u></b>	Wie soll das neue Produkt bzw. seine Verpackung aussehen? Mit welchen Merkmalen wollen wir uns von den Mitbewerbern unterscheiden? Welche Verpackungsform und -grösse ist optimal?	
<b>Entwicklung Produktdefinition <u>Finanzen</u></b>	Wie viel Geld sollen wir für die Entwicklung und Vermarktung des neuen Produkts einsetzen? Wie viel Gewinn können wir mit dem Produktverkauf erzielen? Benötigen wir für die Produktion neue Anlagen oder Materialien?	



Phase	Typische Fragestellungen	Produkt: _____
<b>Markteinführung</b>	Mit welchen Massnahmen wollen wir das Produkt unseren Kunden vorstellen? Wo und wie wollen wir Werbung schalten? Wie viel sind wir bereit an Listungsgebühren zu bezahlen? Wie hoch ist unser Budget für die Markteinführung?	
<b>Wachstum</b>	Wie schaffen wir es, dass die Konsumenten von Versuchskäufern zu regelmässigen Kunden werden? Wie wehren wir Nachahmer auf dem Markt erfolgreich ab?	
<b>Reife- oder Sättigungsphase</b>	Was passiert mit dem Neuprodukt in der Reifephase? Bin ich breit, den Preis zu senken? Wie kann ich in der Reifephase den Marktanteil halten?	
<b>Rückgang und Ablösung</b>	Wie kann ich den Rückgang bei meinem Produkt verzögern? Nehme ich das Produkt vom Markt?	

### Hilfsmittel

Ordner Betrieb & Praxis, Kapitel 3 Marketing  
V513.1 Vorbereitungsauftrag zum Marketing  
Aufgabe 514.1 Marketingmix für das Neuprodukt

	Marketing		Auftrag
<b>516.1</b>	<b>Marketing Repetitionsfragen</b>	Einzelarbeit Plenum	20 Min. 10 Min.

**Ziel**

Sie verstehen den Zweck und den Inhalt des Kapitels 3 von Betrieb&Praxis "Marketing".

**Aufgabe**

Lösen Sie die Repetitionsfragen zu diesem Kapitel und setzen Ihre Antworten im beiliegenden Formular ein. Legen Sie dieses am Schluss des Kapitels 3 in Ihren Ordner Betrieb&Praxis.

**Hilfsmittel**

Betrieb&Praxis, Kapitel 3

	Beratung & Verkauf		Auftrag
<b>517.1</b>	<b>Preiskalkulation</b>	Einzelarbeit Plenum	20 Min. 10 Min.

### Ziel

Sie können für ein Produkt und einen Handelsartikel den Verkaufspreis kalkulieren.

### Auftrag

Erstellen Sie eine Kalkulationstabelle zur Berechnung von Verkaufspreisen. Runden Sie die Beträge jeweils auf drei Nachkommastellen.

1. Berechnen Sie den Verkaufspreis des Produktes „Emmi Energy Milk“ aufgrund folgender Angaben:

Produktbezogene Material-Kosten		<b>CHF</b> 0.60
Material-Gemeinkosten	30%	
<b>Materialkosten</b>		
Lohnkosten Produktion		
Produktions-Gemeinkosten	40%	
<b>Produktionskosten</b>		
<b>Herstellkosten</b> (Materialkosten + Produktionskosten)		
<hr/>		
Verwaltungs- und Vertriebs-Gemeinkosten	5%	
<b>Selbstkosten</b>		
<hr/>		
Reingewinn	25%	
<b>Nettoerlös</b>		
<hr/>		
Skonto	2%	
<b>Händlerpreis</b>		
<hr/>		
Wiederverkaufsrabatt	30%	
<b>Verkaufspreis (exkl. MWST)</b>		
<hr/>		
MWST (Lebensmittel)	2.5%	
<b>Verkaufspreis (inkl. MWST)</b>		<b>2.95</b>
<hr/>		

Wieviel verdient Coop an einer Flasche absolut und welche Marge hat er auf dem Produkt? \_\_\_\_\_

Wieviel verdient Emmi Netto an einer Flasche absolut? \_\_\_\_\_

### Hilfsmittel

Betrieb&Praxis, Kapitel 5

2. Berechnen Sie den Verkaufspreis des Handelsartikels „Chiefs“ aufgrund folgender Angaben:

Einstandspreis		<b>CHF</b> 1.437
+ Gemeinkosten für Handelswaren	30%	
<b>= Selbstkosten</b>		
<hr/>		
+ Reingewinn	20%	
<b>= Nettoerlös</b>		
<hr/>		
+ Verkaufssonderkosten, Skonto	2%	
<b>Händlerpreis (Zielverkaufspreis)</b>		
<hr/>		
+ Wiederverkaufsrabatt	30%	
<b>Verkaufspreis (exkl. MWST)</b>		
<hr/>		
MWST (Lebensmittel)	2.5%	
<b>Verkaufspreis (inkl. MWST)</b>		
<hr/>		

Wieviel verdient Coop an einer Flasche absolut und welche Marge hat Coop auf dem Produkt? \_\_\_\_\_

Wieviel verdient der Handelsbetrieb an einer Flasche absolut? \_\_\_\_\_

3. Berechnen Sie den Verkaufspreis des Kaffees «Forte» (pro 100 kg) für den Handel aufgrund folgender Angaben:

Produktbezogene Material-Kosten		<b>CHF</b> 400.00
Material-Gemeinkosten	30%	
<b>Materialkosten</b>		
Lohnkosten Produktion		200.00
Produktions-Gemeinkosten	40%	
<b>Produktionskosten</b>		
<b>Herstellkosten</b> (Materialkosten + Produktionskosten)		
<hr/>		
Verwaltungs- und Vertriebs-Gemeinkosten	15%	
<b>Selbstkosten</b>		
<hr/>		
Reingewinn	20%	
<b>Nettoerlös</b>		
<hr/>		
Skonto	2%	
<b>Händlerpreis</b>		
<hr/>		
Wiederverkaufsrabatt	30%	
<b>Verkaufspreis (exkl. MWST)</b>		
<hr/>		
MWST (Lebensmittel)	2.5%	
<b>Verkaufspreis (inkl. MWST)</b>		
<hr/>		

	Branche und Unternehmung		Auftrag
<b>518.1</b>	<b>Aussagekräftige betriebliche und finanzielle Kennzahlen</b>	Einzelarbeit Plenum	20 Min. 10 Min.

**Ziel**

Sie können auf der Basis einer Bilanz- und Erfolgsrechnung aussagekräftige betriebliche und finanzielle Kennzahlen berechnen.

**Auftrag**

1. 3. Berechnen Sie für die Firma Sapro AG (Bilanz und Erfolgsrechnung auf nachfolgender Seite) die folgenden Kennzahlen und beurteilen Sie die Resultate:

- a) Liquiditätsgrad 1 / Liquiditätsgrad 2 / Liquiditätsgrad 3

---



---



---

- b) Anlagedeckungsgrad 1 / Anlagedeckungsgrad 2

---



---

- c) Verschuldungsgrad

---



---

- d) Eigenfinanzierungsgrad

---

- e) Eigenkapitalrendite

---

**Hilfsmittel**

Betrieb&Praxis, Kapitel 1, Seiten 8 und 9

**Bilanz der Sapro AG per 31.12.2012 (in Mio. CHF)**

<b>Aktiven</b>		<b>Passiven</b>	
<b>Umlaufvermögen</b>		<b>Fremdkapital</b>	
Kasse	1,0	Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	25,0
Post	3,0	Hypotheken	15,0
Bank	10,4		
Wertschriften	5,0		
Forderung aus Lieferung und Leistung	25,6		
Rohmaterialbestand	3,5		
Hilfsmaterialbestand	1,0		
Materialbestand	4,0		
Fertigfabrikate	1,2		
Halbfabrikate	11,3		
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>66,0</b>	<b>Total Fremdkapital</b>	<b>40,0</b>
<b>Anlagevermögen</b>		<b>Eigenkapital</b>	
Immobilien	66,5	Aktienkapital	80,0
Maschinen	7,5	Reserven	20,0
Fahrzeuge	9,0	Nettogewinn	9,0
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>83,0</b>	<b>Total Eigenkapital</b>	<b>109,0</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>149,0</b>	<b>Bilanzsumme</b>	<b>149,0</b>

**Erfolgsrechnung der Sapro AG per 31.12.2012 (in Mio. CHF)**

<b>Aufwand</b>		<b>Ertrag</b>	
Rohmaterial	42,0	Produkteverkauf	125,3
Hilfsmaterial	19,0	Bestandesänderung	1,2
Betriebsmittel	1,5	Aktivierte Eigenleistungen	4,0
Handelsware	4,5		
Mietaufwand	15,0	Finanzerträge	4,5
Zinsaufwand	4,0		
Abschreibungen	3,0		
Personalaufwand	36,5		
Sonstiger betrieblicher Aufwand	0,7		
Ausserordentliche Aufwendungen	1,3	Ausserordentliche Erträge	1,5
<b>Total Aufwand</b>	<b>127,5</b>	<b>Total Ertrag</b>	<b>136,5</b>
<b>Nettogewinn</b>	<b>9,0</b>		

	Vernetztes Denken und Handeln (MK 2.2)		Auftrag
<b>519.1</b>	<b>Organigramm erstellen</b>	Einzelarbeit Partnerarbeit	5 Min. 5 Min.

**Ziel**

Um die gewünschten Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und zu vertreiben muss ein Unternehmen zweckmässig organisiert sein. Je nach Art der Produkte und der Grösse des Unternehmens empfiehlt sich die Organisation nach Funktionen (Tätigkeiten), Produkten oder Absatzmärkten

**Aufgabe**

In einem Unternehmen gibt es folgende Bereiche:

- Marketing und Verkauf
- Produktion
- Handel
- Finanzen und Controlling
- Marketing
- Personal und Administration
- Verkauf
- Geschäftsleitung
- Kundendienst

Erstellen Sie auf der folgenden Seite ein Organigramm für dieses Unternehmen:

**Beantworten Sie folgende Fragen zur Aufbauorganisation:**

**Frage 1:** Welche Bereiche sind direkt der Geschäftsleitung unterstellt?

---



---

**Frage 2:** Welche Abteilungen gehören zum Geschäftsbereich „Marketing und Verkauf“?

---



---

**Frage 3:** Welche spezielle Zuständigkeit haben die beiden Abteilungen „Personal und Administration“ und „Finanzen und Controlling“?

---



---

**Vergleichen Sie Ihr Organigramm mit dem Ihres Partners. Stimmen die Darstellungen überein?**

**Hilfsmittel**

Betrieb&Praxis, Kapitel 15

Quelle: MEM, TopTen, 2012



# Organigramm

	Vernetztes Denken und Handeln (MK 2.2)		Auftrag
<b>519.2</b>	<b>Arbeiten effizienter gestalten</b>	Einzelarbeit	10 Min.

**Ziel**

Es lohnt sich, die regelmässig wiederkehrenden Tätigkeiten genauer zu betrachten.

**Aufgabe**

Tragen Sie in der Tabelle Tätigkeiten ein, welche Sie in Zukunft effizienter erledigen wollen. Notieren Sie in einer Spalte die Zeit, die Sie aktuell benötigen. In einer weiteren Spalte tragen Sie jene Zeit ein, die Sie künftig für diese Arbeit aufwenden wollen.

Was müssen Sie unternehmen, um die Zeiteinsparung tatsächlich zu realisieren (Spalte Massnahmen)?

<b>Tätigkeit</b>	<b>Zeitbedarf aktuell</b>	<b>Zeitbedarf künftig</b>	<b>Massnahmen</b>

**Hilfsmittel**

Betrieb&Praxis, Kapitel 15

Quelle: MEM, TopTen, 2012

	Import und Export	LZ 1.1.4.2.1 (K5)	Aufgabe
<b>520.1</b>	<b>Zölle und Zollbestimmungen</b>	Einzelarbeit Gruppenarbeit	5 Min. 20 Min.

### Ausgangslage

Zölle sind steuerähnliche Abgaben an den Staat, die vorwiegend bei der Einfuhr von Gütern in ein Zollgebiet erhoben werden. Der Schutzzoll soll inländische Produzenten vor ausländischer Konkurrenz schützen. Der Zoll wird in den meisten Ländern als Wertzoll erhoben, d.h. die Höhe der zu leistenden Zollabgabe wird berechnet aus einem bestimmten Prozentsatz, der auf dem Warenwert erhoben wird.

### Auftrag

1. Notieren Sie die im Film gehörten Aufgaben der Schweizer Zollverwaltung in Stichworten

---



---



---



---



---



---

2. Sie haben gemäss Vorbereitungsauftrag alle ein Produkt Ihres Unternehmens mit an den ÜK genommen. Finden Sie sich nun in möglichst homogenen Gruppen (z.B. alle mit Schokolade, Fleisch, Gemüse, etc.) zusammen. In dieser Gruppe lösen Sie die Aufgaben 2 – 4. Suchen Sie für die Fertigprodukte, die Zolltarif-Nummer und den Zollansatz für den Export nach Deutschland heraus:

Produkt	Zolltarif-Nummer	Zoll-Ansatz

3. Gemäss Vorbereitungsauftrag V516.1 / Aufgabe 1 haben Sie verschiedene Produkte notiert, die Sie importieren. Notieren Sie für diese Importprodukte (Rohstoffe) die Zolltarif-Nummer und den Zoll-Ansatz:

Rohstoff und Herkunft	Zolltarif-Nummer	Zoll-Ansatz

4. Beantworten Sie mittels Tares folgende Fragestellungen:

- a. Wieviel kostet der Import eines reinrassigen Esels aus Deutschland pro Tier?

---

---

- b. Wieviel kostet der Import von frischer, nicht gesalzener Butter, eingeführt ausserhalb des Zollkontingents (K-Nr. 7)?

---

---

- c. Wieviel kostet der Import von Mais zur Aussaat?

---

---

**Hilfsmittel**

Ordner Betrieb & Praxis, Kapitel 10 Import und Export

[www.tares.ch](http://www.tares.ch)

	Import und Export	LZ 1.1.4.2.1 (K5)	Aufgabe
<b>521.1</b>	<b>Import und Export</b>	Gruppenarbeit Präsentation	45 Min. 10 Min.

### Ausgangslage

Ein bedeutender Teil der in der Schweiz hergestellten Waren wird ins Ausland exportiert. Andererseits werden auch viele im Inland verbrauchte Waren importiert. Durch die Marktöffnung sowie die weltumspannenden Kommunikations- und Transportwege werden heute auch entfernte Märkte zugänglich. Gerade in neuen Märkten wird die Vertrauensbasis zwischen Käufer und Verkäufer aufgrund der rechtlichen, politischen oder wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf die Probe gestellt. Nur wenn Sie neben den Chancen des Aussenhandels auch die zugehörigen Risiken kennen und absichern, können Sie die Handelspotenziale voll ausschöpfen.

### Auftrag 1 Gruppe Repetition Aussenhandel + Zölle/Zollbestimmungen

1. Gestalten Sie je 1 Lernposter (=1 Flip-Chart) für die Themen Aussenhandel + Zölle/Zollbestimmungen (Kapitel 10, Seiten 3-11) und fassen Sie die Themen hiermit zusammen.
2. Gestalten Sie ein Repetitionsquiz für Ihre Klassenkameraden. Denken Sie sich Fragen zu den beiden Themen Aussenhandel + Zölle/Zollbestimmungen aus und stellen diese Fragen anschliessend Ihrer Klasse. Die Art und Weise des Quiz ist Ihnen überlassen (Kahoot, Kreuzworträtsel, ABC-DRS3-Spiel, etc., Test, etc.) – das Quiz muss mindestens 20 Fragen enthalten.
3. Präsentieren Sie zuerst das Lernposter und führen anschliessend das Quiz mit der Klasse durch.

### Auftrag 2 Gruppe Ursprungsnachweise

1. Machen Sie sich nochmals mit dem Thema bekannt und lesen im Kapitel 10 die Seiten 12 – 17 durch.
2. Gemäss dem Leistungsziel 1.1.1.5.3. ist es Ihr Auftrag in einem kurzen Vortrag der Klasse „das erstellen und Beschaffen der notwendigen „Ursprungsnachweise“ zu erklären. Überlegen Sie zuerst, wie Sie das Thema präsentieren möchten (PowerPoint Präsentation, FlipChart, Whiteboard, Visualizer, klassischer Vortrag, MindMap, etc.)
3. Anschliessend bereiten Sie die Präsentation vor. Folgende Punkte müssen darin enthalten sein:
  - a. Was bedeutet „Ursprung“
  - b. Was heisst nichtpräferenzierter und präferenzierter Ursprung, was ist der Unterschied?
  - c. Was gilt als Ursprungsbeglaubigung und wie sieht dieses Dokument aus?
  - d. Wie sieht eine solche Ursprungserklärung auf der Rechnung aus?
  - e. Was geschieht bei Warenwerten bis CHF 10'300.00?
  - f. Wie sieht das Formular EUR1 aus?
  - g. Was sind Lieferantenerklärungen und für was werden sie benötigt?
  - h. Was gilt für den Import aus Entwicklungsländern?

### Hilfsmittel

Ordner Betrieb & Praxis, Kapitel 10 Import und Export  
Laptop / Internet

### **Auftrag 3 Gruppe Risiken und Zahlungssicherungsinstrumente**

1. Machen Sie sich nochmals mit dem Thema bekannt und lesen im Kapitel 10 die Seiten 19 – 24 durch.
2. Gemäss dem Leistungsziel 1.1.1.5.4. ist es Ihr Auftrag in einem kurzen Vortrag der Klasse „die häufigsten Risiken im Aussenhandel und die gebräuchlichsten Zahlungssicherungsinstrumente“ zu erklären. Überlegen Sie zuerst, wie Sie das Thema präsentieren möchten (PowerPoint Präsentation, FlipChart, Whiteboard, Visualizer, klassischer Vortrag, MindMap, etc.)
3. Anschliessend bereiten Sie die Präsentation vor. Folgende Punkte müssen darin enthalten sein:
  - a. Welches sind die wichtigsten Risiken im internationalen Handel?
  - b. Was ist Ziel und Aufgabe der SERV?
  - c. Welche Zahlungssicherungsinstrumente gibt es und wie funktionieren diese?
    - i. Bankgarantie
    - ii. Akkreditiv
    - iii. Dokumentarinkasso

### **Auftrag 4 Gruppe Internationale Handelsklauseln**

1. Machen Sie sich nochmals mit dem Thema bekannt und lesen im Kapitel 10 die Seiten 25 – 29 durch.
2. Gemäss dem Leistungsziel 1.1.1.5.5. ist es Ihr Auftrag in einem kurzen Vortrag der Klasse „Hauptfunktion der internationalen Handelsklauseln (Incoterms 2010) und deren Umsetzung bei Import-/Exportaufträgen“ zu erklären. Überlegen Sie zuerst, wie Sie das Thema präsentieren möchten (PowerPoint Präsentation, FlipChart, Whiteboard, Visualizer, klassischer Vortrag, Mind-Map, etc.)
3. Anschliessend bereiten Sie die Präsentation vor. Folgende Punkte müssen darin enthalten sein:
  - a) Was sind Incoterms und wer gibt die Regeln heraus?
  - b) Welche zwei Haupt-Funktionen erfüllen die Incoterms?
  - c) Welche weiteren Funktionen erfüllen die Incoterms?
  - d) Wann finden die Kosten- und Gefahrenübergänge statt?
  - e) Was regeln die Incoterms nicht?
  - f) Zeigen Sie eine Übersicht der Incoterms 2010 und erklären Sie die Aufstellung.
  - g) Wie ist die Transportversicherung geregelt?
  - h) Wenden Sie die Incoterms2010 an einigen Praxisbeispielen an. Hierzu führen Sie ein kurzes Quiz durch mit der Klasse (5 Beispiele von Incoterms lösen lassen, z.B. wir exportieren Käse nach Amerika, es wurde CIF NewYork vereinbart, wer trägt das Risiko wenn die Ware beschädigt wurde)?

#### **Hilfsmittel**

Ordner Betrieb & Praxis, Kapitel 10 Import und Export (Seite 3-11)  
Laptop / Internet

	Import & Export		Auftrag
<b>522.1</b>	<b>Import und Export Repetitionsfragen</b>	Einzelarbeit Plenum	20 Min. 10 Min.

**Ziel**

Sie verstehen den Zweck und den Inhalt des Kapitels 10 von Betrieb&Praxis, "Import und Export".

**Aufgabe**

Lösen Sie die Repetitionsfragen zu diesem Kapitel und setzen Sie Ihre Antworten im beiliegenden Formular ein. Legen Sie dieses am Schluss des Kapitels 10 in Ihren Ordner Betrieb&Praxis ein.

**Hilfsmittel**

Betrieb&Praxis, Kapitel 10

	Kommunikationsfähigkeit (SK 3.2)		Auftrag
<b>523.1</b>	<b>Verständlich kommunizieren</b>	Partnerarbeit	10 Min.

### Aufgabe 1

Machen Sie mit einer Kollegin/einem Kollegen folgende Übung:

Erzählen Sie spontan, aber genau, was Sie an Ihrem letzten Arbeitstag im Betrieb alles getan haben. Ihre Partnerin/Ihr Partner hört aufmerksam zu und notiert sich bei Bedarf Stichworte.

Ihr Partnerin/Ihr Partner erzählt das Gehörte nach.

Werten Sie gemeinsam die Übung aus: was stimmt überein? Was ging vergessen? Was wurde unpräzise nacherzählt?

Überlegen Sie, weshalb evtl. nicht alles richtig verstanden wurde: zu komplizierte Formulierungen, unbekannte Begriffe, gedacht – aber nicht gesagt?

Unklarheiten sind entstanden, weil:

<input type="radio"/>	ich zu kompliziert formuliert habe
<input type="radio"/>	ich etwas dachte, aber nicht sagte
<input type="radio"/>	ich mich ungenau ausgedrückt habe
<input type="radio"/>	ich etwas vergessen habe
<input type="radio"/>	
<input type="radio"/>	

### Tipps für bessere Verständlichkeit:

- Erst denken, dann sprechen
- Kurze Sätze sind besser verständlich
- Sinnvolle Reihenfolge der Aussage
- Bildhafte Sprache verwenden

### Hilfsmittel

Betrieb&Praxis, Kapitel 15, Seiten 23-27