

Betriebliche Zielsetzung

1. Die Abteilung Rechnungswesen eines Unternehmens, das Software (Computerspiele) entwickelt, legt am Ende des Jahres 1997 folgende Zahlen vor:

Monat	Absatzmenge	Verkaufspreis (DM)	Umsatz (DM)	Gesamtkosten (DM)	Gewinn (DM)
Juli	8 000	43,00	340 000	350 000	-10 000
August	10 000	42,00	420 000	400 000	20 000
September	13 000	41,00	533 000	503 000	30 000
Oktober	16 000	40,00	640 000	610 000	30 000
November	16 000	40,00	640 000	620 000	20 000
Dezember	20 000	38,00	700 000	750 000	10 000

Berechnen Sie für die einzelnen Perioden jeweils den Umsatz und den Gewinn und stellen Sie den Zusammenhang zwischen Umsatz, Kosten und Gewinn zahlenmäßig dar!

$$\text{Umsatz} - \text{Kosten} = \text{Gewinn}$$

2. Die Geschäftsleitung vergleicht die von ihr für Umsatz und Gewinn vorgegebenen Ziele mit den tatsächlichen Ergebnissen. Dabei wird bemängelt, daß lediglich das Umsatzziel erreicht wurde. Worauf ist zurückzuführen, daß trotz steigendem Umsatzes das Gewinnziel nicht erreicht wurde?

Weil der Verkaufspreis gesunken ist.

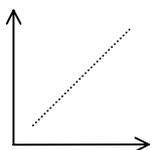
3. Folgende Zielbeziehungen sind denkbar:

- a Komplementäre (einander ergänzende) Ziele
- b Konkurrierende (einander behindernde) Ziele
- c Indifferente (voneinander unabhängige) Ziele

Geben Sie für die folgenden Zielpaare eine mögliche Zielbeziehung an und ordnen Sie diese einer der drei nachfolgenden Abbildungen zu.

- a.) Umsatzsteigerung - Gewinnsteigerung a
- b.) Umsatzsteigerung - Erhöhung des Marktanteils a
- c.) Kostensenkung - Gewinnsteigerung a
- d.) Verbesserung der Produktqualität - Imageerhöhung a
- e.) Verminderung von Umweltbelastung - Gewinnsteigerung b
- f.) Erhöhung der Marktmacht - Sicherung der Arbeitsplätze c

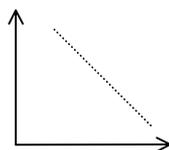
Zielerreichungsgrad (Ziel 1)



Zielerreichungsgrad (Ziel 2)

a

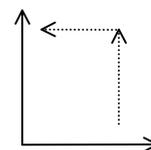
Zielerreichungsgrad (Ziel 1)



Zielerreichungsgrad (Ziel 2)

b

Zielerreichungsgrad (Ziel 1)



Zielerreichungsgrad (Ziel 2)

c

4. Ordnen Sie die Ziele (unter Aufgabe 3) den Bereichen monetäre und nicht monetäre Ziele zu.

monetär: Gewinn, Umsatz, Kostensenkung

nicht monetär: Marktanteil, Produktqualität, Image, Umweltbelastung, Arbeitsplätze