

Frage 1 von 40: Welche der folgenden Aussagen sind korrekt?

- Der Unternehmenslebenszyklus besteht aus vier gleich langen Phasen
- Der Phase der Markteinführung kann eine Phase der Forschung und Entwicklung vorgeschaltet sein
- Der Unternehmens- oder Produktlebenszyklus zeigt idealtypische Umsatz- und Gewinnverläufe an
- Lebenszyklusbetrachtungen haben für Unternehmen keinerlei praktische Relevanz
- Das Problem der sogenannten "Trittbrettfahrer" ist vor allem in der Reifephase sehr groß, da andere Unternehmen versuchen, am Erfolg zu partizipieren

Frage 2 von 40: Der Einsatz von Teams

- vermeidet Phänomene wie Gruppenzwang oder Mobbing
- ermöglicht eine Erhöhung der Kapazitäten
- kann im Falle heterogener Teams dazu beitragen, Schwachen einzelner Teammitglieder zu kompensieren
- findet nur in der Gründungsphase eines Unternehmens statt
- führt zu schnelleren Entscheidungsprozessen

Frage 3 von 40: Zu den Kreativitätstechniken zählt

- das didaktische Brainstorming
- die 6-3-5-Methode
- die Interviewmethode
- die Scoring-Analyse
- die Reizwort-Analyse

Frage 4 von 40: Entscheiden Sie, welche der folgenden Aussagen zutreffen

- Fixe Kosten ändern sich nicht in Abhängigkeit der Beschäftigung
- Kosten entstehen immer dann, wenn ein Unternehmen Geld für eine Ware oder eine Dienstleistung bezahlen muss
- Ein steigender Umsatz führt immer zu steigendem Gewinn
- Bei gleichbleibendem Umsatz sind Gewinnsteigerungen nicht möglich
- Die Gesamtkosten ergeben sich aus der Summe der fixen und variablen Kosten

Frage 5 von 40: Der Business Plan

- bildet den klassischen Unternehmenslebenszyklus eines Unternehmens ab
- kann als Controllinginstrument eingesetzt werden
- enthält Informationen zu der Strategie des Unternehmens und evtl. Chancen und Risiken
- wird auf Druck der Kapitalgeber angefertigt
- ist der Probelauf für ein neu zu gründendes Unternehmen

Frage 6 von 40: Der Business Plan

- enthält Angaben zu dem Forschungsbedarf
- enthält Angaben zu dem geplanten Werbekonzept
- enthält Angaben zu der angestrebten Organisationsstruktur
- enthält Angaben zu dem Marktumfeld des zu gründenden Unternehmens
- enthält Angaben zum Konfliktmanagement

Frage 7 von 40: Der Deckungsbeitrag

- kann als Orientierung bei der Festlegung von langfristigen Preisuntergrenzen genutzt werden
- kann als Orientierung bei der Festlegung von kurzfristigen Preisuntergrenzen genutzt werden
- ist der Punkt, an dem die Kosten und Erlöse genau gleich groß sind
- muss immer positiv sein
- soll zur Deckung der fixen Kosten beitragen

Frage 8 von 40: Im Rahmen der Market-Based-View

- werden die Erfolgsquellen aus den Marktanforderungen abgeleitet
- wird eine inside-out-Perspektive verfolgt
- wird eine outside-in-Perspektive verfolgt
- haben die internen Stärken und Schwächen keine/keine! Bedeutung
- ist die Quelle des Erfolgs die Qualität der Ressourcen

Frage 9 von 40: Im Rahmen der Wettbewerbskräfteanalyse nach Porter

- ist die Bedrohung durch Ersatzprodukte dann hoch, wenn Patente auslaufen
- nehmen neue Anbieter den Markt als attraktiv wahr, wenn der Zugang zu den Vertriebskanälen limitiert ist
- ist ein Markt dann attraktiv, wenn es fünf Wettbewerbskräfte gibt
- ist ein Markt dann attraktiv, wenn sich hohe Renditen erzielen lassen
- ist die interne Rivalität dann besonders ausgeprägt, wenn hohe Marktaustrittsbarrieren existieren

Frage 10 von 40: Strategische Planung kennzeichnet sich durch

- durch den Bezugszeitraum von bis zu einem Jahr
- durch die Festlegung von quantitativen und qualitativen Zielen
- die Unmöglichkeit der Kontrolle
- eine reaktive Verhaltensweise
- eine Entwicklung von Potentialen

Frage 11 von 40: Entscheiden Sie, welche der folgenden Aussagen zutreffend ist.

- Die Nischenstrategie bedient Personengruppen mit spezieller Bedürfnisstruktur
- Die Differenzierungsstrategie versucht die Preiselastizität der Nachfrage zu vergrößern
- Mögliche Differenzierungsmerkmale im Rahmen der Differenzierungsstrategie sind die Qualität, das Image, der Preis oder auch der Service
- Die Kostenführerstrategie ist eine Preis-/Mengen-Strategie
- Im Rahmen der Kostenführerstrategie werden Effekte der Standardisierung ausgenutzt

Frage 12 von 40: Entscheiden Sie, welche der folgenden Aussagen zutreffen.

- Das Unternehmensleitbild gibt Unternehmens- und Führungsgrundsätze wieder
- Die Unternehmensziele ergeben sich aus den Geschäftsbereichszielen
- Die Vision eines Unternehmens ist das konzentriert ausgedrückte Zukunftsbild eines Unternehmens
- Die Funktionsbereichsziele ergeben sich aus den Geschäftsbereichszielen
- Das Unternehmensleitbild gibt die Vision des Unternehmens wieder

Frage 13 von 40: Corporate Governance

- beinhaltet die sozialen Unternehmensziele
- ist in Deutschland in dem sog. Deutschen Corporate Governance Kodex festgehalten, der regelmäßigen Aktualisierungen unterworfen ist
- beinhaltet das Leitbild eines jeden Unternehmens
- beinhaltet Regelungen, wie im Rahmen einer Insolvenz zu verfahren ist
- gibt Hinweise und Regeln zu einer verantwortungsbewussten und transparenten Unternehmensführung

Frage 14 von 40. Bestandteil des Marketing-Mix ist die

- Preispolitik
- Kommunikationspolitik
- Forschungspolitik
- Produktpolitik
- Subventionspolitik

Frage 15 von 40: Bestandteil der Preispolitik

- Ist die Kostenrechnung
- Ist eine Entscheidung über die Höhe der Angebotspreise
- Ist die Gestaltung der Preisstruktur eines Unternehmens
- Ist die Festlegung des Marktpreises
- Ist die Entscheidung über die Qualität eines Produktes

Frage 16 von 40: Die Liquiditätsplanung

- versucht eine Insolvenz durch geeignete Planung zu verhindern
- plant die Einzahlungen und Auszahlungen für einen bestimmten Zeitraum
- ist verantwortlich dafür, dass ein Unternehmen Gewinn erzielt
- versucht, eine möglichst hohe Liquidität im Unternehmen herzustellen
- plant die Umsätze und Kosten für einen bestimmten Zeitraum

Frage 17 von 40: Der Cash Flow

- wird meist indirekt ermittelt
- lässt sich nur auf Basis interner Daten ermitteln
- ist leicht zu manipulieren und daher wenig aussagefähig
- ist eine Rentabilitätskennzahl
- gibt Aussage über die innenfinanzierungsspielräume eines Unternehmens

Frage 18 von 40. Entscheiden Sie, welche der folgenden Aussagen zutreffen.

- Zu den Kosten zählen beispielsweise Gehälter, Abschreibungen und Mieten
- Kosten haben keinerlei Einfluss auf die Liquidität, sie beeinflussen nur die Rentabilität
- Kosten sind immer in der betrachteten Periode liquiditätswirksam
- Kosten sind der bewertete Verzehr von Gütern und Dienstleistungen im Sinne der betrieblichen Leistungserstellung
- Kosten sind immer in der betrachteten Periode erfolgswirksam

Frage 19 von 40: Die Gewinn- und Verlustrechnung

- Ist eine zeitraumbezogene Betrachtung
- ermittelt den Jahreserfolg als Gegenüberstellung von Erträgen und Aufwendungen
- kann nach dem Gesamtkosten- und dem Umsatzkostenverfahren erstellt werden
- ermittelt den Gewinn als Differenz zwischen Erlösen und Kosten
- ist gesetzlich geregelt

Frage 20 von 40: Die Bilanz

- kann nur für ein abgelaufenes Geschäftsjahr erstellt werden
- hat eine Informationsfunktion gegenüber den Stakeholdern
- ist Bestandteil des externen Rechnungswesens
- zeigt das Vermögen und die Kapitalstruktur auf der Passivseite
- ist Bestandteil des Lageberichts einer Kapitalgesellschaft

Frage 21 von 40: Im Rahmen des des sog. finanzwirtschaftlichen Entscheidungs Dreiecks

- gibt es keine Zielkonflikte
- wird aufgezeigt, dass eine hohe Liquidität zu hoher Rentabilität führt
- gibt es sog. "Trade-offs"
- wird aufgezeigt, in welcher Höhe Steuern an das Finanzamt abzuführen sind
- wird aufgezeigt, dass Risikoberlegungen in Zusammenhang zu Renditeerwartungen stehen

Frage 22 von 40: Entscheiden Sie, welche der folgenden Aussagen zutreffend ist.

- Die Eigenkapitalrentabilität ist eine relative Kennzahl
- Die Eigenkapitalrentabilität gibt die Verzinsung des eingesetzten Eigenkapitals wieder
- Die Rentabilität gibt Aussage über die Zahlungsfähigkeit eines Unternehmens
- Durch die Aufnahme von Fremdkapital kann die Eigenkapitalrentabilität gesteigert werden, solange die Fremdkapitalzinsen oberhalb der Gesamtkapitalrentabilität liegen
- Die Umsatzrentabilität trifft eine Aussage über den Gewinnanteil am Umsatz

Frage 23 von 40: Zu den Möglichkeiten der Eigenfinanzierung zählt

- die Finanzierung aus Gewinnen
- die Finanzierung aus Rückstellungen
- die Aufnahme eines Kredits
- die Ausschüttung von Gewinnen
- die Erhöhung einer Gesellschaftereinlage

Frage 24 von 40: Zu den Möglichkeiten der Fremdfinanzierung zählt

- das Factoring
- die Erhöhung einer Einlage der Gesellschafter
- die Ausschüttung von Gewinnen
- das Leasing
- der Avalkredit

Frage 25 von 40: Factoring

- bietet keinen Schutz vor Forderungsausfällen
- kann zur Liquiditätsverbesserung im Unternehmen eingesetzt werden
- verringert die Mahnkosten für Unternehmen, die Factoring als Finanzierungsform einsetzen
- ist eine Form der Kreditlinie
- kann zu Einsparungen in der Verwaltung führen

Frage 26 von 40: Im Rahmen des Beziehungsmarketings

- sind die Marketingmaßnahmen auf eine langfristige Beziehung zum Kunden angelegt
- werden die Kunden über einen Dialog in die Unternehmensaktivitäten eingebunden
- ist der zu erzielende Gewinn pro Verkaufseinheit zu vernachlässigen
- spielt die Kundenakquisition keine Rolle mehr
- besteht ein Nachfrageüberhang

Frage 27 von 40: Die Marktsegmentierung

- ist die Aufteilung des Gesamtmarktes in intern heterogene und untereinander homogene Untergruppen
- ist für die Unternehmenspraxis aufgrund der zunehmenden Marktveränderungen irrelevant
- ist die Aufteilung des Gesamtmarktes in intern homogene und untereinander heterogene Untergruppen
- ermöglicht eine Aufteilung des Marktes z.B. nach psychografischen Kriterien
- benötigt die Unterstützung durch statistische Methoden

Frage 28 von 40: Die Bedeutung eines Markenartikels liegt für

- den Verbraucher in der Vereinfachung der Kaufentscheidung durch niedrige Preise des Markenproduktes
- den Handel in Verbundeffekten im Marketing
- den Verbraucher in einer Orientierungsfunktion
- den Hersteller in der Schaffung eines preispolitischen Spielraums
- den Hersteller in der langfristigen Sicherung des Markterfolges

Frage 29 von 40: Ein vollkommener Markt zeichnet sich aus durch

- hohe sunk costs
- häufige Unteilbarkeiten
- keine persönlichen Präferenzen
- vollkommene Markttransparenz
- homogene Güter

Frage 30 von 40: In einem Markt mit unelastischer Nachfrage

- sind die gehandelten Güter vermutlich nur schlecht substituierbar
- führt eine Angebotsverknappung zu schwach steigenden Preisen
- bei technologischen Weiterentwicklungen in den Unternehmen, die zu Produktionssteigerungen der Anbieterseite führen, steigen die abgesetzten Mengen stark an
- führen selbst starke Preiserhöhungen zu nur geringem Nachfragerückgang
- führt eine Angebotsverknappung zu erheblichen Mengenreduktionen bei den Nachfragern

Frage 31 von 40: Die Kreuzpreiselastizität

- ist gleich null bei unverbundenen Gütern
- ist bei Substitutionsgütern kleiner null
- gibt Auskunft über die Abhängigkeit der Nachfrageentwicklung bei Einkommenssteigerungen
- wird auch als indirekte Preiselastizität bezeichnet
- ist bei Komplementärgütern negativ

Frage 32 von 40: Ein Unternehmen kauft Rohstoffe im Wert von 10.000 GE, bezahlt diese sofort und verbraucht sie zur Erstellung der Güter.

Hierbei liegt

- die Höhe der kalkulatorischen Kosten bei 10 000 GE
- ein Aufwand in Höhe von 10 000 GE vor
- lediglich eine Ausgabe in Höhe von 10 000 GE vor
- eine Einnahme in Höhe von 10 000 GE vor
- eine Auszahlung in Höhe von 10 000 GE vor

Frage 33 von 40: Fixe Kosten

- sind gleichzusetzen mit dem Begriff der Gemeinkosten
- fallen nur in Dienstleistungsunternehmen an
- sind aufgrund ihrer Beschäftigungsunabhängigkeit gut planbar
- sind beispielsweise die Verpackungskosten für ein Produkt
- sind beispielsweise die Mieten für ein Bürogebäude

Frage 34 von 40: Variable Kosten

- können unter anderem linear oder progressiv verlaufen
- sind beispielsweise Energiekosten in einem produzierenden Unternehmen
- sind beispielsweise die Mieten für ein Bürogebäude
- ändern sich bei schwankender Beschäftigung
- sind beschäftigungsunabhängig

Frage 35 von 40: Wissensmanagement

- ist eine bereichsspezifische Aufgabe der IT-Abteilung in Unternehmen
- beschäftigt sich in erster Linie mit der Dokumentation expliziten Wissens
- benötigt die Unterstützung durch Informationssysteme
- gewinnt durch die zunehmende Informationsüberflutung an Bedeutung für Unternehmen
- beschäftigt sich mit dem Aufbau und Sicherung des unternehmensspezifischen Kernwissens

Frage 36 von 40: CRM-Systeme

- sind Systeme zur Erfassung von personenbezogenen Mitarbeiterdaten
- sind gesetzlich nicht erlaubt
- schaffen ein einheitliches Bild des Mitarbeiters aus unterschiedlichen Funktionsbereichen
- versuchen, eine zielorientierte Ausrichtung der Geschäftsprozesse auf die Kunden zu unterstützen
- können die Kundenbeziehungen abteilungsübergreifend abbilden

Frage 37 von 40: Risikomanagement

- zwingt Unternehmen zur Auseinandersetzung mit bestandsgefährdenden Entwicklungen
- ist gesetzlich für börsennotierte Unternehmen vorgeschrieben
- wird aufgrund ihrer Neutralität von externen Wirtschaftsprüfern durchgeführt
- wird einmal jährlich im Unternehmen durchgeführt
- soll die im Unternehmen vorhandenen Risiken u.a. erkennen, bewerten und steuern

Frage 38 von 40: Kennzahlen

- sind stets quantitative Größen
- sind stets qualitative Größen
- sind isoliert gut aussagefähig, weshalb sich Kennzahlensysteme in der Praxis nicht durchgesetzt haben
- sind eine konzentrierte, aggregierte Darstellung eines Sachverhalts
- können absolut oder relativ gebildet werden

Frage 39 von 40. Die Balanced Scorecard

- ist ein sachlogisch verknüpftes Kennzahlensystem
- enthält immer vier Perspektiven
- eignet sich zum Transfer von Strategien in operative Maßnahmen
- ist ein mathematisch verknüpftes Kennzahlensystem
- vermittelt der Führungsebene ein umfassendes Bild der Geschäftstätigkeit

Frage 40 von 40. Eine Krise

- kann zu einer Insolvenz führen
- ist Anlass über Maßnahmen des Turnaround Managements nachzudenken
- tritt immer überraschend auf
- kann endogene und exogene Ursachen haben
- hat ambivalenten Charakter