

Kurzbeschreibung der Aufgabe

Aufgabentitel: 17_IK_Nachhaltigkeit (neues Produkt)

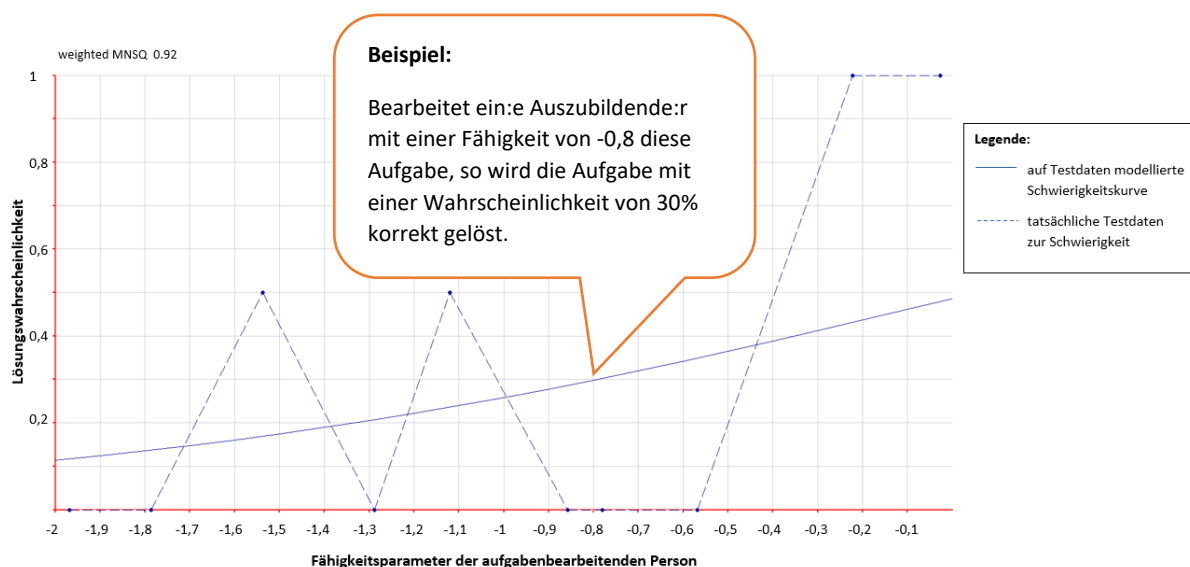
Aufgabenschwerpunkt: Marketing als Führungsprozess – Produktpolitik

Lernfeld laut Rahmenlehrplan: Lernfeld 10: Absatzprozesse planen, steuern und kontrollieren

Ausbildungsjahr laut Rahmenlehrplan: 3. Ausbildungsjahr

Aufgabenschwierigkeit:

In der unten abgebildeten Graphik wird die Lösungswahrscheinlichkeit dieser Aufgabe (y-Achse) in Abhängigkeit zur Personenfähigkeit der aufgabenbearbeitenden Person (x-Achse) dargestellt. Die charakteristisch für diese Aufgabe aufgezeigte Schwierigkeitskurve (durchgezogene Kurve) wurde basierend auf tatsächlichen Testdaten (gestrichelte Kurve) modelliert. Die positive Steigung dieser Kurve zeigt, dass die Wahrscheinlichkeit, dass eine Person die Aufgabe korrekt bearbeitet, steigt, wenn die Fähigkeit einer Person steigt (und umgekehrt). Je näher die Kurve an der x-Achse verläuft, desto schwere ist die Aufgabe einzustufen. Aufgrund des Kurvenverlaufs kann auf einen **mittleren Schwierigkeitsgrad** der Aufgabe (**Schwierigkeitsparameter = 0,055**) geschlossen werden.



Kurze Beschreibung der Aufgabenanforderungen

- **Aufgabenbezogene Inhalte und berufliche Anforderungen/Handlungen**

Zu Beginn der Aufgabe erfassen die Auszubildenden die Problemsituation über ein Videoausschnitt, in dem über die Erweiterung der Produktpalette des Fahrradunternehmens als Reaktion auf die gesunkenen Absatzzahlen gesprochen wird. Die Auszubildenden sortieren eigenständig wichtige Kriterien den ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimensionen eines Unternehmens zu und führen auf der Grundlage von Zuliefererinformationen Kostenstellenrechnungen durch, die sie in ihrer Entscheidungsfindung für oder gegen das neue Produkt berücksichtigen müssen. Dabei sind strukturierte Informationen zu bewerten, um auf die Lösung (eindeutig) zu kommen. Eine Begründung ist zum Ende mehrperspektivisch (Unternehmens-, Lieferanten-, Kundenperspektive) vorzunehmen und mögliche Nebenwirkungen sind abzuwägen.

- **Materialien, Anwendungssoftware (z. B. Excel) zur Aufgabenlösung**

Videovignette, E-Mail mit dem Arbeitsauftrag, Drag and Drop-Liste mit ökonomischen/ökologischen/sozialen Kriterien, E-Mail als Antwortvorlage

- **Kognitive Anforderungen**

- Identifizierung der Problemsituation und Handlungsziele durch eine Videovignette
 - Planung und Durchführung der Lösungsmöglichkeiten basierend auf der gegebenen Informationslage (auch irrelevante Informationen liegen vor)
 - Entscheidungsfindung im Lösungsprozess (eindeutig lösbar)
 - Reflektion und Bewertung/Begründung der Problemlösung insbesondere in Bezug auf verschiedene Interessengruppen (hier: Unternehmen, Lieferanten, Kunden) und möglichen Nebenwirkungen

 - Hineinversetzen in die Problemsituation
 - Verarbeitung verschiedener Repräsentationen medialer Elemente
-

Problemsituation:

Einstieg als Videovignette



Sie absolvieren Ihre Ausbildung in der *Pyramid - Innovation & Design GmbH*, einem nachhaltig ausgerichteten Fahrradhersteller. Derzeit sind Sie in der Marketingabteilung eingesetzt. Ihre Vorgesetzte, Frau Schumacher, hält derzeit ein Meeting zur Besprechung einer neuen Strategie mit den Geschäftsführern ab.



Bitte schauen Sie sich den Ausschnitt aus dem Meeting Ihrer Vorgesetzten an!

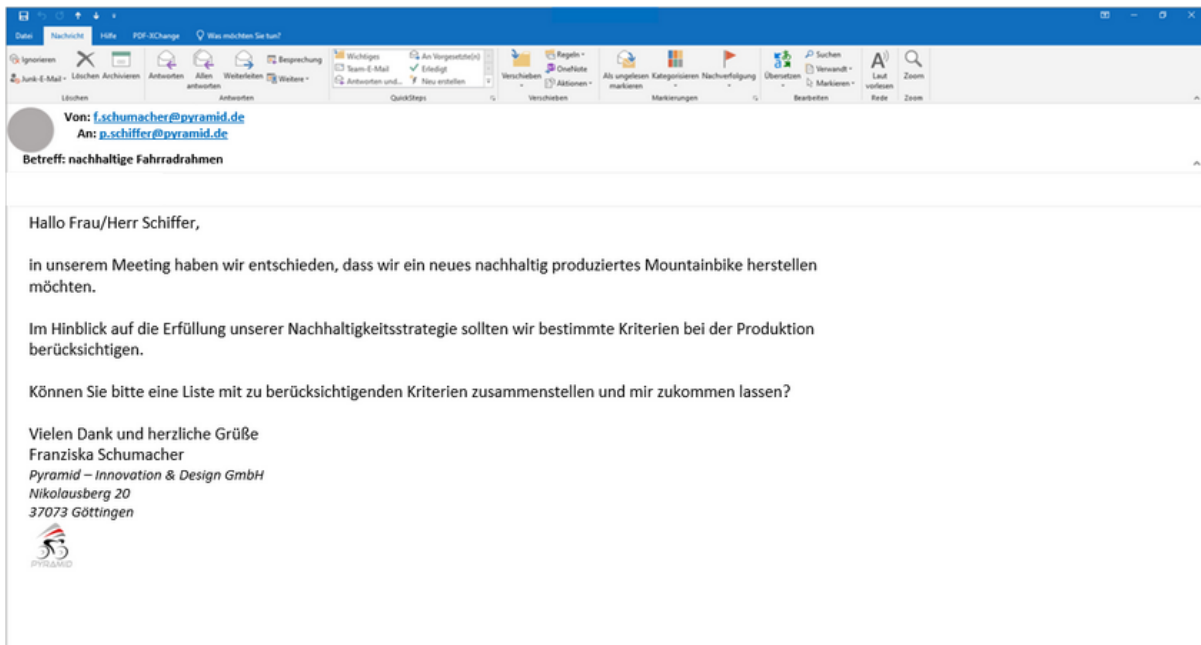


Situationsbeschreibung des Videos:

Eine Vorgesetzte, Frau Schumacher, erklärt den Geschäftsführern des Fahrradunternehmens, dass es aus Sicht der gesunkenen Absatzzahlen vorteilhaft wäre, durch nachhaltige Mountainbikes die Produktpalette zu erweitern. Nach anfänglicher Skepsis ihrer Kollegen, werden Umsetzungsmöglichkeiten diskutiert.



Nach dem Meeting erhalten Sie einen Arbeitsauftrag per E-Mail von Franziska Schumacher, Ihrer direkten Vorgesetzten:



Arbeitsauftrag und Lösungseingabe 1:

Bitte stellen Sie hier Ihre Kriterienliste zusammen! Ordnen Sie dafür geeignete Kriterien (rechts) zu den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (links) zu. Ziehen Sie die jeweiligen Kästchen mit der Maus zusammen.

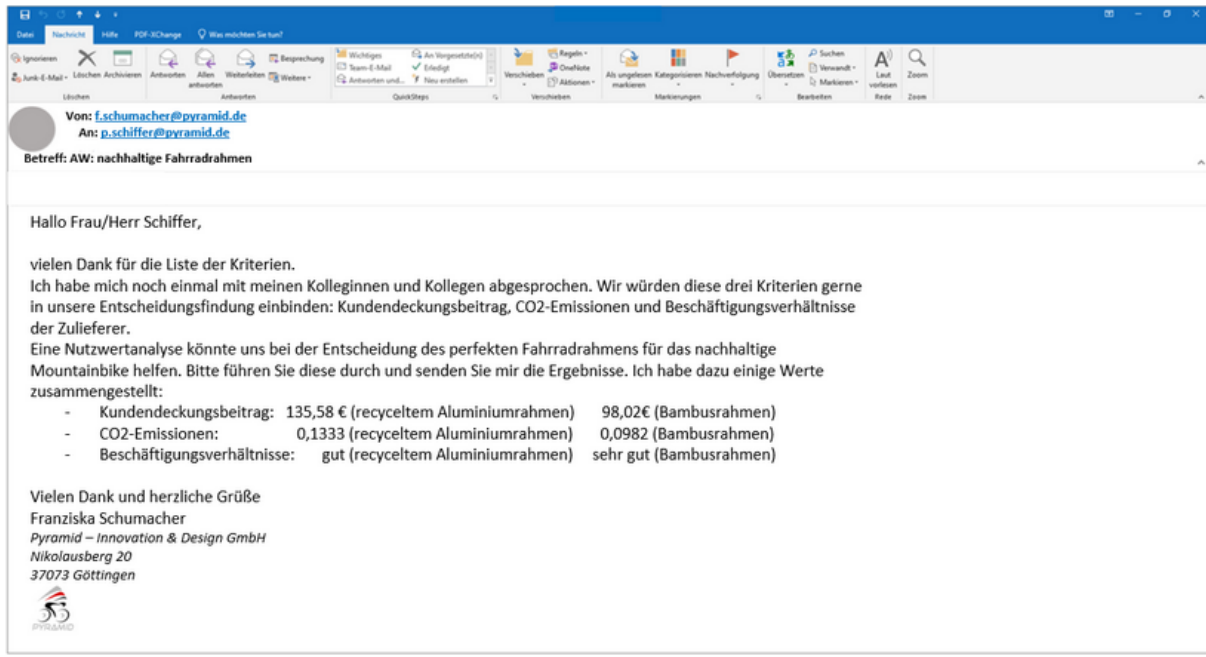
Beachten Sie, dass nicht unbedingt alle Kriterien verwendet werden müssen.

Ökonomische Kriterien	Synergien zu verwandten Produkten wie dem Trekking- und Rennrad.
Soziale Kriterien	Beschäftigungsverhältnisse der Zulieferer der Rohstoffe.
Ökologische Kriterien	

Quadratmeteranzahl an versiegeltem Boden.
Kundendeckungsbeitrag pro Fahrrad.
Einzahlungsüberschüsse der Periode.
Belastung der Umwelt während des Recyclingprozesses.
Berücksichtigung des systematischen Risikos der Fahrradbranche.
Einfluss der Inflation auf den Absatzpreis des nachhaltigen Mountainbikes.
Energiekosten bei der Produktion.
Anzahl an Auszubildenden in der Produktion.

Energiebedarf und Co2-Emissionen.
Berücksichtigung von Alternativinvestitionen für Pyramit
Wasser- und Stromkosten bei der Produktion.
Beliebtheit des Fahrradfahrens insgesamt.
Fahreigenschaften des Fahrrads (z. B. Leichtigkeit)
Qualitätsaspekte des Fahrradrahmens.
Mitarbeitervergütung bei den Lieferanten der Vorprodukte
Langlebigkeit der verwendeten Rohstoffe in dem Mountainbike.
Einfluss der Konkurrenz auf die Höhe der Cashflows des nachhaltigen Mountainbikes.

Arbeitsauftrag und Lösungseingabe 2:



Verfassen Sie eine Antwort-E-Mail. Hierbei können mehrere Antworten richtig sein:

Sehr geehrte Frau Schumacher,

nachfolgend finden Sie die prozentualen Gewichte der drei Kriterien (insgesamt 100 %):

- Kundendeckungsbeitrag: %

- CO₂-Emissionen: %

- Beschäftigungsverhältnisse: %


Diese Gewichtungen begründe ich wie folgt:

Die Berechnung der Nutzenwerte hat folgendes ergeben:

- Kundendeckungsbeitrag:

Viele Grüße
V. Kaufmann

In Ausbildung



In Ausbildung

[Rückmeldung anfordern](#)