

bungstest Teilbereich BWL

Hinweise:

Lineare Notenskala (5/maximal mögliche Punktzahl*erreichte Punktzahl+1)

Erlaubte Hilfsmittel: nichtprogrammierbarer, netzunabhängiger Taschenrechner

Zeit: 45 Minuten

Viel Erfolg!

Aufgabe 1

Im Anhang finden Sie Informationen zur Brauerei X AG. Erstellen Sie für dieses Unternehmen einen Steckbrief, der folgende Punkte beinhaltet: Sektor, Trägerschaft, Grösse, Rechtsform. (2P).

Nennen Sie drei unterschiedliche Produktionsfaktoren der Brauerei (2P).

Nehmen Sie an, dass die Brauerei die Produktion nach Zürich verschieben möchte. Welche Anspruchsgruppen wären von dieser Entscheidung betroffen? Begründen Sie. (2P)

Die Hopfenpreise steigen auf Grund einer schlechten Ernte auf der Nordhalbkugel. Welcher Umweltsphäre ist dies zuzuordnen? Begründen Sie. (2P)

Aufgabe 2

Beschreiben Sie das Marktsegment, welches die Brauerei mit dem Golden Ale Alkoholfrei erreichen möchte (3P).

Erstellen Sie einen stimmigen Marketingmix für das Golden Ale, das neuste Bier im Sortiment der Brauerei (5P).

Formulieren Sie ein Marktziel für das neue Golden Ale. (2P).

Aufgabe 3

Weshalb wurde als Rechtsform eine AG gewählt. Nennen Sie Vorteile dieser Rechtsform im Vergleich zu anderen Rechtsformen (Kollektivgesellschaft, GmbH) (4P)

Anhang

Aus dem Handelsregisterauszug

Zweck:

Der Zweck der Gesellschaft ist der Betrieb einer Brauerei, der Vertrieb von Bier und anderen Getränken sowie von damit zusammenhängenden Produkten. Im Weiteren kann die Gesellschaft Beratungen, Schulungen, Seminare und Führungen anbieten sowie weitere Veranstaltungen durchführen. Sie kann auch gastronomische Dienstleistungen anbieten. Die Gesellschaft kann im In- und Ausland Zweigniederlassungen errichten, sich an anderen Unternehmen im In- und Ausland beteiligen, gleichartige oder verwandte Unternehmen erwerben oder sich mit solchen zusammenschliessen, Grundstücke erwerben, verwalten und veräussern sowie alle Geschäfte eingehen und Verträge abschliessen, die geeignet sind, den Zweck der Gesellschaft zu fördern, oder die direkt oder indirekt damit im Zusammenhang stehen.

Im Handelsregisterteil des SHAB publizierte Meldungen seit 03. Februar 2016

SHAB: Pub. Nr. [REDACTED]

Brauerei X, in Y, CHE-[REDACTED], Bernstrasse 11, YY, Aktiengesellschaft (Neueintragung). Statutendatum: 12.12.2017. Zweck: Der Zweck der Gesellschaft ...(siehe oben)

Aktienkapital: CHF 450'000.00. Liberierung Aktienkapital: CHF 450'000.00. Aktien: 1'000 Namenaktien zu CHF 100.00 (Stimmrechtsaktien) und 350 Namenaktien zu CHF 1'000.00. Die Gesellschaft hat mit Beschluss vom 12.12.2017 eine genehmigte Kapitalerhöhung gemäss näherer Umschreibung in den Statuten beschlossen. Publikationsorgan: SHAB. Mitteilungen an die Aktionäre: schriftlich, mit Telefax oder mit elektronischer Post (E-Mail, Mobile). Eingetragene Personen: [REDACTED], Präsident des Verwaltungsrates, mit Einzelunterschrift; [REDACTED], Mitglied des Verwaltungsrates, mit Kollektivunterschrift zu zweien; [REDACTED], Mitglied des Verwaltungsrates, mit Kollektivunterschrift zu zweien; [REDACTED], Revisionsstelle.

Fragen an die Geschäftsleitung

Wieso eine AG und nicht eine GmbH?

Bei der GmbH handelt es sich um eine personenbezogene Kapitalgesellschaft. Wir wollten unsere Idee breit streuen und lokal verankern. Die Verkehrsfähigkeit der Aktientitel und das Einbinden von vielen Personen funktioniert über eine Aktiengesellschaft besser als bei einer GmbH. Ansonsten nehmen sich die beiden Gesellschaftsformen nicht viel.

Wieso habt ihr Stimmrechtsaktien?

Weil wir die Gründungsidee schützen wollten. Das Risiko einer unerwarteten Übernahme in der Start-Up-Phase wurde somit gebannt.

Sind die Aktien vinkuliert?

Nein, die Aktien sind nicht vinkuliert.

Wieso der Standort [REDACTED] bzw. wieso innerhalb der Gemeinde diesen Standort?

Wie es der Name von unserem Bier bereits ausdrückt, produzieren wir [REDACTED]. Dies setzt aus rechtlichen Gründen auch voraus, dass das Bier in [REDACTED] gebraut wird.

Welches sind die wichtigsten Standortfaktoren für eine Brauerei?

Eine gute Anbindung an die Autobahnzufahrt. Ideal sind grosszügige Flächen rund um das Brauereigebäude für den Güterumschlag. Die Anfahrt für Lieferanten. Wichtig ist auch eine optimale Wegfahrt für eigene Lieferfahrzeuge sowie Kundenparkplätze und Personalparkplätze. Weitere Faktoren sind erschlossene Infrastrukturen (Wasser, Gas, Strom usw.). Ideal wären auch schlanke Prozesse bei den verschiedenen Bewilligungsverfahren.

Im Gesellschaftszweck steht «Sie kann auch gastronomische Dienstleistungen anbieten. Die Gesellschaft kann im In- und Ausland Zweigniederlassungen errichten» ist eine Expansion ins Ausland geplant?

Bei der Errichtung einer Gesellschaft wird bei der Zweckbegründung meistens eine offene Formulierung mit wenig Einschränkungen gewählt. Dies ist eigentlich Standard und lässt nicht direkt auf strategische Optionen schliessen. Aktuell ist keine Expansion ins Ausland geplant.

Hat der Wechselkurs einen Einfluss auf die Brauerei?

Wir beschaffen im Ausland Malz und teilweise auch Hopfenprodukte für die Produktion. Beim Malz handelt es sich um relativ grosse Mengen, welche auch betragsmässig zu Buche schlagen. In diesem Bereich - also auf der Einkaufsseite - kann sich der Wechselkurs, namentlich der Euro schon auswirken.

Gemäss Bundesamt für Statistik haben Getränkehersteller im Schnitt ein Eigenfinanzierungsgrad von 31.6%. Wie sieht es bei der Brauerei Thun Bier AG aus?

Kennzahlen geben wir keine bekannt. Die Brauerei ist jedoch solid eigenfinanziert und aktuell läuft eine Kapitalerhöhung. Der Eigenfinanzierungsgrad wird nach Abschluss dieser Aktienkapitalerhöhung deutlich über den 31.6 % zu liegen kommen.

Die Rentabilität des Eigenkapitals liegt im Schnitt bei Getränkeherstellern bei 22.1% und die Gesamtkapitalrentabilität liegt bei 9.4%? Sieht es bei der Brauerei Thun Bier ähnlich aus?

Wir sprechen wie gesagt nicht über unsere Kennzahlen. Wenn man sich jedoch an ökonomische Vergleichsanalysen heranwagt, sollte meines Erachtens beachtet werden, dass die Brauerei erst seit dem Juni 2018 in den Markt eingetreten ist und die Firma sich nach wie vor im Start-Up und Wachstumsmodus befindet. Deshalb sind solche Vergleiche schwierig und möglicherweise nicht zielführend.

Auf der Webseite der Unternehmung können sich Interessenten auf die Warteliste werdender Aktionäre einschreiben. Wieso sollte jemand Aktionär werden?

Primär sollte ein potentieller Geldgeber von der Idee Beteiligter einer Brauerei in der Gemeinde zu werden, motiviert sein. Er zeigt Begeisterung und Freude am lokalen Bier bzw. an den qualitativ hochwertigen Produkten. Ein reiner Investor., der kurzfristig auf Geld hofft passt nicht unbedingt in unser Aktionariat. Selbstverständlich geniessen unsere Aktionäre tolle Vorzugsbedingungen beim

Biereinkauf. Die Einsparung lässt sich durchaus mit einer normalen Rendite vergleichen. Unser Anspruch zukünftig den Aktionären eine Dividende auszurichten, besteht selbstverständlich.

Bildet ihr auch Lernende aus?

Mittlerweile verfügen wir über 240 % Angestellte, dies entspricht rund 2 1/2 Stellen. Die Voraussetzung Lernende auszubilden, erfüllen wir aktuell noch nicht. Dies hängt auch mit Betriebsgrösse zusammen. Aber für die Zukunft können wir uns durchaus vorstellen, Lernende auszubilden.

Welche Eigenschaften müssen Personen haben, die bei der Brauerei angestellt werden?

In der Brauerei arbeiten vor allem Menschen mit hoher Vielseitigkeit und Flexibilität. Die Aufgaben sind sehr breit und vielschichtig und deshalb benötigen wir geniale Allrounder, die viele Bereiche abdecken können.

Wieso gibt es nebst der Spirituosensteuer eine separate Biersteuer? Was ist der Sinn dahinter?

Im Gegensatz zum Wein (es gibt keine Weinsteuern) existiert tatsächlich eine Biersteuer. Bei der Biersteuer handelt es sich um eine Verbrauchssteuer auf Bier. Es ist somit eine Lenkungs- oder auch Verkehrssteuer, genauer eine Wirtschaftsverkehrssteuer. Weitere Wirtschaftsverkehrssteuern sind die Mehrwertsteuer als die bekannteste, Zölle, sowie die Tabaksteuer, Branntweinsteuer, Mineralölsteuer und die Automobilsteuer. Die Biersteuer wird vom Bund erhoben. Der Biersteuer unterliegen nur alkoholhaltige Biere. Ziel ist es, den Konsum von Alkohol einzuschränken.

Gemäss Steuerbehörde gibt es in der Schweiz 1337 Bierbrauereien. Wieso eine weitere? In der Gemeinde sind bereits 7 oder mehr Brauereien eingetragen... Jede Bierbrauerei erhält eine Nummer, welche sie für immer behält. D.h. auch wenn die Bierbrauerei nicht mehr existiert, wird die jeweilige Nummer nicht weiter vergeben. Zur Relativierung gilt zu beachten, dass in der Schweiz nur ca. 60 - 70 wirtschaftlich orientierte Brauereien existieren. Die anderen sind Mikrobrauereien und Kleinstbrauereien, welche mehr ihrer Liebhaberei bzw. ihrem Hobby verpflichtet sind. Unsere Brauerei verfolgt - auch aufgrund ihrer Fixkosten wie Löhne usw. - eine wirtschaftliche und auf Gewinn ausgerichtete Strategie. Sie hat klar den Anspruch nach dem Verdichtungsprozess, d.h. es werden einige Brauereien vom Markt verschwinden, welche noch verstärkt einsetzen werden, erfolgreich aus diesem Prozess hervorzugehen.

Wie sieht das Marketing aus?

Unser Produkt ist primär der Träger. Es ist von hoher Qualität und Geschmacksvielfalt geprägt. Wir verfügen über eine tolle Homepage mit Webshop. Zudem bedienen wir die sozialen Medienkanäle wie Facebook und Instagram. Im weiteren nehmen wir an zahlreichen Festivals teil und zeigen dort eine hohe Präsenz. Wir führen mehrmals wöchentlich Brauereiführungen durch, welche viele neue Fans generieren. Wir verfügen auch über Merchandise-Artikel, welche sich zunehmender Beliebtheit entwickeln.

Müssen Gastrobetriebe das Bier abholen oder wird es geliefert?

Die Gastronomen werden von uns direkt beliefert. Einige werden via Getränkehandel beliefert.