

Fragen zur Wissensüberprüfung

Fragen und Multiple-Choice-Antwortmöglichkeiten

Fragen zu Kapitel 2

Geschäftsidee und Geschäftsmodell als Ausgangspunkt des Businessplans

1. Welche Bestandteile kennzeichnen eine potenzialträchtige Geschäftsidee?

Neben einem klar sichtbaren Kundennutzen sowie Machbarkeit und Profitabilität ...

- a. ... ein neuartiges Produkt und gewerbliche Schutzrechte**
 - b. ... ein erfahrenes Management und eine großzügige Kapitalausstattung**
 - c. ... ein ausreichend großer Markt und ein ausreichender Innovationsgrad**
- 2. Zu den rechtlichen Möglichkeiten, eine Geschäftsidee zu schützen, gehören neben Patenten und Gebrauchsmustern auch Geschmacksmuster. Was kann mit letzteren geschützt werden?**
- a. Produkte der Nahrungs- und Genussmittelindustrie**
 - b. Flächige oder dreidimensionale Muster und Modelle, die zur Reproduktion bzw. Anfertigung von gewerblichen Erzeugnissen dienen**
 - c. Nicht technische Erfindungen im künstlerischen Bereich, die einem definierten ästhetischen Kriterienkatalog entsprechen**
- 3. Was stellt Stähler bei seiner Definition eines Geschäftsmodells in den Vordergrund?**
- a. Kundengruppen, Wertschöpfungspartner und Erlösformen**
 - b. Nutzenversprechen, Architektur der Wertschöpfung, Ertragsmodell**
 - c. Finanzierung, Leistungserstellung, Profitabilität**
- 4. Wobei handelt es sich um Partialmodelle eines Geschäftsmodells nach Wirtz?**
- a. Leistungserstellung und Kapitalmodell**
 - b. Leistungsangebot und Steuermodell**
 - c. Leistungsverwertung und Marketingmodell**
- 5. Wie lassen sich die drei möglichen Koordinationsformen charakterisieren?**

- a. Die Koordination durch Hierarchie erfolgt dezentral. Es gibt kaum Entscheidungsinstanzen mit Weisungsbefugnissen gegenüber den zu koordinierenden Akteuren.
- b. Märkte basieren i.d.R. auf Vertrauen, denn die auszutauschende Leistung ist selten genau festgelegt.
- c. Die Kooperation in einem Netzwerk ist am geeignetsten, wenn die Transaktion neben einem gewissen Grad an Spezifität insbesondere mit einem hohen Maß an Unsicherheit und Veränderlichkeit behaftet ist.

Kapitel 3

Erstellung eines Businessplans

6. Was sind inhaltliche Anforderungen an einen Businessplan?

- a. Üblicherweise wird ein Zeithorizont von drei bis fünf Jahren betrachtet, ggf. aber auch mehr, wenn die Anlaufphase des Unternehmens länger dauert.
- b. Ein Businessplan darf nur belegbare Fakten enthalten und keine Schätzungen.
- c. Mögliche Risiken der geplanten Geschäftstätigkeit brauchen im Gegensatz zu den Chancen nicht erläutert zu werden.

7. Welche formalen Anforderungen werden an einen Businessplan gestellt?

- a. Ein euphorischer Werbesprachstil ist einer trockenen sachlichen Argumentation vorzuziehen.
- b. Ein einheitliches Erscheinungsbild und ein einheitlicher Schreibstil sind nur innerhalb der einzelnen Kapitel notwendig.
- c. Die Verständlichkeit des Dokumentes ist dadurch zu unterstützen, dass der Businessplan zielgruppengerecht und ohne für diese Gruppe unverständliche Fachtermini zu schreiben ist.

Abschnitt 5.1

Executive/Management Summary

8. Was beinhaltet das Executive/Management Summary des Businessplans und wozu dient es?

- a. Es beschreibt insbesondere detailliert die Qualifikationen des Managements des geplanten Unternehmens, um Kreditgeber von der Seriosität des Unternehmens zu überzeugen.
- b. Es stellt umfassend, aber kurz die wichtigsten Eckdaten und Aussagen des gesamten Businessplans dar, um das Interesse des Lesers an den detaillierten Aussagen der folgenden Kapitel zu wecken.
- c. Es nennt die Titel und Themen der nachfolgenden Kapitel des Businessplans und dient somit vor allem als kurze Inhaltsübersicht.

Abschnitt 5.2

Das (geplante) Unternehmen und sein Leistungsangebot

9. Was ist unter Bedürfnissen zu verstehen?

- a. Der geäußerte Wunsch nach bestimmten Produkten und/oder Dienstleistungen
- b. Die aggregierte Nachfrage einzelner Kundengruppen
- c. Der Wunsch nach Beseitigung eines vorhandenen oder auch nur subjektiv empfundenen körperlichen oder geistigen Mangels

10. Warum ist die Betrachtung von Bedürfnissen im Businessplan wichtig?

- a. Die Höhe des Kundennutzens ist abhängig vom Grad der Bedürfniserfüllung.
- b. Bedürfnisse definieren eindeutig die kundenseitig geforderten Produkte und/oder Dienstleistungen eines Unternehmens.
- c. Die Bedürfnisse der Kunden müssen mit den Bedürfnissen der Unternehmen übereinstimmen.

11. Was ist bei der Einordnung eines Unternehmens in die Wertschöpfungskette seiner Branche insbesondere zu betrachten?

- a. Märkte, Kunden, Wettbewerber
- b. Lieferanten, Intermediäre und andere Wertschöpfungspartner
- c. Mitarbeiter, Management, Kapitalgeber

12. Welche Angaben enthält das Rollenmodell eines Unternehmens?

- a. Die Aufgabenbereiche und Zuständigkeiten der Mitarbeiter und Managementmitglieder des Unternehmens
- b. Die vom Unternehmen wahrzunehmenden Funktionen innerhalb seiner Branche
- c. Die wesentlichen Waren- und Zahlungsströme zwischen dem Unternehmen, seinen Kunden, Lieferanten und weiteren Wertschöpfungspartnern

13. Wie lassen sich Formal- und Sachziele von Unternehmen grundlegend unterscheiden?

- a. Formalziele sind wertorientiert, die ihnen zugeordneten Sachziele objekt- bzw. handlungsbezogenen.
- b. Formalziele sind den Erfolgszielen untergeordnet, Sachziele diesen übergeordnet.
- c. Formalziele betreffen unternehmensexterne Aspekte, Sachziele unternehmensinterne Bereiche.

14. Was benötigen Unternehmen, um langfristige Unternehmensziele erreichen zu können?

- a. Ein langfristig unverändertes Management
- b. Ein bereits erfolgreiches Geschäftsmodell
- c. Eine Strategie

Abschnitt 5.3

Leistungserstellung und Beschaffung

15. Wie sieht das System der betrieblichen Produktionsfaktoren (nach Gutenberg) aus?

- a. Es werden Elementarfaktoren (menschliche Arbeitsleistung, Betriebsmittel, Werkstoffe) und distributive Faktoren (Geschäfts- und Betriebsleitung, Planung und Organisation, Steuerung und Kontrolle) unterschieden.
- b. Es werden Elementarfaktoren (menschliche Arbeitsleistung, Betriebsmittel, Werkstoffe) und dispositive Faktoren (Geschäfts- und Betriebsleitung, Planung und Organisation, Steuerung und Kontrolle) unterschieden.
- c. Es werden Elementarfaktoren (Arbeit, Kapital, Boden) und dispositive Faktoren (Geschäfts- und Betriebsleitung, Planung und Organisation, Steuerung und Kontrolle) unterschieden.

16. Welche Entscheidungskriterien sprechen für eine Eigenfertigung im Gegensatz zum Fremdbezug?

- a. Unabhängigkeit und Betriebsmittelauslastung sprechen für die Eigenfertigung.
- b. Notwendige Geheimhaltung und eigene Schutzrechte sprechen für den Fremdbezug.
- c. Fehlendes Know-how und Engpässe des Unternehmens sprechen für die Eigenfertigung.

17. Welche unterschiedlichen Fertigungstypen gibt es?

- a. Einzelfertigung, Baukastenfertigung, Mass Customization
- b. Mehrfachfertigung, Serienfertigung, Sortenfertigung
- c. Einzelfertigung, Serienfertigung und Massenfertigung

18. Was ist unter dem Begriff Mass Customization zu verstehen?

- a. Eine Massenfertigung standardisierter Konsumprodukte
- b. Eine individuelle Fertigung auf Basis eines Baukastensystems
- c. Eine Serienfertigung unter Beteiligung der Kunden an der Produktion

19. Was unterscheidet variable von fixen Kosten?

- a. Fixkosten stellen meist die Einzelkosten eines Unternehmens dar, während die variablen Kosten oft die Gemeinkosten bilden.
- b. Variable Kosten ändern sich direkt mit der Produktionsmenge eines Unternehmens, fixe Kosten sind zumindest bezogen auf eine betrachtete Periode unveränderlich.
- c. Durch Outsourcing können nur die variablen Kosten eines Unternehmens gesenkt werden, aber nicht dessen fixe Kosten.

20. Durch welche Verfahren kann eine erste Orientierung für die eigenen Preise gewonnen werden?

- a. Durch primäre oder sekundäre Aufschlagskalkulation
- b. Durch einfache oder komplexe Zuschlagskalkulation
- c. Durch einfache oder doppelte Abschlagskalkulation

Abschnitt 5.4

Markt und Wettbewerb

21. Wodurch sind Primär- bzw. Sekundärforschung bei der Marktforschung charakterisiert?

- a. Die Erhebung, Aufbereitung und Erschließung bereits bekannten Datenmaterials wird als Primärforschung bezeichnet.
- b. Sekundärforschung ist die Suche von Informationen in unbekanntem unternehmensinternen Datenquellen.
- c. Die Primärforschung ist i.d.R. zeitintensiver und erfordert mehr Spezialwissen als die Analysen der Sekundärforschung.

22. Was ist unter den Begriffen Bedarf und Nachfrage zu verstehen?

- a. Unter Bedarf ist die Gesamtheit derjenigen Bedürfnisse zu verstehen, welche die Menschen letztlich mit den vorhandenen Geldmitteln (ihrer Kaufkraft) auch befriedigen können. Ein Bedarf, der dann im Wirtschaftsraum auch tatsächlich geäußert wird und erfüllt werden soll, wird zur Nachfrage.
- b. Unter Bedarf ist die Gesamtheit derjenigen Bedürfnisse zu verstehen, welche die Menschen letztlich mit den vorhandenen Geldmitteln (ihrer Kaufkraft) auch befriedigen können. Die Nachfrage ist der dann im Wirtschaftsraum auch tatsächlich erfüllbare bzw. erfüllte Bedarf.
- c. Unter der Nachfrage ist die Gesamtheit derjenigen Bedürfnisse zu verstehen, welche die Menschen letztlich mit den vorhandenen Geldmitteln (ihrer Kaufkraft) auch befriedigen können und im Wirtschaftsraum äußern. Eine Nachfrage, die nicht befriedigt werden kann, wird dabei als Bedarf bezeichnet.

23. Was sind die Aufgaben von Märkten?

- a. Zu verhindern, dass Informationen zwischen den einzelnen Wirtschaftssubjekten verteilt werden, denn Markttransparenz ist eine wichtige Voraussetzung für die Koordinationsfunktion von Märkten.
- b. Zu koordinieren, dass die Menge der erstellten und angebotenen Wirtschaftsgüter höher ist als der jeweilige Bedarf bzw. die Nachfrage.
- c. Zu koordinieren, dass die Menge der angebotenen Wirtschaftsgüter auf die jeweilige Nachfrage abgestimmt ist und der für den Erwerb eines Gutes zu zahlende Preis (im Sinne einer Gegenleistung) dessen Knappheit angemessen ist.

24. Welche Aussagen über Märkte lassen sich nach dem Marktformenschema treffen?

- a. Bei einem großen Anbieter und vielen kleinen Nachfragern handelt es sich um ein Nachfragemonopol.
- b. Bei wenigen mittelgroßen Anbietern und Nachfragern handelt es sich um ein bilaterales Polypol.
- c. Bei vielen kleinen Nachfragern und wenigen mittelgroßen Anbietern handelt es sich um ein Angebotsoligopol.

25. Welche Aussagen lassen sich zu den Kriterien der sachlichen Abgrenzung des relevanten Marktes treffen?

- a. Beim produktorientierten Konzept der funktionalen Ähnlichkeit bzw. Grundbedürfniskonzept umfasst der relevante Markt keine Güter, die das gleiche Grundbedürfnis/Funktion erfüllen.
- b. Beim nachfragerorientierten Substitution-in-use-Ansatz umfasst der relevante Markt alle Güter, die für den Verwender in einer bestimmtem Ge- oder Verbrauchssituation den gleichen Nutzen stiften.
- c. Beim anbieterorientierten Konzept der Kreuzpreiselastizität umfasst der relevante Markt alle Güter, bei denen eine Preisänderung des einen Gutes kaum/nicht zur Absatzänderung eines anderen Gutes führt.

26. Was sagen die Kennzahlen der quantitativen Marktanalyse aus?

- a. Beim Marktvolumen handelt es sich um die geplante Absatzmenge vergleichbarer Produkte aller Anbieter im Markt.
- b. Das Verhältnis zwischen dem bereits erreichten Marktvolumen und dem Marktpotenzial gibt die Marktsättigung an.
- c. Das Verhältnis vom Absatzvolumen eines Unternehmens zum Marktwachstum ergibt dessen Marktanteil.

27. Wozu dient die Definition/Segmentierung der Zielmärkte bei der Kundenanalyse?

- a. Zur ggf. wirtschaftlich sinnvollen Beschränkung auf einzelne Segmente bzw. den gezielten Einsatz des zur Verfügung stehenden Budgets in möglichst lukrativen Segmenten
- b. Zum Finden standardisierter Lösungen für ausgewählte Kundenprobleme und die Formulierung eines undifferenzierten Nutzenangebotes
- c. Zur Vermeidung des gezielteren Einsatzes der Marktbearbeitungsinstrumente in den vier Bereichen des Marketing-Mix.

28. Wozu beinhaltet das Five-Forces-Modell von Porter Aussagen?

- a. Es beinhaltet Aussagen über die Verhandlungsmacht der Lieferanten und Abnehmer.
- b. Es beinhaltet Aussagen über das unternehmensinterne Kräftespiel zwischen Mitarbeitern und Management.
- c. Es beinhaltet Aussagen über die Substitution von bestehenden und zukünftigen Wettbewerbern.

29. Wie untergliedern sich Wettbewerbsvorteile bzw. wie können sie entstehen?

- a. Anbietervorteile entsprechen dem Ausmaß des Kundennutzens und der Effektivität. Kundenvorteile sind das Ergebnis geringer Selbstkosten und hoher Effizienz.
- b. Wettbewerbsvorteile bestehen aus zwei Bestandteilen: Anbietervorteilen (wie z.B. geringen Selbstkosten) und Kundenvorteilen (wie z.B. hohem Kundennutzen).
- c. Potenzial-, Prozess- und Programmunterschiede sind Auswirkungen von Wettbewerbsvorteilen.

Abschnitt 5.5 Marketing

30. Wie lassen sich die Elemente der Marketingkonzeption charakterisieren?

- a. Die Marketingziele bestimmen die Wunschorte des Unternehmens.
- b. Der Marketing-Mix legt die Route zu den Wunschorten des Unternehmens fest.
- c. Die Marketingstrategie enthält die Auswahl der Beförderungsmittel auf der festgelegten Route zu den Wunschorten des Unternehmens.

31. Welche Marktfeldstrategien ergeben sich aus der Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff?

- a. Marktdurchdringung, Marktwachstum, Marktsättigung, Marktrückgang

- b. **Marktdurchdringung, Marktentwicklung, Produktdurchdringung, Produktentwicklung**
- c. **Marktdurchdringung, Marktentwicklung, Produktentwicklung, Diversifikation**

32. Wie charakterisieren sich die drei generischen Wettbewerbsstrategien nach Porter?

- a. **Die Strategie der Differenzierung benötigt z.B. die Produktion großer Stückzahlen, Erfahrungskurveneffekte, weitgehend standardisierte Produkte oder auch permanente Kostenreduktion in allen Wertaktivitäten.**
- b. **Die Strategie der umfassenden Kostenführerschaft zielt darauf ab, gegenüber den Kunden statt eines preisbasierten Vorteils die Leistungsaspekte des Unternehmensangebotes herauszustellen, die aus Kundensicht als so einzigartig und kaufentscheidend wahrgenommen werden, dass tatsächlich auch eine höhere Kauf- und Preisbereitschaft sowie Kundenbindung als bei den Wettbewerbern erreicht werden kann.**
- c. **Bei der Konzentrationsstrategie konzentriert das Unternehmen seine Aktivitäten bewusst auf bestimmte Abnehmergruppen bzw. abgegrenzte Segmente, die sogenannten Marktnischen, um dort Differenzierungs- und/oder Kostenvorteile zu erlangen, die den Wettbewerbern verwehrt bleiben oder von diesen nicht beachtet werden.**

33. Was ist unter Markteintrittsbarrieren zu verstehen?

- a. **Markteintrittsbarrieren sollen den Eintritt neuer Wettbewerber fördern, um die Funktion von Märkten aufrechtzuerhalten.**
- b. **Markteintrittsbarrieren sind Bedingungen oder Anforderungen, die ein Unternehmen erfüllen muss, um am Markt teilnehmen zu können, die nur mit unverhältnismäßig hohem Aufwand erfüllt werden können.**
- c. **Hierbei handelt es sich um branchenspezifische Hindernisse der Kunden, ihre Nachfrage auf einem Markt äußern zu können.**

34. Woraus besteht der sogenannte Marketing-Mix?

- a. **Beschaffungspolitik, Produktpolitik, Absatzpolitik, Wettbewerbspolitik**
- b. **Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik**
- c. **Produktpolitik, Prozesspolitik, Preispolitik, Planungspolitik**

35. Was sind Teilbereiche der Produktpolitik?

- a. **Verpackung und Kundendienst**
- b. **Sortimentspolitik und Preisfestlegung**

c. Produktgestaltung und Lieferbedingungen

36. Was lässt sich zu den Faktoren der Preisfestlegung aussagen?

- a. Die Preisobergrenze ergibt sich aus den Preisen der Wettbewerber.
- b. Der festgelegte Preis wird durch die Nachfrageelastizität beeinflusst.
- c. Die Preisuntergrenze ergibt sich aus der Wettbewerbsstrategie des Unternehmens.

37. Was sagt die Preis-Absatz-Funktion aus?

- a. Die absetzbare Menge eines Wirtschaftsgutes hängt ausschließlich vom zu zahlenden Preis ab.
- b. Sie gibt an, wie sich eine Preisänderung auf die absetzbare Menge als davon beeinflusste Variable auswirkt.
- c. Die Preisbereitschaft der Kunden ist letztlich nur von irrationalen Entscheidungen abhängig.

38. Was sind Intermediäre und ihre Aufgaben?

- a. Intermediäre agieren zwischen den Anbietern und Nachfragern von Wirtschaftsgütern. Ihre Aufgabe ist es, das Funktionieren des Marktes zu erleichtern bzw. ggf. überhaupt erst zu ermöglichen.
- b. Bei Intermediären handelt es sich ausschließlich um Medienunternehmen, die von großer Bedeutung für die Kommunikationspolitik von Unternehmen sind.
- c. Intermediäre agieren zwischen den Anbietern und Nachfragern von Wirtschaftsgütern. Sie sind verantwortlich dafür, dass die angebotene Unternehmensleistung in der vereinbarten Menge und zur vereinbarten Zeit das Unternehmen verlässt und zum Abnehmer gelangt.

39. Welche verschiedenen Vertriebswege gibt es?

- a. Es gibt u.a. direkte Vertriebswege über Absatzmittler.
- b. Es gibt u.a. indirekte Vertriebswege über Absatzhelfer.
- c. Franchising zählt zu den indirekten Vertriebswegen.

40. Was sind Teilbereiche der Kommunikationspolitik?

- a. Werbung, Namenspolitik
- b. Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit
- c. Werbung, Preisfestlegung

Abschnitt 5.6

Management und Organisation

41. Welche Informationen über die Unternehmensgründer bzw. das Management sollte ein Businessplan enthalten?

- a. Vollständige Lebensläufe für alle Unternehmensgründer, Managementmitglieder und sonstige Personen in Schlüsselpositionen**
- b. Alle Informationen, die für die Umsetzung des Geschäftsmodells relevant sind, wie z.B. Ausbildung, Erfahrungen und sonstige Qualifikationen für die vorgesehenen Aufgabenbereiche**
- c. Die Namen und vorgesehenen Aufgabenbereiche der Unternehmensgründer bzw. der Managementmitglieder genügen.**

42. Was sind grundlegende Unterschiede zwischen Personenunternehmen und Kapitalgesellschaften?

- a. Die Unternehmensleitung erfolgt bei Kapitalgesellschaften stets durch einen der Gesellschafter.**
- b. Bei Personenunternehmen haftet mindestens ein Gesellschafter persönlich mit seinem gesamten Privatvermögen.**
- c. Kapitalgesellschaften basieren auf der Übereinstimmung von Kapital und Personen, die von möglichen Gläubigern verklagt werden können.**

43. Was sind die charakterisierenden Merkmale der verschiedenen Rechtsformen für Unternehmen?

- a. Eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts erfordert mindestens zwei Gesellschafter, aber kein Mindestkapital.**
- b. Die Leitung einer Kommanditgesellschaft erfolgt durch die Kommanditisten.**
- c. Eine Aktiengesellschaft muss nicht ins Handelsregister eingetragen werden und haftet mit maximal dem doppelten Betrag ihres Gesellschaftsvermögens.**

44. Was ist unter dem Begriff Firma zu verstehen?

- a. Bei einer Firma handelt es sich um den Namen eines kaufmännischen Betriebes, wenn dieser im Handelsregister eingetragen ist.**
- b. Unter dem Begriff Firma ist der im Geschäftsverkehr üblicherweise gebrauchte Namen eines Unternehmens zu verstehen.**
- c. Bei einer Firma handelt es sich um die Kurzbezeichnung einer Kapitalgesellschaft.**

45. Wodurch unterscheiden sich Aufbau- und Ablauforganisation?

- a. Die Aufbauorganisation gibt an, wer was womit erledigt.**
- b. Die Ablauforganisation gibt an, was womit erledigt wird.**

- c. Die Aufbauorganisation gibt an, wann, wo und wie Aufgaben erfüllt werden.

46. Wie sollte die Aufbauorganisation im Businessplan dargestellt werden?

- a. Mithilfe einer Wertschöpfungskette
- b. Mithilfe eines Organigramms
- c. Mithilfe eines Gantt-Diagramms

Abschnitt 5.7

Realisierungsplan und Meilensteine

47. Was sind Meilensteine und wozu dienen sie?

- a. Meilensteine geben dem Management stets die Zeitpunkte an, zu denen das umgesetzte Geschäftsmodell auf notwendige Veränderungen überprüft werden muss.
- b. Meilensteine treffen Aussagen sowohl über das, was getan bzw. erreicht werden soll, als auch darüber (bis) wann und geben somit allen an der Umsetzung des Geschäftsmodells Beteiligten eine Handlungsorientierung.
- c. Meilensteine sind stets im gleichen Abstand auftretende Zeitpunkte finanzieller Fortschritte des Unternehmens.

48. Wie sollte die geplante zeitliche Realisierung des Geschäftsmodells im Businessplan dargestellt werden?

- a. Mit einem Organigramm
- b. Mit einem Gantt-Diagramm
- c. Mit einem Netzplan

Abschnitt 5.8

Chancen und Risiken

49. Womit sollten interne und externe Einflussfaktoren der möglichen Unternehmensentwicklung im Businessplan analysiert werden?

- a. Mithilfe der SWAR-Analyse
- b. Mithilfe einer SWAT-Analyse
- c. Mithilfe einer SWOT-Analyse

50. Was unterscheidet Stärken und Schwächen von Chancen und Risiken?

- a. Stärken und Schwächen unterscheiden sich von Chancen und Risiken durch die Wahrscheinlichkeit ihres Auftretens.
- b. Stärken und Schwächen lassen sich aus Umweltanalysen herleiten, Chancen und Risiken aus Unternehmensanalysen.

- c. Stärken und Schwächen stellen interne Einflussfaktoren dar, Chancen und Risiken externe Einflussfaktoren.

51. Wie lässt sich die Szenariotechnik beschreiben?

- a. Auf Grundlage der ermittelten Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken des Unternehmens werden mehrere Szenarien vom günstigsten bis zum ungünstigsten Fall der Unternehmensentwicklung aufgestellt.
- b. Bei dem Best-Case-Szenario handelt es sich um den am wahrscheinlichsten eintretenden Fall der Unternehmensentwicklung.
- c. Auf Grundlage der aufgestellten Szenarien können die Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken des Unternehmens ermittelt werden.

52. Wozu dient die Szenariotechnik im Businessplan?

- a. Auf Grundlage der aufgestellten Szenarien können die Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken des Unternehmens ermittelt werden.
- b. Die quantitativen Annahmen des Normal-Case-Szenarios dienen als Grundlage der finanzorientierten Betrachtungen des Businessplans.
- c. Mit der Szenariotechnik werden in einem Businessplan verschiedene Geschäftsmodelle einander gegenübergestellt.

Abschnitt 5.9

Erfolg und Finanzierung

53. Wozu dienen Liquiditätsrechnung, Gewinn- und Verlustrechnung bzw. Bilanz?

- a. Die Liquiditätsrechnung soll helfen sicherzustellen, dass die notwendige Zahlungsfähigkeit des Unternehmens stets gewährleistet ist.
- b. Die Gewinn- und Verlustrechnung soll die Vermögensänderung eines Unternehmens aufzeigen.
- c. Bei der Bilanz handelt es sich um die Erfolgsrechnung des Unternehmens.

54. Worin liegt der grundlegende Unterschied zwischen Gewinn- und Verlustrechnung und Bilanz?

- a. Bei der Gewinn- und Verlustrechnung handelt es sich um eine zeitraumbezogene Betrachtung, bei der Bilanz um eine zeitpunktbezogene Betrachtung.
- b. Bei der Gewinn- und Verlustrechnung werden die Kosten den Leistungen gegenübergestellt, in der Bilanz die Aufwände und Erträge.

- c. Bei der Gewinn- und Verlustrechnung wird die Liquidität ermittelt, bei der Bilanz nicht.

55. Was sind Bestandsgrößen und Stromgrößen bzw. wodurch unterscheiden sie sich prinzipiell voneinander?

- a. Stromgrößen sind zeitpunktbezogen und bilden die Zahlungs- und Leistungsvorgänge am Anfang und am Ende einer zu betrachtenden Periode ab.
- b. Die Bestandsgrößen Kapital und Vermögen werden für einen ganz bestimmten Zeitpunkt ermittelt und in Geldeinheiten bewertet.
- c. Kapital und Vermögen sind Stromgrößen. Einzahlungen/Auszahlungen, Einnahmen/Ausgaben, Erträge/Aufwände und Kosten/Leistungen sind Bestandsgrößen.

56. Wie sollte ein Liquiditätsplan strukturiert sein?

- a. Ein Liquiditätsplan sollte in jeweils voneinander getrennten Blöcken alle betrieblichen sowie finanzierungsbedingten Einzahlungen und Auszahlungen enthalten.
- b. Ein Liquiditätsplan sollte in chronologischer Reihenfolge alle Aufwendungen und Erträge einer Periode auflisten.
- c. Ein Liquiditätsplan sollte der im Handelsgesetzbuch vorgeschriebenen Gliederung entsprechen.

57. Welche Positionen gehören in einen Liquiditätsplan?

- a. Umsätze und offene Forderungen
- b. Zins- und Tilgungszahlungen, Ausgaben für Löhne und Gehälter
- c. Umlaufvermögen und Rücklagen

58. Welche Finanzierungsquellen gibt es für Unternehmen?

- a. Die Reinvestition von Gewinnen als Form der Innenfinanzierung
- b. Kredite von Banken, Lieferanten oder der Familie als Eigenkapitalfinanzierung
- c. Venture Capital oder einen Börsengang als Formen der Fremdkapitalfinanzierung

59. Welche Posten enthält die Gliederung einer Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren?

- a. Umsatzerlöse, aktivierte Eigenleistungen, Verbindlichkeiten
- b. Umsatzerlöse, Abschreibungen, außerordentliche Erträge
- c. Umsatzerlöse, Personalaufwand, Zahlungsmittel

60. Was sind Abschreibungen?

- a. Über Abschreibungen werden Investitionsausgaben in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, um die zeitliche, technische oder auch wirtschaftliche Entwertung abnutzbarer Anlagegüter im Zeitverlauf zu berücksichtigen.
- b. Abschreibungen verteilen den Kaufpreis eines Anlagegutes auf dessen Nutzungsdauer und gelten als Ertrag der jeweiligen Periode.
- c. Abschreibungen werden im Sinne einer Werterhöhung in der Bilanz erfasst und mindern den zu versteuernden Gewinn eines Unternehmens.

61. Welche Abschreibungsmethoden gibt es?

- a. Die progressive Abschreibung mit fallenden Abschreibungsbeträgen
- b. Die leistungsbedingte Abschreibung mit Abschreibungsbeträgen entsprechend der tatsächlichen Nutzung des Anlagegutes
- c. Die lineare Abschreibung mit gleichmäßig steigenden Abschreibungsbeträgen

62. Welche Steuern sind von Unternehmen in der Rechtsform der Kapitalgesellschaften zu entrichten?

- a. Einkommensteuer
- b. Körperschaftsteuer
- c. Kirchensteuer

63. Wie sieht der schematische Grundaufbau einer Bilanz aus?

- a. In der Bilanz werden Mittelherkunft (Aktivseite) und Mittelverwendung (Passivseite) gegenübergestellt.
- b. Die Posten der Aktivseite werden nach dem Liquiditätsprinzip angeordnet, die Posten der Passivseite nach dem Fristigkeitsprinzip.
- c. Das Anlagevermögen soll dem Fremdkapital gegenüberstehen (d.h. durch dieses finanziert werden), dementsprechend dem Umlaufvermögen das Eigenkapital.

64. Welche Posten enthält die Gliederung einer Handelsbilanz von Kapitalgesellschaften?

- a. Die Bilanz enthält u.a. die Posten Umsatzerlöse, Umlaufvermögen und Eigenkapital.
- b. Die Bilanz enthält u.a. die Posten Anlagevermögen, Abschreibungen, Steuern vom Einkommen und Ertrag.
- c. Die Bilanz enthält u.a. die Posten Rechnungsabgrenzungsposten, Rückstellungen und Verbindlichkeiten.

65. Wie ändert sich die Gliederung der Bilanz bei Berücksichtigung der Gewinnverwendung?

- a. Es wird eine neue Position für die Gewinnverwendung eingefügt.
- b. Die Positionen Gewinnvortrag/Verlustvortrag und Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag werden durch die Position Bilanzgewinn/Bilanzverlust ersetzt.
- c. Alle von der Gewinnverwendung betroffenen Positionen werden an das Ende des Bereiches Eigenkapital in einen eigenen Block „Gewinnverwendung“ verschoben.

66. Worin besteht der Unterschied zwischen Rücklagen und Rückstellungen?

- a. Rückstellungen sind bereits verursachte Verbindlichkeiten des Unternehmens, die zwar dem Grunde nach bekannt sind, aber nicht der Höhe und Fälligkeit nach.
- b. Rückstellungen werden i.d.R. aus einbehaltenen Gewinnen gebildet und zählen zum Eigenkapital eines Unternehmens.
- c. Rückstellungen werden gebildet, um etwaige spätere Verluste eines Unternehmens ausgleichen zu können.

67. Worin müssen Gewinn- und Verlustrechnung und Bilanz übereinstimmen?

- a. In den verwendeten Umsatzerlösen
- b. Im ermittelten Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag
- c. In den Rechnungsabgrenzungsposten