

Unternehmenspräsentation

Das Lernangebot in diesem Kapitel:

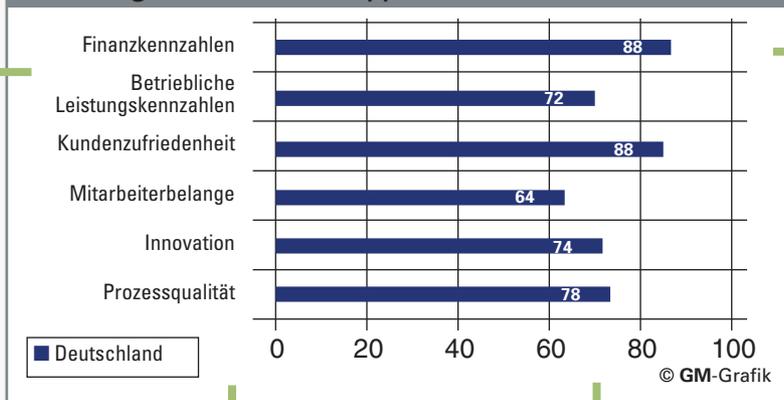
Unternehmensporträt: *Die BMW-GROUP*

- ▶ Ein Unternehmensporträt erläutern
- ▶ Entwicklungen eines Unternehmens beschreiben
- ▶ Unternehmensdaten aktualisieren
- ▶ Etappen der Unternehmensgeschichte erläutern

Aufbauorganisationen von Unternehmen

- ▶ Bereiche und Abteilungen beschreiben
- ▶ Zuständigkeiten erläutern

Wichtige Kennzahlentypen für die Unternehmen



Unternehmenstypen

- ▶ Merkmale von Unternehmen erläutern

Rechtsformen

- ▶ Rechtsformen von Unternehmen erläutern
- ▶ Rechtsformen von Unternehmen in verschiedenen Ländern vergleichen

Kenndaten von Unternehmen

- ▶ Kenndaten erläutern und werten
- ▶ Grafiken und Übersichten beschreiben und auswerten
- ▶ Entwicklungen beschreiben und werten
- ▶ **Schriftliche Kommunikation:**
 - Ein Unternehmensporträt verfassen
 - Ein Unternehmen präsentieren (Brief)



Die BMW GROUP

1 Ein Unternehmensporträt erläutern

1.1 Lesen Sie das Konzernporträt. Notieren Sie Stichworte zu den folgenden Punkten und erläutern Sie zusammenfassend:

- Tätigkeitsbereiche
- Unternehmensziele
- Strategien

1.2 In welchen Grafiken (a–h) zum Geschäftsjahr 2005 finden Sie die folgenden Informationen? Notieren Sie a–h und erläutern Sie dann Ihre Antworten.

	Grafik
1. Gewinne oder Verluste des Unternehmens	___
2. wichtigste Absatzmärkte	___
3. Entwicklung des Börsenwerts	___
4. Anzahl der beschäftigten Mitarbeiter	___
5. Investitionen im Vergleich zu den Vorjahren	___

z. B.: Grafik a ...

- zeigt ... / stellt ... dar.
- gibt Auskunft über ... / darüber, wie viel ...
- enthält Angaben über ... / darüber, ...

1.3 Treffen die folgenden Aussagen für das Geschäftsjahr 2005 zu? Kreuzen Sie an.

	Ja	Nein
1. Der Gesamtumsatz betrug fast 46 Milliarden €.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Knapp ein Viertel des Umsatzes wurde in den USA erzielt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Das Ergebnis (vor Steuern) lag um ungefähr 20 % unter dem Vorjahresergebnis.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Über die Hälfte des Absatzes wurde in Europa gemacht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Der Aktienkurs hat sich seit 1996 mehr als verdreifacht .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Mehr als 4 Milliarden € wurden für Investitionen ausgegeben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Erläutern Sie zutreffende Aussagen. Korrigieren Sie nicht zutreffende Aussagen.

- *sich belaufen auf / betragen / erreichen / liegen bei*

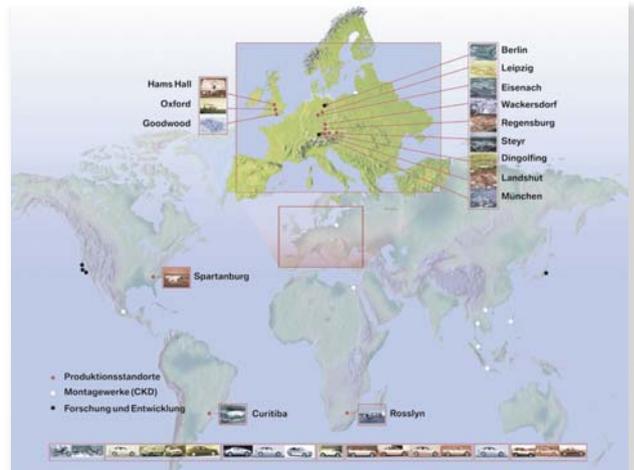
z. B.: 2005 betrug der Gesamtumsatz ...

Konzernporträt

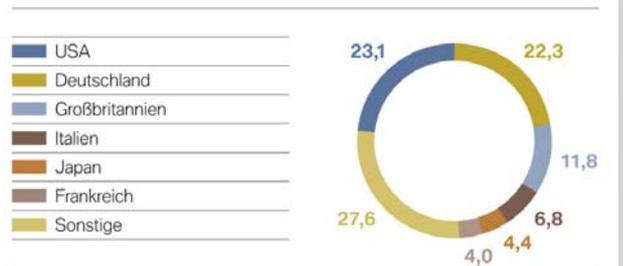
Gegründet als «Bayerische Flugzeugwerke AG» (BFW) im Jahr 1916, entstand 1917 die «Bayerische Motoren Werke G.m.b.H.», die 1918 schließlich in eine Aktiengesellschaft umgewandelt wurde.

Heute gehört die BMW Group zu den zehn größten Automobilherstellern weltweit und verfügt mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce über drei der wohl stärksten Premiummarken in der Automobilbranche. Zudem hat das Unternehmen eine starke Marktposition im Motorradgeschäft und ist auch im Geschäft mit Finanzdienstleistungen erfolgreich.

Ziel der BMW Group ist es, mit der Konzentration auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmarken ein profitables Wachstum zu erzielen und eine überdurchschnittliche Rendite zu erwirtschaften. Dazu hat das Unternehmen im Jahr 2001 mit der Umsetzung einer breit angelegten Produkt- und Marktoffensive begonnen und so in den vergangenen Jahren seine Produktpalette deutlich erweitert sowie die weltweite Marktpräsenz verstärkt. Diese Entwicklung wird das Unternehmen auch in den folgenden Jahren fortführen.

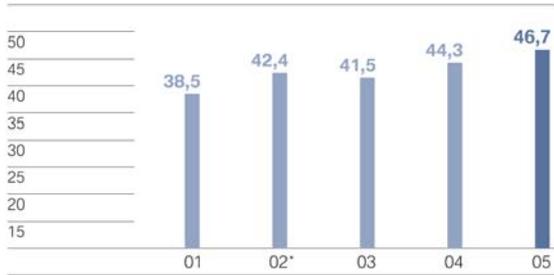


BMW Group – wichtigste Automobilmärkte 2005 in % vom Absatz



BMW Group Umsatz
in Mrd. Euro

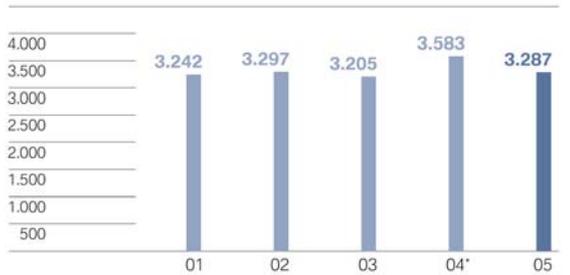
b



*angepasst nach Harmonisierung der internen und externen Rechnungslegung

BMW Group Ergebnis vor Steuern
in Mio. Euro

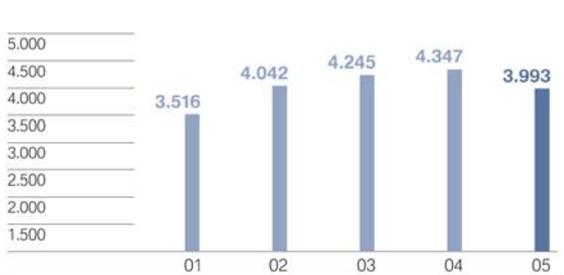
c



*angepasst nach Neubehandlung der Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen

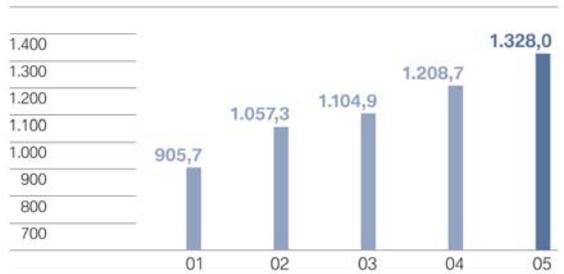
BMW Group Investitionen
in Mio. Euro

d



BMW Group Auslieferungen Automobile
in Tsd.

e



2 Entwicklungen eines Unternehmens beschreiben.

2.1 Erläutern Sie wichtige Entwicklungen im Vergleich zu den Vorjahren.

- um ... *gestiegen / gewachsen sein*
- um ... *zugenommen haben*
- sich auf ... / um ... *erhöht haben*
- um ... / auf ... *gesteigert werden*
- (fast) *unverändert/gleich geblieben sein*
- sich (kaum) *verändert haben*
- um ... *abgenommen haben*
- um ... / auf ... *gefallen/gesunken sein*
- auf ... *zurückgegangen sein*
- sich um ... / auf ... *vermindert haben*

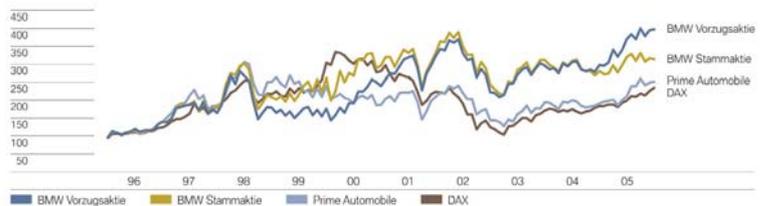
z. B.: Im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Umsatz im Jahr 2005 um ... erhöht. ...

2.2 Sehen Sie das Video mit Informationen über die BMW GROUP. Kommentieren Sie die Grafiken.



Entwicklung der BMW Aktien im Vergleich zu Börsenindizes
(Indec: 31.12.1995 = 100)

f



Mitarbeiter der BMW Group

31.12.2005 31.12.2004 Veränderung in %

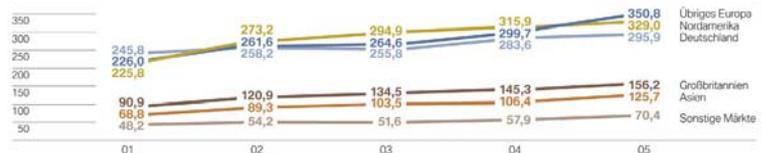
g

	31.12.2005	31.12.2004	Veränderung in %
Automobile	98.260	99.043	-0,8
Motorräder	2.838	2.918	-2,7
Finanzdienstleistungen	3.093	2.841	8,9
Sonstige*	1.607	1.520	5,7
davon Beratung/Software*	(1.541)	(1.458)	5,7
BMW Group*	105.798	106.322	-0,5
unbereinigt	105.798	105.972	-0,2

*Vorjahresstand bereinigt um Zukäufe von Unternehmen

BMW Group Auslieferungen Automobile* nach Regionen und Märkten
in Tsd.

h



*ab 2003 inkl. Rolls-Royce

3 Unternehmensdaten aktualisieren

3.1 Lesen Sie die Auszüge aus dem Geschäftsbericht der *BMW GROUP* für das Jahr 2006 und notieren Sie die Angaben.

BMW-GROUP	2006	2005
Umsatz	—	—
Ergebnis vor Steuern	—	—
Überschuss	—	—
Absatz Automobile		
USA	—	—
Deutschland	—	—
Europa	—	—
Asien	—	—
Investitionen	—	—
Mitarbeiter	—	—

3.2 Notieren Sie entsprechende Vergleichsdaten von 2005 (S. 36–37) und beschreiben Sie die Entwicklungen.

3.3 Welche Kennzahlen zeigen eine positive Entwicklung des Unternehmens? Welche machen Probleme deutlich? Nennen Sie Beispiele.

- *der Anstieg / die Zunahme / die Erhöhung / das Wachstum / die Steigerung des/der ...*
- *der Rückgang / die Abnahme / die Verringerung des/der ...*

Investitionssumme gestiegen [...]

Im Jahr 2006 investierte die BMW Group 2.777 Mio. Euro in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte, das entspricht einem Anstieg von 6,9 % gegenüber dem Vergleichswert aus dem Vorjahr. Hinzu kommen gemäß IAS 38 aktivierte Entwicklungskosten in Höhe von 1.536 Mio. Euro (Vorjahr 1.396 Mio. Euro, + 10,0 %), so dass sich insgesamt ein Zugang von 4,313 Mio. Euro zum Anlagevermögen ergibt. [...]

Konzernlagebericht

Das Geschäftsjahr im Überblick (2006)

BMW Group verzeichnet das erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte

Im Jahr 2006 erreichte die BMW Group neue Höchstwerte bei Absatz, Umsatz und Ergebnis. [...]

Im Automobilgeschäft stieg der Absatz von Automobilen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce um 3,5 % auf insgesamt 1.373.970 Fahrzeuge. [...]

Ergebnis deutlich gestiegen

Das Ergebnis vor Steuern übertraf im Berichtsjahr erstmals die Marke von 4 Mrd. Euro. Mit 4.124 Mio. Euro wurde der Vorjahreswert um 25,5 % übertroffen. Auch ohne Berücksichtigung der Effekte aus der Umtauschanleihe auf die von der BMW AG gehaltenen Aktien an der Rolls-Royce plc, London, ergibt sich im Vergleich mit dem Vorjahr ein Anstieg von 3,0 %. [...] Der Jahresüberschuss des Konzerns erreichte mit insgesamt 2.874 Mio. Euro ebenfalls einen neuen Höchstwert. Der Vergleichswert aus dem Vorjahr wurde um 28,4 % übertroffen.

Umsatz auf neuen Höchstwert gestiegen

Die erfreuliche Absatzentwicklung und das weiterhin kräftige Wachstum im Finanzdienstleistungsgeschäft führten zu einem deutlichen Umsatzanstieg des Konzerns. Im Geschäftsjahr 2006 stieg der Umsatz des Konzerns um 5,0 % auf 48.999 Mio. Euro. Währungsbereinigt wäre der Konzernumsatz im Vorjahresvergleich um 5,5 % gestiegen. [...]

Absatzplus in nahezu allen Märkten

In Nordamerika setzte die BMW Group mit 337.354 Automobilen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce 2,6 % mehr Fahrzeuge ab als im Vergleich zum Vorjahr. Im größten Einzelmarkt der BMW Group, den USA, betrug der Absatz 313.921 Fahrzeuge, das sind 2,1 % mehr als im Vorjahr.

In Europa wurden mit 816.829 Automobilen 1,7 % mehr Fahrzeuge der BMW Group an Kunden ausgeliefert als im Vorjahr. [...] In Deutschland ging der Absatz der BMW Group um 2,8 % auf 287.715 Fahrzeuge zurück. In Großbritannien verringerte sich der Absatz um 1,4 % auf 154.069 Automobile. In den übrigen großen Märkten Europas konnte das Vorjahresniveau gehalten bzw. übertroffen werden. [...]

In den asiatischen Märkten erzielte die BMW Group im Jahr 2006 im Vergleich zum Vorjahr die größten Zuwachsraten. Mit 142.084 Fahrzeugen lagen die Auslieferungen um 13,0 % über dem Vorjahreswert.



- a. Aktionäre verhindern Verkauf an Daimler-Benz
- b. Bau des 1. BMW-Motorrads («R32»)
- c. Bau von Flugzeugmotoren
- d. neue Strategie = konsequente Marktnischenpolitik und neue Modelle
- e. Entstehung des BMW-Emblems: «Rotierender Flugzeugpropeller vor blau-weißem Himmel»
- f. Gründung der Bayerischen Motorenwerke
- g. Krise wegen widersprüchlicher Produktpolitik
- h. Markenzeichen: «Kühlergrill in Form einer Doppelniere»
- i. Neubeginn mit 1-Zylinder-Motorrad
- j. Präsentation der ersten 6-zylindrigen Fahrzeuge
- k. Wiederaufnahme der Autoproduktion

4 Etappen der Unternehmensgeschichte erläutern

4.1 Sehen Sie den Film zur Unternehmensgeschichte (Teil 1). Ordnen Sie die Ereignisse der Unternehmensgeschichte den passenden Daten zu. Notieren Sie entsprechend a–k.

	a–k
1917	
bis 1918	
ab 1922	
30er-Jahre	
1945	
1952	
50er-Jahre	
1959	
1960	
1962	

4.2 Stellen Sie die Unternehmensgeschichte bis 1962 zusammenfassend dar.

4.3 Sehen Sie den Film zur Unternehmensgeschichte (Teil 2). Notieren Sie die Jahresangaben zu den Ereignissen der Unternehmensgeschichte.



- _____ erste Erfolge mit neuen Modellen
- _____ Aufschwung trotz Ölkrise
- _____ Ausbau der Produktion in Südafrika
- _____ Einweihung des neuen Forschungs- und Innovationszentrums (FIZ)
- _____ Bau eines neuen Werks in den USA
- _____ Aufkauf von Rover
- _____ Trennung von Rover
- _____ Präsentation eines neuen Rolls-Royce Modells
- _____ Joint-Venture in China
- _____ Inbetriebnahme des neuen BMW-Werks in Leipzig
- _____ Eröffnung der «BMW-Welt» (Ausstellungsgebäude des Konzerns in München)

4.4 Stellen Sie die Unternehmensgeschichte seit 1962 zusammenfassend dar und erläutern Sie die Strategien von *BMW* für die Zukunft.

Aufbauorganisationen von Unternehmen

5 Beispiele von Aufbauorganisationen

Die Organigramme zeigen zwei Beispiele von Aufbauorganisationen.

5.1 Vergleichen Sie die Organigramme (a, b). Kreuzen Sie zutreffende Aussagen an.

Das Unternehmen ...	a	b
1. ist ein Industrieunternehmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ist ein Handelsunternehmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ist nach Funktionen (funktional) organisiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ist nach Produktbereichen (produktbezogen) organisiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Erläutern Sie Ihre Antworten.

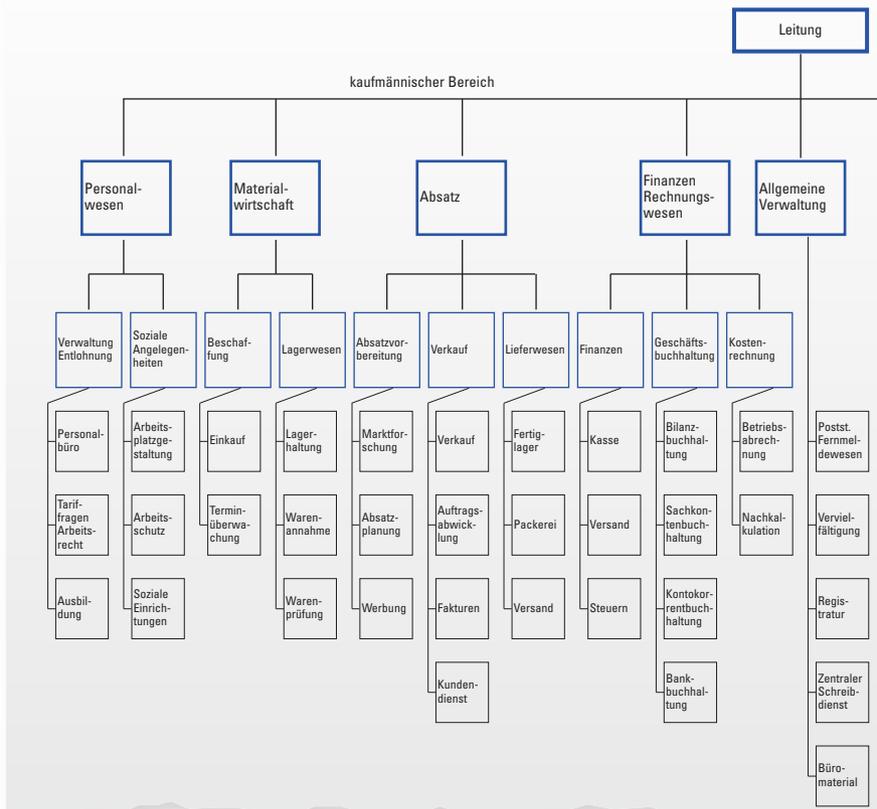
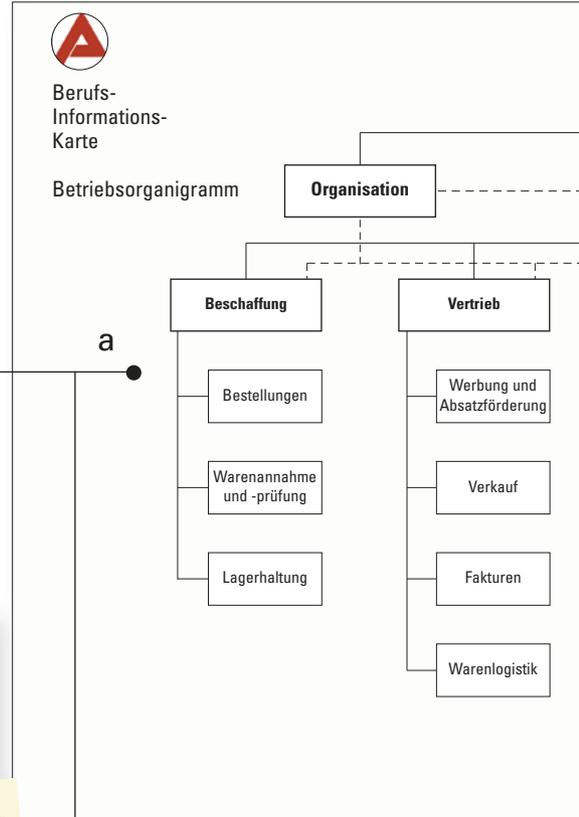
5.2 Ergänzen Sie die Bezeichnung/en der hier beschriebenen Bereiche/Abteilungen (1–6):

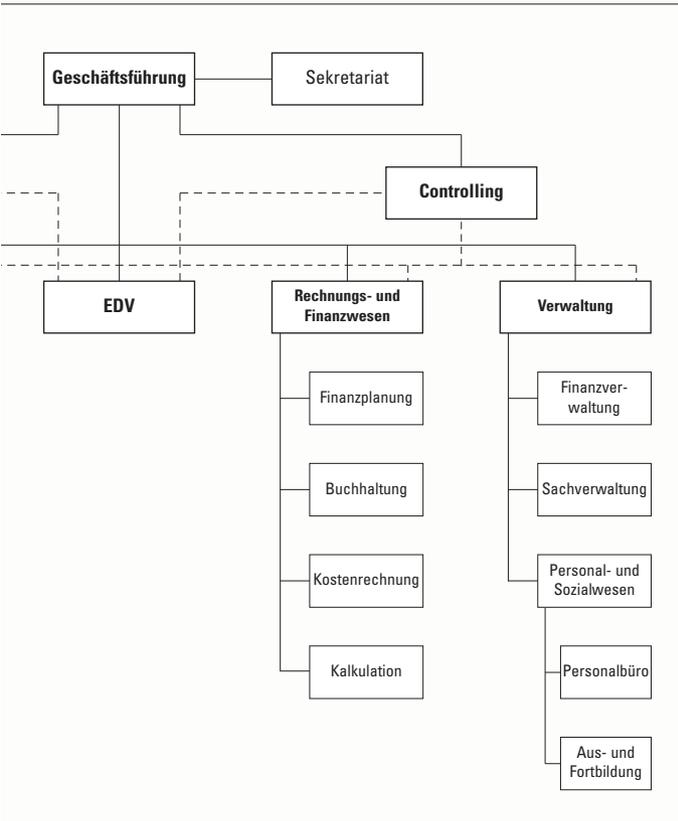
- _____ **vereinigt** alle Abteilungen, die mit der Entwicklung und Fertigung von Produkten zu tun haben.
- _____ **hat** Ausgaben und Einnahmen der Firma zu registrieren.
- _____ **ist dafür zuständig**, den Verkauf **zu** organisieren und zu fördern.
- _____ **ist verantwortlich** für Einstellung, Weiterbildung und Karriereplanung der Mitarbeiter.
- _____ **trägt die Verantwortung** für die strategischen Entscheidungen des Unternehmens.
- _____ **kümmert sich um** den Einkauf aller Werkstoffe und Betriebsstoffe.



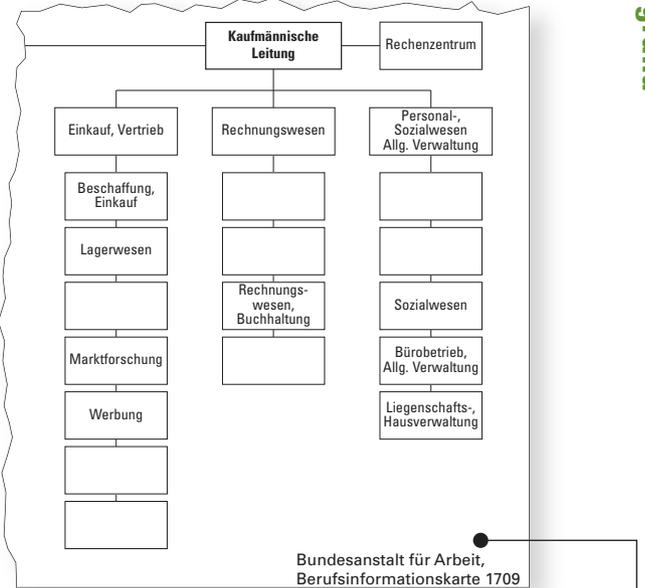
Werkstoff
einer der betriebswirtschaftlichen Produktionsfaktoren (neben Betriebsmitteln und menschlicher Arbeit). Zu den Werkstoffen zählen Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, halb fertige Erzeugnisse ...

Betriebsstoff
Stoff, der nicht unmittelbar in das Produkt eingeht, sondern zur Aufrechterhaltung des betrieblichen Leistungsprozesses dient, z. B. Schmierstoff, Reparaturmaterial. → Input





6 Der Bereich «Kaufmännische Leitung»



6.1 Notieren Sie im Schema die fehlenden Abteilungen (1–8) des kaufmännischen Bereichs.

- | | |
|--------------------------|-----------------|
| 1 Finanzwesen | 5 Marketing |
| 2 Aus- und Weiterbildung | 6 Personalwesen |
| 3 Betriebsabrechnung | 7 Versand |
| 4 Vertrieb | 8 Steuerwesen |

6.2 Beschreiben Sie Aufgaben von verschiedenen Abteilungen des kaufmännischen Bereichs:

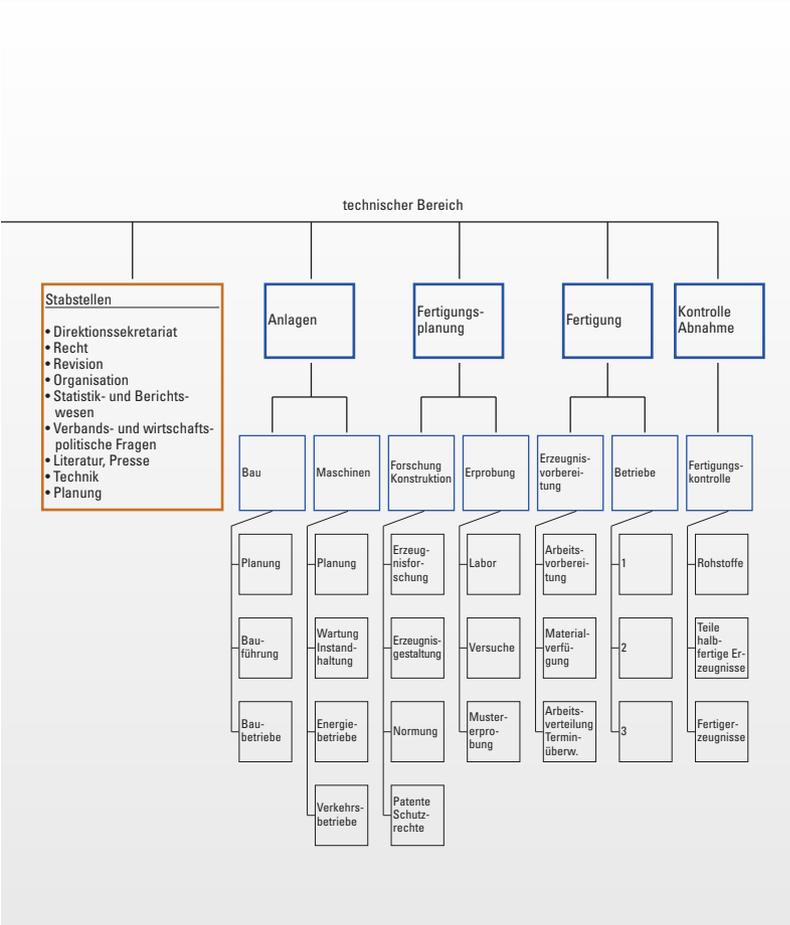
- Waren an die Kunden liefern
- Steuern, Abgaben der Firma berechnen
- Rohstoffe und Betriebsstoffe einkaufen
- fertige Produkte bis zu ihrem Verkauf lagern
- ...

- *zuständig/verantwortlich sein für ...*
- *die Verantwortung tragen für ...*
- *etwas zu ... haben*
- *sich kümmern um ...*

z. B.: Die Abteilung «Beschaffung und Einkauf» ist dafür zuständig, ... einzukaufen.

7 Ein Unternehmen beschreiben

Skizzieren Sie die Aufbauorganisation des Unternehmens, in dem Sie tätig sind, oder eines Unternehmens, das Sie gut kennen. Erläutern Sie Übereinstimmungen und Unterschiede im Vergleich zu den hier abgebildeten Organigrammen.



Rechtsformen

8 Rechtsformen erläutern

Die beiden Übersichten geben Informationen zu den üblichen Rechtsformen von Unternehmen in Deutschland.

8.1 Kreuzen Sie zutreffende Aussagen über die Unternehmensformen an.

1. Einzelunternehmen:

Der Unternehmer haftet mit seinem Privatvermögen für Schulden des Unternehmens.

2. GmbH:

Jeder Gesellschafter haftet mit seinem gesamten persönlichen Vermögen.

3. Personengesellschaft:

Alle Kapitalgeber sind an der Geschäftsführung beteiligt.

4. Aktiengesellschaft:

Die Geschäftsführung wird durch einen Aufsichtsrat kontrolliert.

Erläutern Sie Ihre Antworten.

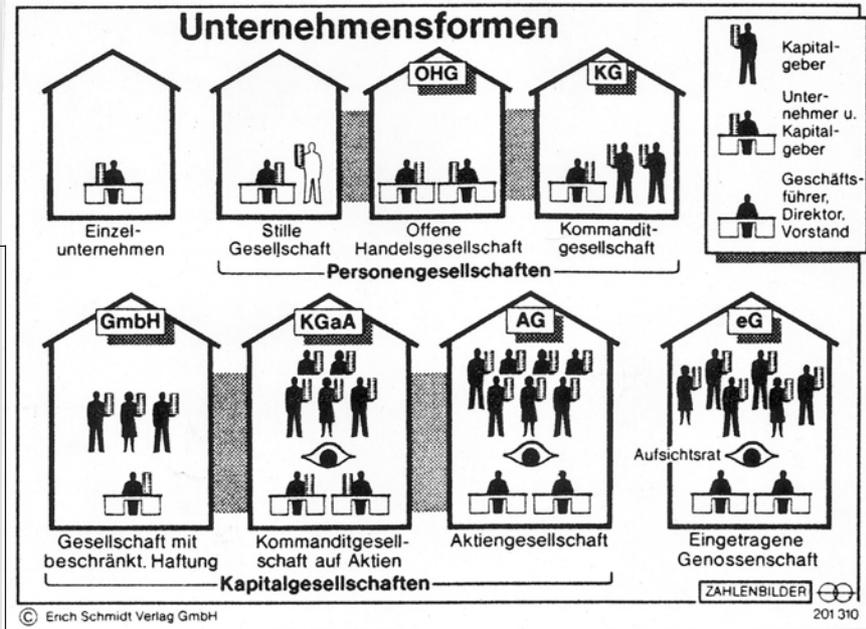
8.2 Nennen Sie weitere Charakteristika der verschiedenen deutschen Rechtsformen.

8.3 Beschreiben Sie die Rechtsformen von Unternehmen Ihres Landes anhand dieser Merkmale:

- (ungefähr/weitgehend) ... entsprechen
- etwas Ähnliches sein wie ...
- ... gibt es in dieser Form auch/nicht.

8.4 Welche Vorteile oder Nachteile können die verschiedenen Rechtsformen für Kapitalgeber, Unternehmensleitung, Geschäftspartner ... haben? Berücksichtigen Sie z. B.:

- Zahlungsprobleme
- Kreditwürdigkeit
- Steuern
- Gewinne/Verluste
- Kontrollmöglichkeiten
- ...



Unternehmensformen im Vergleich

	Einzelunternehmung	oHG	KG	AG	KGaA	GmbH	eG
Gesetzliche Regelung	HGB	HGB	HGB	Aktiengesetz	Aktiengesetz	GmbH-Gesetz	
Zahl der Gründer	1	mindestens 2	mindestens 2	mindestens 1	mindestens 2	mindestens 1	
Mindestzahl der Gesellschafter	-	2	1 Vollhafter 1 Teilhafter	1 Aktionär	1 Vollhafter 1 Kommanditaktionär	1 Gesellschafter	
Mindestkapital	-	-	-	Grundkapital 50 000 Euro	Grundkapital 50 000 Euro	Stammkapital 25 000 Euro ¹⁾	
Organe	-	-	-	Hauptversammlung, Aufsichtsrat, Vorstand	Hauptversammlung, Aufsichtsrat, Persönlich haftende Gesellschafter	Gesellschafterversammlung, Geschäftsführer (evtl. Aufsichtsrat)	
Haftung	unbeschränkt	unbeschränkt	Vollhafter: unbeschränkt Teilhafter: beschränkt	beschränkt (auf Kaufpreis der Aktie)	Vollhafter: unbeschränkt Kommanditaktionär: beschränkt (wie Aktionäre)	beschränkt (mit Einlage)	

1) Davon mindestens 12 500 Euro eingezahlt

Quelle: G. Ashauer, «Grundwissen Wirtschaft»

Es gibt darüber hinaus auch Mischformen zwischen Personen- und Kapitalgesellschaften, z. B.:

GmbH & Co. KG:

Kommanditgesellschaft, deren Vollhafter eine GmbH ist.

GmbH & Co. OHG:

Offene Handelsgesellschaft mit einer GmbH in der Rolle der Gesellschafter.

KOSTAL

Leopold Kostal GmbH & Co. KG
Fahrzeug-Elektrik

C 000129
Chiffre Nr.: N-N-004299
25. Eintrag: GmbH Elektro-Elektronik bietet

A 001860
Gut eingeführtes Ingenieurbüro in A. bietet

A 001857
EDV-Vertrieb sucht Teilhaber

AC 000534
Kleine Hydraulikfirma, Entwicklung, Konstruktion und Fertigung

AC 000535
Produktionsunternehmen für Holzfenster bietet

AC 000536
Werbeagentur spezialisiert auf den Bereich Business-to-Business

C 000151
Franchiseunternehmen im Bereich Kleinpreismärkte vergibt Lizenz

DU 016197
Mittelständisches Unternehmen in zukunfts-trächtiger Branche sucht

000778
Etablierter Hardware-Hersteller (PCs)

HB 001897
Kleinere Überseespedition in Bremen, Schwerpunkt Export und Import, bietet

HH 055047
Handwerksbetrieb für Betonsanierung und Korrosionsschutz

INFO

Existenzgründungsbörse
«nexit-change»
Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHT)
www.diht.de

Unternehmenstypen

9 Merkmale zur Kennzeichnung von Unternehmen erläutern

9.1 Lesen Sie die Angaben eines Fachlexikons zu Unterscheidungsmerkmalen von Betriebstypen.

Betrieb – Betriebstypen	
nach	nach
Wirtschaftszweigen:	Leistungserstellung:
<ul style="list-style-type: none"> • Handwerks-, • Industrie-, • Handels-, • Verkehrsbetriebe, • Banken, • Versicherungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Produktionsgüterbetriebe • Konsumgüterbetriebe • Dienstleistungsbetriebe
nach	nach
Beschäftigungszahl:	Rechtsform:
<ul style="list-style-type: none"> • Kleinbetriebe (bis 50) • Mittelbetriebe (bis 500) • Großbetriebe (bis 5000) 	<ul style="list-style-type: none"> • Einzelunternehmen • Personengesellschaften • Kapitalgesellschaften

Quelle: GABLER, «Kompaktlexikon Wirtschaft»

9.2 Zu welchen dieser Merkmale liefern die Anzeigen (Ausschnitte) von Unternehmen direkte oder indirekte Informationen?

Unternehmen/Anzeige:	<i>z. B.</i> C000129
1. Wirtschaftszweig (Branche, Tätigkeit):	<i>Elektro-Elektronik</i>
2. Leistungserstellung:	<i>Produktions- oder Konsumgüterbetrieb</i>
3. Beschäftigtenzahl:	(keine Information)
4. Rechtsform:	<i>Kapitalgesellschaft: (GmbH & Co. KG)</i>

9.3 Beschreiben Sie Unternehmen, in denen Sie selbst arbeiten oder gearbeitet haben, entsprechend den verschiedenen Merkmalen:

z. B.
Firma ... ist (eher) ein (Kleinbetrieb), denn ... Seine Tätigkeit hat etwas mit ... zu tun. Die Rechtsform entspricht in etwa ...

Schriftliche Kommunikation

10 Ein Unternehmen präsentieren

10.1 Verwenden Sie die Kenndaten des Unternehmensporträts der Firma HEITZMANN und formulieren Sie schriftlich eine kurze Unternehmenspräsentation.

Unternehmenspräsentation ▶

- ... wurde ... gegründet.
- ... hat seinen Sitz in ...
- Das Mutterunternehmen ist in ...
- Es handelt sich um ... / Firma ... ist ein kleines/mittelständisches/großes/internationales Unternehmen
- ... stellt ... her / produziert ... / verarbeitet ... / entwickelt ... / baut ... / installiert ... / bietet ... an / vertreibt ... / handelt mit ... / ist Spezialist für ... / beliefert ... mit ...
- ... hat die Rechtsform einer ...
- ... hat/besitzt ... Niederlassungen/Filialen/Werke/Produktionsstätten (in ...)
- ... ist Teil / eine Tochterfirma von ...
- ... gehört zu ...
- ... beschäftigt/hat ... (Mitarbeiter)
- Die Zahl der Mitarbeiter / Der Umsatz / Der Absatz ...
 - beträgt ... / beläuft sich auf ... / liegt bei ... (ungefähr/knapp/fast/gut/über) ...
 - ist ... (Jahr) im Vergleich zu ... (Jahr) um ... gestiegen/gewachsen/gesunken/gefallen.
 - hat sich ... (Jahr) im Vergleich zu ... (Jahr) um ... erhöht / vermindert.

Die Firma HEITZMANN beabsichtigt, in einer neuen Region tätig zu werden und stellt sich den dortigen Hotels und Kliniken in einem kurzen Anschreiben vor.

10.2

Welche Angaben und welche Anlagen sollte dieses Schreiben enthalten?

Kreuzen Sie an. _____

Diskutieren Sie Ihre Antworten im Kurs.



Bäckerei Heitzmann GmbH & Co. KG
Hauptstr. 49
79189 Bad Krozingen
Tel. 0 76 33/1 00 70
Fax 0 76 33/1 00 750
e-Mail: info@baeckerei-heitzmann.de
www.baeckerei-heitzmann.de

Bäckerei Heitzmann GmbH & Co. KG - Hauptstr. 49 - 79189 Bad Krozingen-Bengen

Gründungsdatum:
1.10.1971

Unternehmensform seit 1.1.2000:
GmbH & Co. KG

Tätigkeit/Branche:
Bäckerei-Konditorei
Herstellung von Brot, Kleingebäck, Feingebäck, Kuchen, Torten
Verkauf der Backwaren:
8 % an Kliniken, Hotels, Lebensmittelgeschäfte
92 % in 61 eigenen Fachgeschäften

Mitarbeiter:
In der Verwaltung: 10 + 2 Auszubildende
Verkauf: 300 + 42 Auszubildende
Produktion + Vertrieb: 120 + 8 Auszubildende

Personalkosten: 43 %

Umsatz: € 21 Mio.

Gewinn: 2-3 % vor Steuern

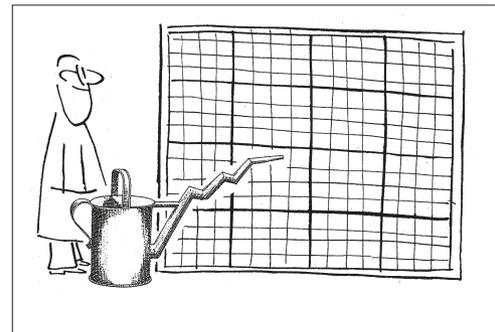
Vergleichsdaten:

Jahr:	Umsatz in €:	Anzahl der Filialen:
2000	11 Mio.	39
2001	12 Mio.	43
2002	14 Mio.	48
2003	15 Mio.	50
2004	17 Mio.	51
2005	18 Mio.	56
2006	21 Mio.	61

Wolfsbank Breisgau Süd eG
(BIC: 680 615 050 Kfz, 205
150-ABR, DE 14 212 027)

lastauflocker.
Heitzmann

Konzepterklär: Erwin Heitzmann, Amalthea Heitzmann
Geschäftsführer: Erwin Heitzmann, Amalthea Heitzmann
Reg. ger. Amtsgericht Freiburg i.Br. 404 St. 1059 729 St.



Angaben

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Gründungsdatum | <input type="checkbox"/> Rechtsform |
| <input type="checkbox"/> Branche | <input type="checkbox"/> Tätigkeit |
| <input type="checkbox"/> Hauptkunden, Märkte | <input type="checkbox"/> Gewinne |
| <input type="checkbox"/> Anzahl der Filialen | <input type="checkbox"/> Umsatzentwicklung |
| <input type="checkbox"/> Umsatz | <input type="checkbox"/> Anzahl der Mitarbeiter |
| <input type="checkbox"/> Personalkosten | |

Anlagen

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Produkt-Prospekte | <input type="checkbox"/> Preislisten |
| <input type="checkbox"/> Verkaufs- und Lieferbedingungen | |
| <input type="checkbox"/> Geschäftsbericht des vergangenen Jahres | |
| <input type="checkbox"/> Empfehlungen von zufriedenen Kunden | |
| <input type="checkbox"/> Antwortformular | |



Bäckerei Heitzmann GmbH & Co. KG
Hauptstr. 49
79189 Bad Krozingen
Tel. 0 76 33/1 00 70
Fax 0 76 33/1 00 750
e-Mail: info@baeckerei-heitzmann.de
www.baeckerei-heitzmann.de

Bäckerei Heitzmann GmbH & Co. KG - Hauptstr. 49 - 79189 Bad Krozingen - Baden

Anrede

- *Sehr geehrter Herr X, / Sehr geehrte Frau Y,*
- *Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren,*
- *Lieber Herr X, / Liebe Frau Y,*

Einleitung

- (z. B.) *sicher werden Ihre Gäste/Patienten es zu schätzen wissen, wenn sie täglich mit frischem, schmackhaftem Brot, mit leckerem Gebäck und einem abwechslungsreichen Tortenangebot verwöhnt werden.*

• ...

Angaben zum Unternehmen

- *Wir / Die Firma Heitzmann ...*
- *Seit über 35 Jahren ...*

• ...

Verweis auf die Anlage

- *Weitere Information finden Sie beiliegend im ...*
- *(Der beiliegende Prospekt) ... zeigt Ihnen / gibt Ihnen einen Überblick über ...*
- *Ein/Eine ... liegt bei.*

• ...

Abschluss

- *Wir freuen uns sehr, ...*
- *Vielleicht möchten Sie ...*
- *Falls Sie ..., freuen wir uns ...*
- *Wir sind gerne bereit, ...*

• ...

Gruß

- *Mit freundlichen Grüßen*
- *Hochachtungsvoll*
- *Herzliche/Viele Grüße*

Anlage

Volksbank Bietigau Süd HD
BLZ 680 615 015 Kto. 205
USI-Höf. DE 14 212 827



Komplementär: Erwin Heitzmann Verwaltungs-GmbH
Geschäftsführer: Erwin Heitzmann, Amadeus Heitzmann
Reg. ger. Amtsgericht Freiburg HRB 468 01 HRB 799 5r

10.3 Wählen Sie aus den Briefbausteinen passende Formulierungen und verfassen Sie den Brief der Firma HEITZMANN an potenzielle Kunden.

11 Geschäftskontakte anbahnen

Kleine und mittelständische Unternehmen etablieren neue Geschäftskontakte häufig, indem sie die jeweils zuständige Industrie- und Handelskammer um Unterstützung bei der Suche nach Geschäftspartnern bitten.



**DEUTSCH-NIEDERLÄNDISCHE HANDELSKAMMER
NEDERLANDS-DUITSE KAMER VAN KOOPHANDEL**

40417 Düsseldorf - Freiligrathstraße 25 - Postfach 32 02 13
Telefon 02 11-4 98 72-01 - Telex 8 584 980 - Telefax 02 11-4 92 04 15/4 98 72 22
E-Mail drnhk@drnhk.dunet.de

11.1 Stellen Sie entsprechende Kenndaten Ihres eigenen / eines Ihnen bekannten Unternehmens zusammen.

Bestimmen Sie das Anliegen, mit dem sich das Unternehmen an die Handelskammer wendet.

11.2 Verfassen Sie den Brief.

Ein Anliegen formulieren

- *Wir sind auf der Suche nach ...*
- *Wir würden gern ...*
- *Wir beabsichtigen, ... zu ...*
- *Wir überlegen uns, ob ...*
- *Wir möchten Sie um Ihre Unterstützung bei ... bitten.*
- *Können Sie uns bei ... behilflich sein?*
- *Können Sie uns Auskunft über ... / darüber geben, ...*
- *Wären Sie so freundlich, ...*

Für die erwartete Auskunft danken

- *Vielen Dank / Mit bestem Dank im Voraus*
- *Wir danken Ihnen im Voraus für Ihre Mühe / Ihre Auskunft / Ihre Hilfe / ...*
- *Für Ihre Bemühungen / Ihre Hilfe /... danken wir Ihnen im Voraus bestens und verbleiben ...*

Projekt

12 Unternehmensdaten erläutern und werten

12.1 Beschaffen Sie sich Broschüren und Unterlagen eines kleinen oder mittelständischen Unternehmens in Ihrem Umfeld.

Erstellen Sie anhand der Informationen und Kenn-daten ein Unternehmensprofil.

12.2 Sprechen Sie als Vertreter «Ihres» Unternehmens mit Vertretern «anderer» Unternehmen (mit anderen KursteilnehmerInnen).

Geben Sie Auskünfte über «Ihr» Unternehmen. Erfragen Sie entsprechende Auskünfte über das Unternehmen Ihrer Gesprächspartner und notieren Sie die Angaben.

Sichern Sie das Verständnis, indem Sie noch einmal nachfragen:

*Ist es richtig, dass ...?
Sie haben also ...?*

*Ich habe nicht ganz verstanden: ...?
Wie hoch genau war/ist ...?
Und seit wann / wie hoch / wie viel ...?
Und wie hat sich ... entwickelt?
Ich habe nicht genau verstanden: ...?*

Geben Sie Auskünfte zu «Ihrem» Unternehmen.

12.3 Überlegen Sie gemeinsam, welche Geschäftsbeziehung sich ergeben könnte.

Erläutern Sie Gründe, die dafür/dagegen sprechen. Berücksichtigen Sie u. a.

Unternehmensprofil

Name: _____
Standort: _____
Gründungsdatum: _____
Unternehmensform: _____
Grundkapital: _____
Branche/Tätigkeit: _____
Produkte: _____
Dienstleistungen: _____

	20...	20...
Mitarbeiter:	_____	_____
Personalkosten:	_____	_____
Umsatz:	_____	_____
Investitionen:	_____	_____
Gewinn/Verlust: (Aktienkurs:)	_____	_____
...	_____	_____

- Produkt-/Leistungsangebote
- Lieferkapazitäten
- Vertrauenswürdigkeit
- wirtschaftliche «Gesundheit»
- ...

