

ÉRETTSÉGI VIZSGA • 2016. május 18.

**VENDÉGLÁTÁS-
IDEGENFORGALOM
ALAPISMERETEK
NÉMET NYELVEN**

**EMELT SZINTŰ ÍRÁSBELI
ÉRETTSÉGI VIZSGA**

**JAVÍTÁSI-ÉRTÉKELÉSI
ÚTMUTATÓ**

**EMBERI ERŐFORRÁSOK
MINISZTERIUMA**

Wichtige Hinweise

Für die in den Korrekturhinweisen angeführten Antworten können ausschließlich die angegebenen Punktzahlen vergeben werden.

Die angegebenen Punktzahlen können nur dort weiter unterteilt werden, wo darauf ausdrücklich hingewiesen wird. Die auf diese Weise entstandenen Punktzahlen können nur ganze Punkte sein.

Grundkenntnisse Gastronomie und Tourismus

1. Der Name von Ungarn ist seit Tausend Jahren mit Trauben und Wein verflochten. Das entsprechende Klima, die guten Bodenverhältnisse ermöglichen die Herstellung ausgezeichneter Weinsorten auf dem größten Teil des Landes. 7 Punkte

a) Welche naturgeographischen Faktoren werden von Ungarn zur Abwicklung von Weintourismus benutzt? Zählen Sie zwei solche Faktoren auf! 2 Punkte

- **Reliefelemente, Bergland usw.**
- **Klima**

Zu akzeptieren sind noch: Flüsse, Gewässer, Bodenverhältnisse, Vegetation usw. Jede richtige Lösung ist 1 Punkt wert.

b) Welche schädigenden Auswirkungen kann Tourismus haben? Füllen Sie die fehlenden Teile in der nachfolgenden Tabelle aus! 3 Punkte

Gebiete von Umweltschutz	Schädigende Auswirkungen des Tourismus
Naturschutz	Schädigung von Pflanzen- und Tierwelt
Bodenschutz	Verschmutzung des fruchtbaren Bodens
Gewässerschutz	Erhöhung der Abwassermenge
Luftreinhaltung	schädliche Wirkung des Verkehrs
Schutz der Umweltkultur	steigende Müllmenge, Lärmschädigung
Denkmalschutz	Schädigung durch Besucher

Außer der angegebenen Antworten können andere vom Fachlehrer für richtig gehaltene Antworten akzeptiert werden. Jeweils für 2 richtige Lösungen steht 1 Punkt zu. Die Punktzahl muss abgerundet werden!

c) Erklären Sie den Begriff von Weinweg!

Der Weinweg ist ein Produkt des Weintourismus, er verbindet die Kellerwirtschaften, Presshäuser, Winzer der Gegend durch eine Route. 2 Punkte

Wir erwarten eine inhaltlich ähnliche Antwort für 2 Punkte. Ganze Zahl kann als Teilpunkt vergeben werden.

2. Ergänzen Sie die fehlenden Teile der nachfolgenden Texte! (3×1) 3 Punkte

Der/die/das touristische **Nachfrage** ist die konkrete Erscheinung des auf Umgebungswechsel gerichteten zahlungsfähigen Bedarfs, der sich auf unterschiedliche Produkte richtet.

Der/die/das touristische **Angebot** bedeutet die zum Verkauf bestimmten Waren und Dienstleistungen, im weiteren Sinn werden aber auch die Umstände des Verkaufs dazu gezählt.

Der/die/das touristische **Produkt/Paket** ist die Gesamtheit der auf der Anziehungskraft bauenden und vom Touristen beanspruchbaren touristischen Dienstleistungen.

Jede richtige Lösung ist 1 Punkt wert.

3. Wählen Sie drei ungarische Weingebiete aus und tragen Sie daneben die für sie charakteristischen Weinsorten ein!

Ein Beispiel ist genügend.

(3×1) 3 Punkte

Weingebiet	charakteristischer Wein
1. Sopron	Blaufränkisch
2. Tokaj	Ausbruch, Szamorodni
3. Badacsony	Badacsonyer Blaustingler

Jedes richtige Paar ist 1 Punkt wert. Der Fachlehrer kann zahlreiche Lösungen akzeptieren, z.B.: Somló – Lämmerschwanz, Eger – Erlauer Mädchentraube, Stierblut usw.

4. "Der ungarische Wein ist ausgezeichnet geeignet auch zur Imagebildung des Landes. Der ungarische Wein ist mehr als ein Produkt der Lebensmittelindustrie. Da wir auf einem der besten Erzeugungsorte der Welt arbeiten, ist unsere Aufgabe, eine unseren Möglichkeiten entsprechende Qualität zu erzeugen." (Mihály Figula, Quelle: MTI) 9 Punkte

a) Mit welchen Risikofaktoren muss man während der Organisierung von Weintourismus rechnen? Schreiben Sie drei wesentliche Behauptungen auf! 3 Punkte

- **unsicheres Wetter**
- **Krankheiten der Rebenpflanzungen**
- **im Voraus nicht sichtbare Veränderungen in den Rechtsvorschriften**

Zu akzeptieren sind noch folgende Risikofaktoren: starker Wettbewerb auf dem Markt, Veränderung der Mode, Senkung der Einkommen usw. Im Falle von anderen fachlichen Antworten kann der Fachlehrer auch diese akzeptieren, ganze Zahlen können als Teilpunkte vergeben werden.

b) Die folgende Aufgabe bezieht sich auf den Weinvertrieb. Unterstreichen Sie das Wort, das nicht in die folgende Aufzählung passt und begründen Sie Ihre Wahl! (3×(1+1) 6 Punkte

Restaurant
Weinstube
Tscharada
Buffet am Arbeitsplatz

Begründung: **im Buffet am Arbeitsplatz kann weder Wein oder Bier noch sonstiges alkoholisches Produkt verkauft werden.**

Kelchglas
Miska-Krug
Spargelzange
Dekantiergefäß

Begründung: **Spargelzange gehört nicht zu den Mitteln des Weinverkaufs.**

Cuvee
Barrique
Barista
Sommelier

Begründung: *Der Barista beschäftigt sich mit dem Kaffeekochen, während die anderen Ausdrücke mit dem Wein verbunden sind.*

Für die richtige Auswahl und richtige Begründung steht je 1 Punkt zu. Auch andere Zusammenhänge können akzeptiert werden, wenn die Begründung fachlich korrekt ist.

5. Das Miska Weingut befindet sich zwischen Göd und Dunakeszi. Neben Weinverkauf möchte sich die Familie auch dem Weintourismus anschließen, denn die Lage des Familienbesitzes und seine Nähe zu Budapest gewähren eine ausgezeichnete Möglichkeit zur Eroberung der Touristen, zum Organisieren von Programmen und Veranstaltungen. 9 Punkte

a) Stellen Sie die Ereignisse des nachfolgenden Drehbuchdetails in die richtige Reihenfolge!
2 Punkte

a) Beschaffung von Warenbestand, b) Annahme der Veranstaltungsorganisation, c) Erstellung von Nachkalkulation, d) Anbieten von digestiven Getränken, e) Servieren von Häppchen

1.	2.	3.	4.	5.
b	a	e	d	c

Nur diese Lösung ist für 2 Punkte zu akzeptieren. Bei einem Fehler wird 1 Punkt vergeben!

Im Interesse der Beherbergung von Gästen hat die Familie beschlossen, dass sie anfangen eine Tscharda und eine Terrasse zu bauen. Die Auswahl des Orts ist auch aus dem Gesichtspunkt der Konkurrenten ausgezeichnet, denn es gibt in der Umgebung kein Unternehmen mit ähnlichem Profil. Die Familie dachte, dass man statt eines traditionellen Bauernschenke eher einen „Weintempel“ bauen müsste mit einem hohen Turm, der von weitem zu sehen ist und auch als Aussichtsturm funktioniert. Das Vorbild zur Ausgestaltung des Innenraums ist eine „Kneipe“ aus dem XVIII. Jahrhundert mit rotkarierten Tischdecken und hölzernen Möbelstücken. Kerze auf den Tischen, ungarische Motive an den Wänden. Sie wollten eine Atmosphäre schaffen, die die ungarische Kultur für ausländische Gäste bekannt macht und die Inländer mit einem guten Gefühl erfüllt. Die Aufnahmefähigkeit der Tscharda umfasst 90 Personen, saisonal können weitere 100 Personen auf der Terrasse Platz finden.

b) Für die Eröffnungsveranstaltung der Tscharda wird ein Abendessen mit Weinverkostung verkündet.

Was ist für das gastronomische Geschäft „Tscharda“ charakteristisch? Schreiben Sie zwei wesentliche Behauptungen auf!
2 Punkte

- **Ausgestaltung nach ländlichem Charakter**
- **häusliche Speisen**

Zu akzeptieren sind noch: steht entlang Verkehrslinien, mittlere Preislage und andere, vom Fachlehrer für richtig gehaltene Charakteristika. Ganze Zahl kann als Teilpunkt vergeben werden.

c) Bei der Eröffnung im Oktober möchten die Familienmitglieder ihre Lieblings Speisen verzehren. Sie haben folgendes Menü vorgeschlagen:

Vorspeise: Schmalzbrot mit lila Zwiebel
 Suppe: griechische Obstsuppe, kalt in Tasse serviert
 Hauptgericht: Lendenbraten auf Budapest Art mit gekochten Kartoffeln, für Vegetarier: gebackener Käse mit Reis
 Nachtisch: Buchtel mit Marmelade
 Kaffee

Welche Fehler haben die nicht sachkundigen Familienmitglieder bei der Zusammenstellung des Menüs begangen? Nennen Sie fünf Fehler! 5 Punkte

- *Schmalzbrot ist nicht zum Fest geeignet*
- *lila Zwiebel ist wegen seines Geruchs in Veranstaltungen zu vermeiden*
- *die griechische Obstsuppe ist für die Landschaft und die Auswahl von Tscharda nicht charakteristisch*
- *kalte Suppe ist nicht ratsam zur Weinverkostung*
- *Der Lendenbraten auf Budapest Art ist teuer, als Beilage passen gekochte Kartoffeln nicht dazu, passt nicht gut zu einer Tscharda*

Zu akzeptieren sind noch: Der gebackene Käse ist kein festliches Essen, ist neben Lendenbraten zu billig, ist vor allem frisch gebacken wohlschmeckend. Der Buchtel mit Marmelade ist nicht festlich, sehr sättigend, usw. Auch davon abweichende Lösungen können akzeptiert werden, wenn sie inhaltlich richtig sind. Jede richtige Lösung ist 1 Punkt wert.

6. Als Fachmann haben Sie statt Lendenbraten auf Budapest Art die nachfolgende Speise als Hauptgericht vorgeschlagen. Berechnen Sie den Bruttoverkaufspreis einer Portion, wenn die Gewinnspanne 200%, die aktuelle Mehrwertsteuer 27% ist! 6 Punkte
Runden Sie die Angaben auf zwei Dezimalstellen auf oder ab, gestalten Sie den Kaufpreis entsprechend den Regeln der Rundung auf 5 Ft! Nebenberechnungen können in der Tabelle angeführt werden.

Gulasch auf Miska bácsi Art				10 Portionen	
Bezeichnung	Menge	Maßeinheit	Einheitspreis (Ft)	Wert (Ft)	Punktzahl
Rinderwade	1,4	kg	2100	2940,00	
Schweineschmalz	0,15	kg	530	79,50	
Zwiebel	0,25	kg	160	40,00	
Knoblauch	0,01	kg	1100	11,00	
Gewürzpaprika	0,03	kg	2800	84,00	
Salz	0,04	kg	98	3,92	
Kümmelkörner	0,01	kg	880	8,80	
Grünpaprika	0,25	kg	300	75,00	
Tomaten	0,12	kg	430	51,60	
Kartoffeln	1,5	kg	210	315,00	

Rohmaterialwert für 10 Portionen:				3608,82	1 Punkt
Preisspanne:	$3608,82 \times 2$			7217,64	1 Punkt
Nettoverkaufspreis von 10 Portionen:	$3608,82 + 7217,64$			10826,46	1 Punkt
MwSt.	$10826,46 \times 0,27$			2923,14	1 Punkt
Bruttoverkaufspreis für 10 Portionen:	$10826,46 + 2923,14$			13749,60	1 Punkt
Verkaufspreis 1 Portion	$13749,60 \div 10$			1374,96	
gerundeter Verkaufspreis 1 Portion				1375,00	1 Punkt

Für eine fehlerfreie Lösung können gemäß der angegebenen Verteilung 6 Punkte vergeben werden! Wenn der Prüfungskandidat einen zahlenmäßigen Fehler begangen hat, aber das erhaltene Ergebnis nicht unreal hoch oder niedrig ist, können 3 Punkte vergeben werden.

7. Während der Produktion der Lebensmittel und der Arbeitsschritte in der Küche können die Rohmaterialien und die halbfertigen Produkte verschmutzt werden. Infolge der Nichteinhaltung der technologischen Vorschriften können in den Fertigprodukten fremde Materialien vorkommen. Geben Sie drei Gefahrenquellen an, die technologische Verschmutzungen verursachen können! (3×1) 3 Punkte

- ***In den Lebensmitteln können während der Technologie schädliche Stoffe entstehen, z.B. angebranntes Fett, Verkohlung.***
- ***Reste der bei Reinigung, beim Abwaschen verwendeten Chemikalien können in das Essen gelangen.***
- ***Von den Mitarbeitern können Verschmutzungen ausgehen: Kopfhaar, Nagel, Haar.***

Zu akzeptieren sind noch: aus Metall- und Kunststoffmitteln, Verpackungsmaterialien können sich bestimmte Bestandteile auslösen; von Insekten und Nagetieren können Verschmutzungen ausgehen; unvollständiger Putz oder Isolierung der Räumlichkeiten kann Verschmutzung verursachen, usw.

Für jede richtige Behauptung kann 1 Punkt vergeben werden. Der Fachlehrer kann auch von den angegebenen abweichende, aber inhaltlich richtige Antworten akzeptieren.

Grundkenntnisse Hotellerie

1. Unter den fernen Plänen von Miska Weingut steht auch der Bau eines Hotels mit der Thematik von Wein. Unterstreichen Sie in den nachfolgenden Gruppen das Kuckucksei, das **nicht** dorthin passt und begründen Sie Ihre Wahl!

(2×2) 4 Punkte

a) Es ist wichtig unter den Gesichtspunkten des Ansiedlungsortes von Weinhotel Folgendes zu berücksichtigen:

- touristische Anziehungskräfte,
- infrastrukturelle Versorgung des Grundstücks,
- Nähe des Flughafens.

Begründung: *die Nähe des Flughafens ist im Allgemeinen für Geschäftsleute im Business-tourismus wichtig, im Fall eines Weinhotels nicht.*

b) Im Weinhotel ist es nicht obligatorisch:

- Erwerb einer Kategorie nach Hotelstars,
- Einholung der Genehmigung zur Unterkunftsbetreibung,
- Sicherung von Halbpension.

Begründung: *die Einholung der Genehmigung zur Unterkunftsbetreibung ist bei allen Unterkunftstypen obligatorisch.*

Bei der Frage a) kann eventuell eine andere – richtig begründete – Wahl akzeptiert werden, bei der Frage b) ist aber nur diese einzige Lösung richtig. Für die richtige Wahl und Begründung kann je 1 Punkt vergeben werden.

2. Im Miska Weingut arbeitet zurzeit kein Fachmann, der im Hotelbau und Hotelbetrieb Erfahrung hat. Erklären Sie dem Eigentümer kurz die Bedeutung der nachfolgenden Begriffe!

(3×2) 6 Punkte

Fremde Dienstleistung: *Diese Dienstleistungen werden für die Gäste nicht direkt vom Hotel erbracht, sondern ein äußerer Vermittler /eine dritte Partei wird einbezogen, oder sie werden im äußeren Ort (z.B. Opernhaus,) oder auf eigenem Gebiet in einer vermieteten Stelle von einem unabhängigen Unternehmer erbracht.*

Wholesaler Rate/Großhandelspreis: *Für Reiseveranstalter oder touristische Großhändler gewährter Vertragspreis, der im Allgemeinen hohe Ermäßigungen enthält.*

Hotelstars Union: *Ist die Organisation, die mehrere europäische Mitglieder hat, und die Vereinheitlichung des Qualifikationssystems der Hotels zum Ziel setzte. Aufgrund seiner Anforderungen können die Hotels eine Sterne-Einstufung / Schutzmarke erwerben.*

Für Erklärungen, die inhaltlich mit den oben stehenden übereinstimmen, stehen je 2 Punkte zu. Bei ungenauer oder teilweiser Formulierung können Teilpunkte vergeben werden.

3. Mit welchen Ausdrücken können die nachfolgenden Sätze ergänzt werden, damit ihre Bedeutung vollkommen richtig wird? Schreiben Sie den entsprechenden Buchstaben auf die gepunktete Linie auf! (3×1) 3 Punkte

Der Nettoerlös aus dem Hotelzimmerpreis enthält nicht:... **b)** ...

- a) die Mehrwertsteuer.
- b) die Mehrwertsteuer und die Fremdenverkehrssteuer.**
- c) die Fremdenverkehrssteuer.

Die Hotelkosten bedeuten den in Geld ausgedrückten Wert der während der Tätigkeit verwendeten **a)**.....

- a) Ressourcen**
- b) Sachanlagen
- c) Informationen

Das Hotel kann dann als gewinnbringend betrachtet werden, wenn **c)**

- a) die Kosten den Umsatzerlös übersteigen.
- b) die Kosten höher sind als die Steuern.
- c) die Kosten niedriger sind als die Preisspanne.**

Nur die angegebenen Antworten können für je 1 Punkt akzeptiert werden.

4. Setzen Sie die aufgezählten Arbeitsbereiche in den nachfolgenden Organisationsaufbau ein! (3×1) 3 Punkte

PR Manager, Sommelier, Front Office Manager, Room Service Dispatcher, General Manager, Chief Concierge, Mixer, Bell Captain, Corporate Sales Agent, Housekeeper

	<i>General Manager</i>	
Rooms' Division Department	Food & Beverages Department	Sales & Marketing Department
<i>Front Office Manager</i>	<i>Sommelier</i>	<i>PR Manager</i>
<i>Chief Concierge</i>	<i>Room Service Dispatcher</i>	<i>Corporate Sales Agent</i>
<i>Bell Captain</i>	<i>Mixer</i>	
<i>Housekeeper</i>		

Jeweils für die richtige Ausfüllung einer Kolumne kann 1 Punkt vergeben werden. Wenn bei einer Abteilung ein Arbeitsbereich gefunden wird, der nicht dorthin gehört, steht für diese Abteilung kein Punkt zu. Auch in dem Fall sollte man keinen Punkt vergeben, wenn der General Manager unter irgendeiner Abteilung eingestuft wird!

5. Schreiben Sie auf die gepunktete Linie auf, welche Begriffe Sie aufgrund der angegebenen Bestimmungen erkennen! (3×1) 3 Punkte

- Führungsaufgabe, die sich auf die sinngemäße Ausgestaltung und effizienteste Auslastung der zum Betrieb eines Hotels erforderlichen Personalbedingungen richtet.

Personalwirtschaft

- Eine Datenverarbeitungstätigkeit, die Teil des Informationssystems bildet und die zur Betreuung nötigen Registraturen sichert sowie ermöglicht die Abrechnung im Hotel.

Geschäftsadministration (im Hotel)

- Es ist ein Formular auf Papier oder ein elektronisches Formular, das bei Check-In an der Rezeption gefertigt wird. Es enthält vor allem die persönlichen Angaben der Gäste, das Datum ihres Aufenthalts und ihre Unterzeichnung.

Anmeldeformular / Cardex

Auch die sinnverwandten Varianten der angegebenen Ausdrücke sind für je 1 Punkt zu akzeptieren.

6. Sie wurden im Miska Weingut gebeten, einen Kollegen auf die Abwicklung der zukünftigen Zimmerreservierungen vorzubereiten. Welche sind die wichtigsten Fragen, die bei der Zimmerreservierung geklärt werden müssen? Erwähnen Sie vier! (4×1) 4 Punkte

- **Datum und Uhrzeit der Ankunft**
- **Datum und Uhrzeit der Abfahrt**
- **Anzahl der ankommenden Gäste**
- **Anzahl und Typ der gefragten Zimmer**

Zu akzeptieren sind noch: Preis und Sorten der Dienstleistungen/Zimmer, Name der Ankommenden/des Bestellers, Zahlungsbedingungen. Für unwesentliche Angaben – wie zum Beispiel die genaue Adresse der zukünftigen Gäste, oder Kennzeichen des Wagens– sollten keine Punkte vergeben werden!

7. Zur Betreuung des Hotels von Miska Weingut wird die Mitwirkung von vielen nötig sein. Ordnen Sie die möglichen Partner des Hotels den für sie am meisten charakteristischen Aufgaben, Begriffen zu! 4 Punkte

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. NAV | a) Einhaltung der Regeln für Lebensmittelsicherheit |
| 2. Wirtschaftskammer | b) Sicherstellung von Aushilfe Personal |
| 3. NÉBIH | c) Kontrolle der Rechnungsausstellung |
| 4. Reisebüro | d) Interessenschutz, Unterstützung der Unternehmen |
| 5. Veranstaltungsorganisator | e) Einkauf von Warenbeständen |
| 6. Leiharbeitsunternehmen | f) Sicherung von Werbemöglichkeiten |
| 7. Großhandel für Lebensmittel | g) Vermittlung von Gästen |
| 8. Media | h) Abwicklung von Konferenzen |

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
<i>c</i>	<i>d</i>	<i>a</i>	<i>g</i>	<i>h</i>	<i>b</i>	<i>e</i>	<i>f</i>

Jeweils für 2 richtige Zuordnungen steht 1 Punkt zu. Die Punktzahl muss abgerundet werden!

8. Wenn im Miska Weingut auch das Hotel gebaut wird, wird gemäß den Plänen die Tscharda die gastronomischen Dienstleistungen erbringen. Wie beeinflusst die Unterkunft die Arbeit der Tscharda, also welche sind die Eigenschaften der Gastronomie in einem Hotel? Zählen Sie drei Eigenschaften auf! (3 × 1) 3 Punkte

- *Neben den äußeren Gästen müssen auch die Hotelgäste bedient werden.*
- *Frühstück muss gesichert werden, eventuell auch Zimmerservice.*
- *Man kann auch Pakete mit Halb- und Vollpension ausgestalten.*

Zu akzeptieren sind noch: die Öffnungszeiten verlängern sich; man muss für die Gäste Verpflegung auch während des Tages sichern; können auch Ansprüche bezüglich Konferenzen und Veranstaltungen auftreten; wenn es auch ein Minibar geben wird, muss man auch dessen Auffüllung organisieren; usw.

Für jede – auch von den oben stehenden abweichende – richtige Behauptung wird 1 Punkt vergeben, aber höchstens 3 Punkte sind zu vergeben.

Grundkenntnisse Marketing

1. Auch das Miska Weingut muss mit den Umweltfaktoren rechnen. Unterstreichen Sie, welche Faktoren **nicht** zum Mikroumfeld der Unternehmen gehören! Begründen Sie Ihre Wahl! 2 Punkte

Konkurrenten

wissenschaftlich-technisches Umfeld

Käufer, Gäste

politisches Umfeld

Lieferanten

Begründung: *Die unterstrichenen Faktoren gehören zum Makroumfeld der Unternehmen.*

Für zwei richtige Unterstreichen und Begründungen steht je 1 Punkt zu. Für ein richtiges Unterstreichen steht kein Punkt zu.

2. Zur Charakterisierung der Größe des Marktes von Weintourismus verwendet das Marketing verschiedene Indikatoren. Die nachfolgenden Aufgaben beziehen sich auf diese. 7 Punkte

a) Bestimmen Sie die Bedeutung der nachfolgenden Indikatoren! (3×1) 3 Punkte

Marktvolumen: *Die auf einem gegebenen Markt aus einem gegebenen Produkt innerhalb bestimmter Zeitdauer verkaufte Gesamtmenge.*

Marktpotenzial: *Gesamtheit der theoretisch möglichen Verkäufe aus einem Produkt.*

Marktbeteiligung: *bedeutet den Marktanteil des Unternehmens, also wie viel Prozent ein Unternehmen von den möglichen Verkäufen verkauft hat.*

Die inhaltlich ähnlichen, fachlich richtigen Antworten können ebenfalls akzeptiert werden!

b) Wir wissen, dass unter diesen drei Indikatoren ein enger Zusammenhang besteht. Schreiben Sie die einzelnen, dorthin passenden Begriffe in die Abbildung nach den Zahlen ein!

1 Punkt



Der 1 Punkt kann dann vergeben werden, wenn alle drei Indikatoren des Marktes auf der richtigen Stelle sind.

c) Schreiben Sie je ein Beispiel auf dem Gebiet des Weintourismus für alle drei Indikatoren!
(3×1) 3 Punkte

Marktvolumen: **die Gesamtheit von Menschen, die am inländischen Weintourismus teilnehmen.**

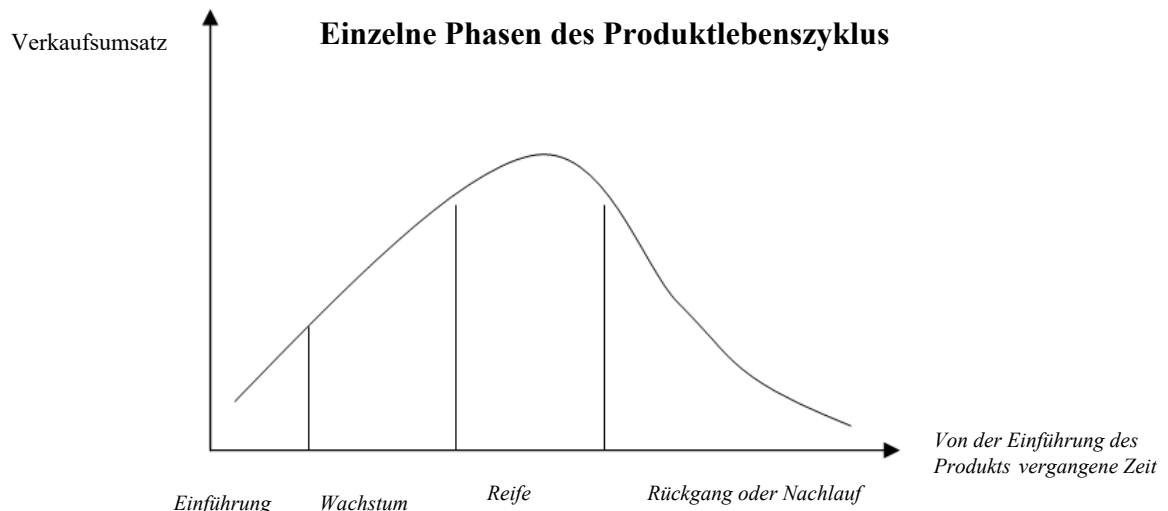
Marktpotential: **die Anzahl der Gäste, die am inländischen Weintourismus teilnehmen wollen.**

Marktbeteiligung: **der Anteil der Menschen, die die gegebene Weingegend, den gegebenen Keller besuchen.**

Auch andere, mit dem Weintourismus nicht unbedingt verbundene Beispiele können ebenfalls akzeptiert werden, wenn sie fachlich richtig sind. Für die Bestimmungen steht je 1 Punkt zu.

3. Das Miska Weingut beginnt erst jetzt in den Weintourismus einzusteigen, steht am Anfang seines Produktlebenszyklus. 5 Punkte

a) Erstellen Sie ein Diagramm, in dem Sie die einzelnen Phasen nennen, sowie stellen Sie den Produktlebenszyklus dar! Sie müssen die Achsen x und y nicht bezeichnen. 2 Punkte



Für die fehlerfreie Abbildung sowie für die Bezeichnung der Phasen können zwei Punkte vergeben werden. Bei 1 Fehler steht nur 1 Punkt zu.

b) Was für eine Preisstrategie sollte das Miska Weingut in der ersten Phase des Produktlebenszyklus wählen? Was ist das Ziel dieser Preisstrategie? 2 Punkte

Bei der Eröffnung eines neuen Geschäfts ist es ratsam Einführungspreispolitik anzuwenden, also mit niedrigeren Anfangspreisen zu beginnen. Ziel davon ist, dass das Geschäft je größere Anzahl von Gästen für sich gewinnt.

1 Punkt kann für die konkrete Preispolitik, 1 anderer Punkt für die Begründung vergeben werden. Auch andere fachlich korrekte Antworten sind zu akzeptieren.

c) Warum ist die Anwendung der Kommunikationsmittel so wichtig in der ersten Phase des Produktlebenszyklus? 1 Punkt

In der ersten Phase des Produktlebenszyklus haben die Kommunikationsmittel eine primäre Rolle, denn man muss das Geschäft/das Produkt für den potentiellen Gästekreis bekannt machen.

Außerhalb der oben stehenden können auch andere richtige Antworten akzeptiert werden.

4. Die Festlegung der Preispolitik ist auch im Fall von Miska Weingut wichtig. Geben Sie zwei Faktoren an, die die Entscheidungen bezüglich der Preispolitik beeinflussen!

2 Punkte

- **Breite, Tiefe, Qualität der Produktauswahl**
- **Preisempfindlichkeit der Gäste**

Zu akzeptieren sind noch: Kostenhöhe, Arbeitsintensivität, geschäftspolitische Ziele, Preispolitik der Konkurrenz, psychologische Gründe (z.B. Mode), Struktur des Umsatzes (neben billigeren Speisen teure Getränke), Vorteil des Ortes (wo befindet sich das Geschäft), Saisonalität usw. Für jede richtige Lösung kann 1 Punkt vergeben werden.

5. Aufgrund welcher Merkmale lässt sich der Gästekreis von Miska Weingut segmentieren?
Schreiben Sie vier wesentliche Behauptungen auf! 2 Punkte

- ***Geschlecht***
- ***Lebensalter***
- ***Einkommen***
- ***Beruf***

Zu akzeptieren sind noch: Wohnort, Schulausbildung usw. Von den Korrekturhinweisen abweichende, vom Fachlehrer für richtig gehaltene andere Antworten können ebenfalls akzeptiert werden.

Jeweils für 2 richtige Lösungen kann 1 Punkt vergeben werden. Die Punktzahl muss abgerundet werden!

6. Zum erfolgreichen Betrieb von Miska Weingut ist die Ausgestaltung eines einheitlichen Erscheinungsbildes unerlässlich. Erklären Sie, warum es so wichtig ist! Schreiben Sie zwei wesentlichen Behauptungen auf! 2 Punkte

Die primäre Aufgabe des individuellen Erscheinungsbildes ist, dass das Unternehmen dadurch eine mit anderen nicht verwechselbare Identität erhält. Ziel der Erscheinungsbildplanung ist also die Ausgestaltung eines einheitlichen, allumfassenden, dauerhaft guten Images. Das einheitliche Erscheinungsbild ist ein grundlegendes Mittel der Beeinflussung der Gäste. Der Konkurrenzkampf ist immer stärker, man muss deshalb solche Symbole schaffen, die leicht mit dem Unternehmen zu identifizieren sind, sowie es eindeutig von seinen Konkurrenten unterscheiden.

Auch von den oben stehenden abweichende, vom Fachlehrer für richtig gehaltene Antworten können akzeptiert werden.

7. Der Eigentümer von Miska Weingut hat beschlossen, auch die Mittel der Verkaufsförderung im Interesse der Umsatzsteigerung zu verwenden. 4 Punkte

a) Machen Sie Vorschläge für zwei konkrete Methoden/Möglichkeiten zur Anspornung der Gäste! (2×1) 2 Punkte

- ***Ermäßigungen für Gruppen***
- ***Programme für Stammgäste***

Zu akzeptieren sind noch: Aktionen im Alltag, Saisonpreis usw. Auch von den oben stehenden abweichende, vom Fachlehrer für richtig gehaltene Antworten können akzeptiert werden.

b) Die Verwendung von welchen online Marketingmitteln ist es zweckmäßig zur Erweiterung des Gästekreises von Miska Weingut und im Interesse der Steigerung der Zufriedenheit der werdenden Stammgäste? Zählen Sie vier online Marketingmittel auf!

(2×1) 2 Punkte

- ***Erstellung von Website, ständige Betreuung und Instandhaltung dieser***
- ***Erscheinung in verschiedenen Suchstellen im Internet***
- ***Anzeigen (Banner)***
- ***Newsletter in E-Mail***

Zu akzeptieren sind noch: Erscheinung in verschiedenen Foren, usw. Auch andere, vom Fachlehrer für richtig gehaltene Antworten sind zu akzeptieren. Jeweils für 2 richtige Antworten steht 1 Punkt zu. Man muss die Punktzahl abrunden!

8. Die nachfolgenden Behauptungen sind falsch. Erklären Sie, warum sie falsch sind, korrigieren Sie dann die Fehler! (3×1) 3 Punkte

- Im Fall von Direkt Marketing werden am häufigsten die elektronischen Übertragungsmittel verwendet.

Begründung: *Direkt Marketing verwendet am häufigsten die Mittel oder Medien, die die indirekte individuelle Kommunikation ermöglichen (zum Beispiel Telefon, Brief). Am häufigsten können verwendet werden: Werbebrief (Direct Mail), Versandhandel, Werbemittel, die irgendeine Reaktion auslösen (z.B. ausschneidbare Gewinnscheine, unentgeltlich anrufbare Telefone, TV-Schauen, Internetmitteilungen).*

- Die beste innere Öffentlichkeitsarbeit (PR) ist, wenn der Leiter eine Cocktailparty für die sich dort aufhaltenden VIP-Gäste organisiert.

Begründung: *Im Fall der inneren PR wird das gute Gemeingefühl der Mitarbeiter gesteigert. Der Kontakt zu den Gästen ist das Mittel von äußeren PR.*

- Bei Preisdifferenzierung verändern die Unternehmen ihre Preise aufgrund der Unterschiede unter den Käufern oder den Produkten. In diesem Fall wird dasselbe Produkt zu demselben Preis verkauft.

Begründung: *Dasselbe Produkt wird zu unterschiedlichen Preisen verkauft.*

Jede richtige Begründung ist 1 Punkt wert. Eine andere vom Fachlehrer für richtig gehaltene Antwort kann ebenfalls akzeptiert werden.

9. Welche Begriffe werden durch nachfolgende Bestimmungen gedeckt? Schreiben Sie sie auf die gepunktete Linie auf! (3×1) 3 Punkte

Ein System für koordinierte und ständige Erfassung, Bearbeitung, Selektierung, Speicherung, Strömung und Darstellung von verschiedenen inneren und äußeren Informationen.

Marketing-Informationssystem

Entwicklung, Bewertung von materiellen und immateriellen Eigenschaften von Produkten und Dienstleistungen. Das Produkt wird mit solchen eigenartigen Eigenschaften versehen, durch die es von anderen ähnlichen Produkten und vom Angebot der Konkurrenz unterscheidet.

Produktpositionierung

Ein Zeichen, das für das Produkt Rechtsschutz und Unterscheidung gewährt. Durch den rechtlichen Schutz wird das Recht des Eigentümers geschützt, den Markennamen oder das Markenzeichen ausschließlich benutzen zu dürfen. Geschützt werden kann jede Bezeichnung – Wort, Wortzusammensetzung, Bild, Buchstabe, Nummer, Ton- und Lichtsignal oder kombiniert Anwendung von diesen –, die geeignet ist, Produkte und Dienstleistungen von anderen Produkten und Dienstleistung zu unterscheiden.

Schutzmarke

Auch die von den Korrektur- und Bewertungshinweise abweichenden, aber fachlich einwandfrei formulierten Antworten können mit voller Punktzahl akzeptiert werden.
