



<b>Name, Geschäftssitz</b>	Medical GmbH Virchowstraße 12 10000 Berlin		
<b>Dienstleistung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- stationäre Versorgung</li> <li>- ambulante Versorgung</li> <li>- Rehabilitation</li> <li>- Pflege</li> <li>- Ausbildungsstätten</li> </ul>		
<b>Ausstattung</b>	Bettenanzahl:  Medizinische Geräte Einrichtungen für Diagnostik und Therapie Wirtschafts- und Versorgungsbereich Insgesamt 30 Auszubildende	450 Akutbetten 250 Rehabetten 100 Betten Pflegeeinrichtung ambulante Versorgung	600 Mitarbeiter 150 Mitarbeiter 80 Mitarbeiter 60 Mitarbeiter
<b>Leistungsangebot für</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gesetzlich Versicherte</li> <li>- privat Versicherte</li> <li>- Versicherte sonstiger Kostenträger</li> <li>- Versicherte von Rentenversicherungen</li> </ul>		

## Marketing; Information, Kommunikation und Kooperation

### 1. Aufgabe: (40 Punkte, ca. 25 Minuten Bearbeitungszeit)

#### Situation

Die Medical GmbH mit ihrer Belegschaft engagiert sich traditionell im sozialen und humanitären Bereich. Im letzten Jahr wurden Wohltätigkeitsorganisationen wie z. B. die „Berliner Tafel“ durch Mitarbeiteraktionen und Spenden unterstützt. In den Berliner Medien gab es daraufhin eine positive Berichterstattung über die Medical GmbH und ihrer aktiven Belegschaft. Eine Mitarbeiterbefragung hat ergeben, dass in diesem Jahr insbesondere die Organisation „Ärzte ohne Grenzen“ unterstützt werden soll.

Die Belegschaft hat entschieden, einen Firmen-Spendenlauf durchzuführen. Um die Motivation zu steigern, hat die Unternehmensführung zugesagt, die Finanzierung der T-Shirts für alle am Firmen-Spendenlauf Beteiligten zu übernehmen und je gelaufenen Kilometer den Betrag von 5,55 € der Organisation „Ärzte ohne Grenzen“ zu spenden.

Für den Firmen-Spendenlauf selbst haben sich 145 Mitarbeiter/-innen angemeldet. Für die Versorgung auf der Lauf-Strecke werden noch weitere 20 Mitarbeiter/-innen zusätzlich im Einsatz sein. Für alle ist je ein T-Shirt vorgesehen. Für die T-Shirts liegen zwei in der abgebildeten Tabelle angeführten Angebote vor. (Hinweis: Alle Angaben in € verstehen sich als Netto-Werte)

Position	Angebot A	Angebot B
T-Shirts	7,98 €/Stück	Bei Abnahmemenge von: 0 - 49 Stück = 8,75 €/Stk. 50 - 99 Stück = 8,45 €/Stk. 100 - 149 Stück = 8,20 €/Stk. 150 - 199 Stück = 8,00 €/Stk.
Aufdruck Firmenlogo der Medical GmbH	Druckkosten insgesamt 442,20 €	Je T-Shirt Druckkosten = 2,66 €
Mengenrabatt	1 % auf die Summe (T-Shirts + Druckkosten)	-nein-
Skonto	-nein-	1,5 %

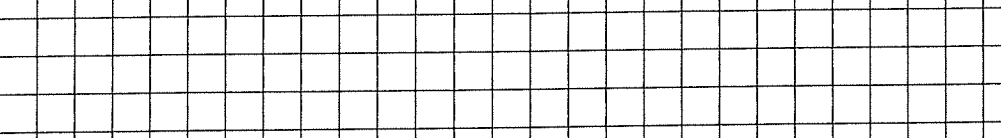
1.1 (9 Punkte)

Sie vergleichen die beiden Angebote (siehe abgebildete Tabelle). Stellen Sie fest, welches Angebot das günstigere Angebot ist, indem Sie Ihre Lösungen rechnerisch nachvollziehbar darstellen! Hinweis: Die Umsatzsteuer bleibt bei der Berechnung unberücksichtigt.

This image shows a full page of blank graph paper. The grid consists of small, equal-sized squares formed by thin black lines. There are 20 columns and 20 rows of squares, creating a total of 400 square units. The paper is otherwise completely blank, with no margins, text, or other markings.

1.2 (3 Punkte)

Die Läufer/-innen sind im Durchschnitt je Person 15 km gelaufen. Ermitteln Sie die Spendensumme in €, indem Sie Ihre Berechnungen nachvollziehbar darstellen (Runden Sie Ihr Ergebnis auf die nächsten vollen 100 € auf)!

A large rectangular grid of graph paper, consisting of 20 columns and 10 rows of squares, intended for drawing a picture.

### 1.3 (20 Punkte)

Die Medical GmbH möchte im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit (Public Relation/PR) die Scheckübergabe mit der Spendensumme in Abstimmung mit der Organisation „Ärzte ohne Grenzen“ öffentlich nutzen.

1.3.1 Nennen und begründen Sie **3** mögliche Ziele, die die Medical GmbH mit solch einer PR-Aktion verfolgt!

---

---

---

- 1.3.2 Es sollen möglichst viele Menschen von der Spendenübergabe durch eine aktuelle Berichterstattung erfahren. Dabei sollen unterschiedliche Medien für eine aktuelle Berichterstattung zum Einsatz kommen, damit eine breite Öffentlichkeit erreicht wird. Beschreiben Sie kurz **2** unterschiedliche, konkrete PR-Maßnahmen!

#### 1.4 (8 Punkte)

Der Spendenlauf und die Berichterstattung hatten eine positive Außenwirkung für die Medical GmbH. Zudem hatte es auch eine positive Wirkung innerhalb der Medical GmbH. Die Innenwirkung ist unter anderem förderlich für ein gutes Arbeitsklima. Erläutern Sie **2** weitere Vorteile hinsichtlich der Innenwirkung!

Dieses **Konzeptpapier** ist zur Eintragung von Nebenrechnungen und sonstigen Hilfsaufzeichnungen gedacht. Es muss vor Bearbeitung der Aufgaben dem Aufgabensatz entnommen werden. Bitte beachten Sie, dass Ihre Eintragungen **auf diesem Konzeptpapier** grundsätzlich nicht bewertet werden.



A series of horizontal lines for writing, spanning the width of the page below the text and logo.

Handwriting practice lines consisting of 20 horizontal lines.

**2. Aufgabe: (20 Punkte, ca. 10 Minuten Bearbeitungszeit)**

**Situation**

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit hat sich heraus gestellt, dass für den Kontakt mit den Medien ein/eine Pressesprecher/-in für die Medical GmbH vorteilhaft wäre. Damit die Unternehmensführung eine endgültige Entscheidung treffen kann, arbeiten Sie in einer Arbeitsgruppe mit, die den Auftrag hat, Vorschläge für die wesentlichen Aufgaben und Kompetenzen eines/einer Pressesprechers/Pressesprecherin zu erarbeiten.

**2.1 (8 Punkte)**

Beschreiben Sie kurz **2** wesentliche Aufgaben für einen/eine Pressesprecher/-in!

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**2.2 (12 Punkte)**

Um die Aufgaben eines/einer Pressesprechers/Pressesprecherin sachgerecht erfüllen zu können, werden Kompetenzen benötigt. Beschreiben Sie kurz **3** wesentliche Kompetenzen, die ein/eine Pressesprecher/-in benötigt!

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Situation

### 3.1 (12 Punkte)

Erläutern Sie kurz **3** verschiedene Ursachen, die in Betracht kommen können!

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

3.2.1 Auf die Belegung haben unterschiedliche Personen und Organisationen Einfluss. Das sind Ihre Zielgruppen, die Sie für den Tag der offenen Tür einladen. Nennen Sie **2** unterschiedliche Zielgruppen und begründen Sie jeweils Ihre Auswahl!

Zielgruppe	Begründung



