

# Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

Begründet von Handelsschul-Direktor Dipl.-Hdl. Friedrich Hutkap †

---

**Verfasser:**

**Hartmut Hug**, Dipl.-Hdl.

**Sabine Knauer**

**Martina Lennartz**, Dipl.-Math. oec.

**Dr. Hermann Speth**, Dipl.-Hdl.

**Aloys Waltermann**, Dipl.-Kfm. Dipl.-Hdl.

Fast alle in diesem Buch erwähnten Hard- und Softwarebezeichnungen sind eingetragene Warenzeichen.

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 52 a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

Coverbild (rund/Mitte): © Maksim Smeljov - Fotolia.com  
(rund/links): © arsdigital - Fotolia.com  
(rund/rechts): © XtravaganT - Fotolia.com  
(Struktur/groß): © DavidArts - Fotolia.com

\* \* \* \* \*

2. Auflage 2016

© 2014 by MERKUR VERLAG RINTELN

Gesamtherstellung:

MERKUR VERLAG RINTELN Hutkap GmbH & Co. KG, 31735 Rinteln

E-Mail: [info@merkur-verlag.de](mailto:info@merkur-verlag.de)

[lehrer-service@merkur-verlag.de](mailto:lehrer-service@merkur-verlag.de)

Internet: [www.merkur-verlag.de](http://www.merkur-verlag.de)

ISBN 978-3-8120-0681-1

## Vorwort zur 1. Auflage

Das **Lernbuch „Büromanagement – Lernfelder 1 bis 6“** ist der erste Teil einer zweibändigen Buchreihe für den neuen Ausbildungsberuf „**Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement**“. Diese Ausgabe eignet sich für Bundesländer, die **im 1. Ausbildungsjahr 6 Lernfelder** unterrichten, und für Kurzzeitklassen.

- LF 1:** Die eigene Rolle im Betrieb mitgestalten und den Betrieb präsentieren
- LF 2:** Büroprozesse gestalten und Arbeitsvorgänge organisieren
- LF 3:** Aufträge bearbeiten
- LF 4:** Sachgüter und Dienstleistungen beschaffen und Verträge schließen
- LF 5:** Kunden akquirieren und binden
- LF 6:** Werteströme erfassen und beurteilen

Die Lernfelder 7 bis 13 werden durch das **Merkurbuch 0682** abgedeckt.

Für die Arbeit mit dem Buch möchten wir auf Folgendes hinweisen:

- Im Vordergrund steht das Ziel, die Auszubildenden zu befähigen, auf der Grundlage fachlichen Wissens und Könnens Aufgaben und Probleme **zielorientiert, sachgerecht, methoden-geleitet** und **selbstständig** zu lösen und das Ergebnis zu beurteilen.
- Das Buch eignet sich ideal als **Informationspool** für die Erarbeitung von Lernsituationen, zur systematischen Wiederholung und zur eigenverantwortlichen Nachbearbeitung.
- Durch das **integrierte Kompetenztraining** werden neben der Fachkompetenz auch die Selbst- und die Sozialkompetenzen eingeübt.
- Der Einsatz von Programmen zur **Textverarbeitung** und zur **Tabellenkalkulation** sowie der Erwerb von **Fremdsprachenkompetenz** ist integraler Bestandteil der Lernfelder. Im Buch wird diese Integration im Rahmen des Kompetenztrainings berücksichtigt, gekennzeichnet durch die folgenden Symbole:



- Zur **systematischen Erarbeitung der Grundlagen von WORD, EXCEL und Englisch** stehen drei weitere lernfeldorientierte Lernbücher bereit:

**Erfolgreiches Büro-  
management mit**

**WORD 2010**

Merkurbuch 0790

**Erfolgreiches Büro-  
management mit**

**EXCEL 2010**

Merkurbuch 0791

**Business Class**  
Merkurbuch 0855

oder

oder

**Erfolgreiches Büro-  
management mit**

**WORD 2013**

Merkurbuch 0810

**Erfolgreiches Büro-  
management mit**

**EXCEL 2013**

Merkurbuch 0811


Jedes dieser Lernbücher umfasst die EDV- bzw. fremdsprachenbezogenen Kompetenzen **für alle drei Ausbildungsjahre**.

- Zentrales Ziel von Berufsschule ist es, die Entwicklung umfassender **Handlungskompetenz** zu fördern.

Die Buchreihe wird deshalb durch folgende Arbeitshefte ergänzt:

**Lernsituationen Büromanagement Lernfelder 1 bis 6** (Merkurbuch 1681)

**Lernsituationen Büromanagement Lernfelder 7 bis 13** (Merkurbuch 1682)

- Lernbücher und Arbeitshefte sind **aufeinander abgestimmt**. Im jeweiligen Lernbuch wird im Inhaltsverzeichnis und am Seitenrand durch das nebenstehende Symbol gekennzeichnet, bei welchen Unterrichtsthemen auf geeignete Lernsituationen aus dem jeweiligen Arbeitsheft zurückgegriffen werden kann. Es ist daher **ideal**, wenn Lernbücher und Arbeitshefte **gemeinsam im Unterricht eingesetzt** werden. 
- Durch die **Verzahnung der Unterrichtsmaterialien** werden der Erwerb themenübergreifender Kompetenzen und die Ausarbeitung der didaktischen Jahresplanung einerseits vereinfacht; durch die **relative Selbstständigkeit** der einzelnen Materialien wird andererseits der pädagogische und schulorganisatorische Freiraum gewährleistet, der für die erfolgreiche Umsetzung des neuen Rahmenlehrplans unseres Erachtens notwendig ist.
- Um die **Büroprozesse in Lernfeld 2** didaktisch verständlich und sachlogisch folgerichtig darstellen zu können, werden die dem Lernfeld 3 zugeordneten bürowirtschaftlichen Lerninhalte (büroübliche Applikationen, Kommunikationssysteme) bereits in Lernfeld 2 behandelt.
- Die **Grundlagen des Kaufvertragsrechts** werden zu Beginn von **Lernfeld 3** dargestellt, da sie unbedingte Voraussetzung dafür sind, Kundenaufträge rechtssicher zu bearbeiten. Ausgehend von diesen rechtlichen Grundlagen werden die **Teilprozesse der Auftragsbearbeitung** – von der Kundenanfrage bis hin zur Kontrolle des Zahlungseingangs – vorgestellt.
- Der Rahmenlehrplan gibt ausdrücklich vor, dass sich die Buchungen auf die Bereiche Dienstleistungen, Anlagevermögen und Handelswaren beschränken sollen. Damit wird eine **Handelsbuchführung** vorgeschrieben.

Der Buchführungslehrgang in **Lernfeld 6** folgt exakt dem vom Rahmenlehrplan vorgegebenen Geschäftsprozess. Dieser sieht vor, dass in die Buchführung über die Buchungen auf Bestands- und Erfolgskonten anhand von Belegen eingeführt werden soll.

Nach Abschluss der Konten wird über die Durchführung der Inventur und dem Erstellen des Inventars festgestellt, ob die gebuchten Werte den tatsächlich ermittelten Werten entsprechen. Ist dies nicht der Fall, entstehen Inventurwerte, die es auszubuchen gilt. Erst jetzt können Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung erstellt und die Wirtschaftlichkeit des Betriebs überprüft werden.

Der vom Rahmenlehrplan vorgegebene Weg ist, gegenüber der traditionellen, abstrakten Einführung über Inventur, Inventar, das Erstellen der Bilanz und die anschließende Aufgliederung der Bilanz in Konten, für die Schüler anschaulicher und praxisnah.

Als unterstützende Anschauungshilfe werden in der Einführungsphase im Buchführungsteil (Lernfeld 6) bei allen Beispielen folgende Farben beim Buchen verwendet: Aktivkonten: grün, Passivkonten: rot, Aufwendungen: violett, Erträge: blau.

## Vorwort zur 2. Auflage

Für die zweite Auflage wurde das Buch komplett durchgesehen und gegebenenfalls redaktionell verbessert. Der mittlerweile von der AKA herausgegebene Prüfungskatalog für die IHK-Abschlussprüfung hält für einige Themenbereiche Spezifizierungen bereit (z. B. zu den Möglichkeiten des Warenversands, zu den internen und externen Bezugsquellen und zur ABC-Analyse). Die Neubearbeitung wurde dazu genutzt, diese Inhalte angemessen zu vertiefen.

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser

# Inhaltsverzeichnis

## Lernfeld 1: Die eigene Rolle im Betrieb mitgestalten und den Betrieb präsentieren



	<b>1</b>	<b>Duales Ausbildungssystem</b> .....	<b>17</b>
	1.1	Rechtliche Regelungen für die betriebliche und schulische Ausbildung .....	17
LS 1, 2, 3, 4	1.1.1	Ausbildender, Ausbilder, Auszubildender .....	17
	1.1.2	Berufsbildungsgesetz, Ausbildungsordnung und Ausbildungsplan .....	18
	1.1.3	Berufsausbildungsvertrag .....	19
	1.2	Jugend- und Auszubildendenvertretung .....	25
	1.3	Jugendarbeitsschutz .....	26
LS 5	1.4	Möglichkeiten der betrieblichen Fort- und Weiterbildung .....	27
	<b>2</b>	<b>Informationen über den Betrieb</b> .....	<b>30</b>
	2.1	Begriff Betrieb .....	30
	2.2	Betriebstypen .....	30
	2.2.1	Gliederung der Betriebe nach Wirtschaftsbereichen .....	31
	2.2.2	Gliederung der Betriebe nach der Gewinnverwendung .....	32
	2.2.3	Gliederung der Betriebe nach der erstellten Leistung .....	32
	2.3	Betriebliche Leistungsfaktoren .....	32
LS 6	2.4	Stellung des Betriebs in der arbeitsteiligen Wirtschaft und innerhalb des erweiterten Wirtschaftskreislaufs .....	35
	2.4.1	Stellung des Betriebs in der arbeitsteiligen Wirtschaft am Beispiel des Industriebetriebs .....	35
	2.4.2	Stellung des Betriebs innerhalb des erweiterten Wirtschaftskreislaufs .....	36
	2.5	Unternehmensleitbild und Unternehmensziele .....	39
LS 7	2.5.1	Unternehmensleitbild .....	39
	2.5.2	Unternehmensziele .....	40
	<b>3</b>	<b>Organisation eines Unternehmens am Beispiel eines Industriebetriebs</b> .....	<b>45</b>
	3.1	Überblick über die aufgabenorientierte Organisation .....	45
LS 8	3.2	Organigramm (Organisationsplan) .....	46
	3.3	Arbeits- und Geschäftsprozesse am Beispiel des Industriebetriebs .....	48
LS 9	3.4	Übertragung von Befugnissen und Verantwortung auf Mitarbeiter .....	49
	3.4.1	Leitungssysteme (Weisungssysteme) .....	49
	3.4.2	Betriebliche Vollmachten .....	49
	3.4.3	Gesetzlich geregelte Vollmachten .....	50
LS 10	<b>4</b>	<b>Grundlagen der Präsentation</b> .....	<b>54</b>
	4.1	Ziel .....	54
	4.2	Vorbereitung .....	54
	4.3	Grundlegende Präsentationsregeln .....	55
	4.4	Bewertung .....	60

## Lernfeld 2: Büroprozesse gestalten und Arbeitsvorgänge organisieren



	<b>1</b>	<b>Arbeitsraum und Arbeitsplatz gestalten</b> .....	<b>62</b>
LS 1	1.1	Rechtliche Rahmenbedingungen erkunden .....	62
	1.2	Arbeitsraum .....	63

	1.2.1	Ergonomische und ökologische Anforderungen	63
	1.2.2	Raumklima	65
	1.2.3	Licht im Arbeitsraum	67
	1.2.4	Farbgestaltung im Arbeitsraum	68
	1.2.5	Akustik im Arbeitsraum	69
LS 2, 3	1.2.6	Arten von Arbeitsräumen (Einzel-, Gruppen-, Großraumbüro)	71
	1.3	Arbeitsplatz	76
	1.3.1	Anforderungen an einen Bildschirmarbeitsplatz	76
	1.3.2	Ergonomie des Bildschirmarbeitsplatzes	78
	1.3.2.1	Arbeitsumgebung und Größe des Arbeitsplatzes	78
	1.3.2.2	Arbeitsmittel	78
	1.3.2.3	Beschaffung von Arbeitsmitteln für einen Bildschirmarbeitsplatz	82
	1.3.3	Organisation an einem Bildschirmarbeitsplatz	83
	1.4	Arbeitsraum und Arbeitsplatz beurteilen	85
	1.4.1	Kriterien der Beurteilung festlegen	85
	1.4.2	Organisatorische Hilfsmittel nutzen: Checklisten	86
	1.4.3	Mängel kommunizieren	89
	<b>2</b>	<b>Bürowirtschaftliche Abläufe organisieren und Termine überwachen</b>	<b>90</b>
	2.1	Arbeitsplatz einrichten – Arbeitsabläufe steuern	90
LS 4	2.2	Arbeitsabläufe planen	92
	2.2.1	Zeitmanagement	92
	2.2.1.1	Arbeitsprozesse effizient strukturieren	92
	2.2.1.2	Methoden des Zeitmanagements	93
	2.2.2	Selbstmanagement	95
	2.2.3	Störungen von Arbeitsabläufen wahrnehmen und beheben	96
LS 5	2.3	Termine planen und überwachen	98
	2.3.1	Planen und kommunizieren	98
	2.3.2	Terminarten	100
	2.3.3	Hilfsmittel zur Terminplanung und -überwachung	100
LS 6	<b>3</b>	<b>Sitzungen und Besprechungen vorbereiten, durchführen und nachbereiten</b>	<b>102</b>
	3.1	Sitzungen und Besprechungen vorbereiten	102
	3.1.1	Organisatorische Aufgaben	102
	3.1.2	Medien des Sitzungsraums	105
	3.2	Kommunikation in Meetings	106
	3.2.1	Teamarbeit	106
	3.2.2	Aufgaben des Moderators	107
	3.2.3	Kommunikationsstörungen	108
LS 7	3.3	Protokolle führen	109
	3.3.1	Begriff und Gründe für die Protokollführung	109
	3.3.2	Protokollarten und Gestaltungsformen	109
	3.3.3	Technik der Protokollführung	113
	3.3.4	Schreiben und Verteilen des Protokolls	113
LS 8, 9	3.4	Ergebnissicherung und Terminüberwachung	114
LS 10	3.5	Digitale Netze für Konferenzen nutzen	116
	3.5.1	Telefonkonferenz	116
	3.5.2	Videokonferenz/Webkonferenz	116
LS 11	<b>4</b>	<b>Informations- und Kommunikationswege nutzen</b>	<b>119</b>
	4.1	Hardware, Software und Netzwerke	119

4.1.1	Hardware	119
4.1.1.1	Hardwaregrundlagen – Personal-Computer-Systeme	119
4.1.1.2	Drucker und Multifunktionsgeräte	120
4.1.1.3	Notebooks, Tablet-PCs und Smartphones	122
4.1.2	Software	124
4.1.2.1	Betriebssysteme	124
4.1.2.2	Anwendungsprogramme	124
4.1.3	Netzwerke	129
4.1.3.1	Begriff Netzwerk	129
4.1.3.2	Client-Server-Architektur	130
4.1.3.3	Intranet – Extranet	131
4.1.3.4	Internet	131
4.1.3.5	Cloud Computing	135
4.1.3.6	Festnetz- und Mobilfunkverbindungen	137
4.2	Kommunikationswege nutzen	139
4.2.1	Mündlich oder schriftlich kommunizieren?	139
4.2.2	Schriftliche Kommunikation	144
4.2.2.1	Texte wirksam formulieren	144
4.2.2.2	Normen in der Textverarbeitung	145
4.2.2.3	Dateiformate anwenden	146
4.2.2.4	Formulare gestalten	148
4.2.2.5	E-Mail	150
4.2.2.6	Digitale Briefpost (E-Postbrief, De-Mail)	154
4.2.2.7	Telefax	155
4.2.2.8	Aktennotizen (Memos) und interne Mitteilungen	156
4.2.2.9	Geschäftsbriefe	158
4.2.2.10	Textverarbeitung rationalisieren – Textbausteine nutzen	162
4.2.2.11	Textausgabe – Umweltbewusst drucken	162
4.2.2.12	Diktiergeräte verwenden	163
4.2.3	Post bearbeiten	165
4.2.3.1	Posteingang – eingehende Post bearbeiten	165
4.2.3.2	Postausgang – ausgehende Post abfertigen	168
4.2.3.3	Postdienstleistungen	171
LS 12		
5	<b>Dokumente und Schriftstücke aufbewahren</b>	<b>174</b>
5.1	Gründe für die Aufbewahrung von Schriftstücken	174
5.2	Aufbewahrungsfristen	174
5.3	Formen der Aufbewahrung	176
5.4	Räumliche Aufbewahrung	179
5.5	Ordnungssysteme der Registratur	180
6	<b>Speichermedien verwenden</b>	<b>182</b>
6.1	Digitale Speichermedien – Grundlagen	182
6.2	Dokumentenmanagement und Mikroverfilmung – technische Archivierungsformen	184
6.2.1	Rechtliche Grundlagen	184
6.2.2	Technische Archivierungsmedien	184
LS 13		
7	<b>Datensicherheit und Datenpflege</b>	<b>187</b>
7.1	Begriffsbestimmungen und Begründung für Sicherheitsmaßnahmen	187
7.2	Schutz vor unberechtigtem Zugriff, Datenverfälschung und Datenverlust	188
7.2.1	Sicherung durch organisatorische Maßnahmen	188
7.2.2	Sicherung durch Software und Maßnahmen der Dateiverwaltung	189
LS 14		

7.2.3	Sicherung durch Hardwaretechnik und Back-up-Speichermedien	191
7.3	Schutz personenbezogener Daten (Datenschutz)	193
7.4	Datenpflege	195
<b>8</b>	<b>Belastung am Arbeitsplatz und Arbeitssicherheit</b>	<b>197</b>
8.1	Begriffe Belastung, Beanspruchung und Stress	197
8.2	Ursachen für Belastungen und gesundheitliche Folgen	197
8.2.1	Ursachen für Belastungen (Stressfaktoren, Stressoren)	197
8.2.2	Anzeichen und mögliche Folgen von Stress	199
8.3	Maßnahmen zur Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz	200
8.3.1	Arbeits- und Gesundheitsschutz – Zuständigkeiten und Programme	200
8.3.2	Arbeitsschutzvorschriften	202
8.3.3	Maßnahmen auf Führungsebene	205
8.3.4	Eigene Strategien zur Förderung des Gesundheitsschutzes am Arbeitsplatz	206

LS 15, 16

### Lernfeld 3: Aufträge bearbeiten

<b>1</b>	<b>Sich einen Überblick über den Geschäftsprozess der Auftragsbearbeitung verschaffen</b>	<b>208</b>
1.1	Begriff und Merkmale von Geschäftsprozessen	208
1.2	Geschäftsprozess der Auftragsbearbeitung	209
<b>2</b>	<b>Rechtliche Rahmenbedingungen erkunden</b>	<b>210</b>
2.1	Rechts- und Geschäftsfähigkeit	210
2.1.1	Rechtsfähigkeit	210
2.1.2	Geschäftsfähigkeit	211
2.2	Zustandekommen und Arten von Rechtsgeschäften	213
2.2.1	Willenserklärung als wesentlicher Bestandteil eines Rechtsgeschäfts	213
2.2.2	Begriff und Arten von Rechtsgeschäften	214
2.3	Besitz und Eigentum	216
2.3.1	Besitz und dessen Übertragung	216
2.3.2	Eigentum und dessen Übertragung	216
<b>3</b>	<b>Abwicklung eines Kundenauftrags</b>	<b>219</b>
3.1	Kundenanfrage bearbeiten	219
3.2	Kundenorientiertes und rechtsverbindliches Angebot verfassen	221
3.2.1	Begriff Angebot	221
3.2.2	Bindung an das Angebot	221
3.2.3	Inhalt des Angebots	222
3.2.3.1	Art, Güte, Beschaffenheit und Menge der Produkte	222
3.2.3.2	Preis der Produkte	223
3.2.3.3	Lieferungsbedingungen	223
3.2.3.4	Zahlungsbedingungen	225
3.2.3.5	Leistungsort und Gerichtsstand	225
3.3	Kundenauftrag (Bestellung) prüfen	227
3.3.1	Begriff Kundenauftrag und die rechtliche Bindung an einen Auftrag	227
3.3.2	Realisierbarkeit eines Auftrags prüfen	227
3.4	Auftragsbestätigung	234
3.5	Kaufvertrag abschließen und erfüllen	237
3.5.1	Begriff und Abschluss eines Kaufvertrags	237



LS 1

LS 2, 3

LS 4

	3.5.2	Rechte und Pflichten aus dem Kaufvertrag	238
	3.5.3	Erfüllung des Kaufvertrags	238
	3.5.3.1	Erfüllung des Kaufvertrags durch den Verkäufer	238
	3.5.3.1.1	Lieferung der Kaufsache	239
	3.5.3.1.2	Eigentumsübertragung an den Käufer	240
	3.5.3.2	Erfüllung des Kaufvertrags durch den Käufer	240
	3.6	Allgemeine Geschäftsbedingungen	243
	3.6.1	Zielsetzungen und Begriff der allgemeinen Geschäftsbedingungen	243
	3.6.2	AGB und Verbraucherschutz	243
	3.6.3	AGB im Geschäftsverkehr mit Unternehmen	246
LS 5	3.7	Versand der Ware organisieren	247
	3.7.1	Ware versenden	247
	3.7.2	Frachtführer und Spediteur als Möglichkeiten für den Warenversand	250
	3.7.2.1	Frachtführer [§§ 407–452 d HGB]	250
	3.7.2.2	Spediteur [§§ 453 – 466 HGB]	251
LS 6, 7	3.7.3	Überwachung des Zahlungseingangs	252
	<b>4</b>	<b>Rechenarten zur Lösung kaufmännischer Sachverhalte</b>	<b>256</b>
	4.1	Dreisatz	256
	4.1.1	Dreisatz mit geradem Verhältnis	256
	4.1.2	Dreisatz mit ungeradem Verhältnis	258
	4.2	Prozentrechnung	261
	4.2.1	Einführung in die Prozentrechnung	261
	4.2.2	Prozentrechnung vom Hundert	262
	4.2.2.1	Berechnung des Prozentwertes	262
	4.2.2.2	Berechnung des Grundwertes	264
	4.2.2.3	Berechnung des Prozentsatzes	266
	4.2.3	Prozentrechnung im Hundert (verminderter Grundwert)	268
	4.2.4	Prozentrechnung auf Hundert (vermehrter Grundwert)	270



## Lernfeld 4: Sachgüter und Dienstleistungen beschaffen und Verträge schließen

LS 1	<b>1</b>	<b>Sich einen Überblick über den Beschaffungsprozess verschaffen</b>	<b>275</b>
	1.1	Wirtschaftliche Bedeutung der Beschaffung	275
	1.2	Abfolge des Beschaffungsprozesses	275
	<b>2</b>	<b>Beschaffungsplanung kennen und anwenden</b>	<b>276</b>
	2.1	Sich über Aufgaben der Beschaffungsplanung und Verwaltung von Beständen informieren	277
	2.1.1	Aufgaben der Beschaffungsplanung	277
	2.1.2	Programm planen	277
	2.1.3	Bestände verwalten	278
	2.2	Bedarf an Beschaffungsobjekten ermitteln	281
	2.2.1	Begriff Beschaffungsobjekte	281
	2.2.2	Bedarfsermittlung	281
	2.2.2.1	Regelungen zur Bedarfsermittlung	281
	2.2.2.2	Prinzipien bei der Bestimmung des quantitativen Bedarfs	282
	2.2.2.3	Prinzipien bei der Bestimmung des qualitativen Bedarfs	283
LS 2	2.3	Sich für Eigenfertigung oder Fremdbeschaffung (make or buy) entscheiden	285
LS 3	2.4	Produktwert berücksichtigen: ABC-Analyse	287
LS 4	2.5	Just-in-time-Konzeption beurteilen	290
LS 5	2.6	Optimale Bestellmenge bestimmen (Mengenplanung)	294



	2.7	Zeitpunkt der Bestellung bestimmen (Zeitplanung) . . . . .	296
LS 6	2.8	Diagramme als Mittel der Veranschaulichung anwenden . . . . .	299
	<b>3</b>	<b>Bezugsquellen ermitteln</b> . . . . .	<b>304</b>
LS 7	3.1	Beschaffungsrichtlinie . . . . .	304
	3.2	Begriff Beschaffungsmarktforschung . . . . .	306
	3.3	Informationen über Lieferer beschaffen . . . . .	306
	3.4	Informationsquellen nutzen . . . . .	308
	3.5	Informationswege (Kommunikationswege) recherchieren . . . . .	310
	<b>4</b>	<b>Lieferantenauswahl treffen</b> . . . . .	<b>313</b>
	4.1	Anfrage an Lieferanten erstellen . . . . .	313
	4.2	Angebote vergleichen und bewerten . . . . .	315
	4.2.1	Entscheidung zwischen Einfaktorenvergleich und Nutzwertanalyse . . . . .	315
LS 8	4.2.2	Einfaktorenvergleich mit Bezugskalkulation . . . . .	315
LS 9	4.2.3	Nutzwertanalyse (Mehrfaktorenvergleich) . . . . .	317
	4.3	Nachhaltiges Wirtschaften bei der Beschaffung beachten . . . . .	321
LS 10, 11	4.3.1	Ökologische Ausrichtung der Beschaffung . . . . .	322
	4.3.2	Soziale Ausrichtung der Beschaffung am Beispiel des „Fairen Handels“ . . . . .	323
	<b>5</b>	<b>Beschaffungsprozesse abwickeln</b> . . . . .	<b>325</b>
	5.1	Bestellung abgeben . . . . .	325
	5.1.1	Begriff und rechtliche Bindung an die Bestellung . . . . .	325
	5.1.2	Bestellung von Waren über eine Warenplattform im Internet . . . . .	326
	5.2	Abschluss von Verträgen durchführen . . . . .	327
	5.2.1	Zustandekommen von Verträgen . . . . .	327
	5.2.2	Wichtige Vertragsarten . . . . .	328
	5.3	Nichtigkeit und Anfechtbarkeit von Verträgen prüfen . . . . .	330
LS 12	5.3.1	Nichtigkeit von Verträgen . . . . .	330
	5.3.2	Anfechtbarkeit von Verträgen . . . . .	332
	5.4	Wareneingang und Lagerhaltung . . . . .	335
	5.4.1	Warenabnahme und Warenprüfung durchführen . . . . .	335
	5.4.2	Sachgerechte Einlagerung vornehmen . . . . .	338
	5.4.2.1	Begriff und Aufgaben des Lagers . . . . .	338
	5.4.2.2	Lagerarten . . . . .	339
LS 13	5.4.2.3	Allgemeine Lagergrundsätze . . . . .	341
	5.4.2.4	Arbeiten im Lager . . . . .	342
	5.4.2.4.1	Einlagerung der Ware (Lagerplatzzuordnung) . . . . .	342
	5.4.2.4.2	Warenpflege . . . . .	343
	5.4.2.4.3	Optimierung der Lagerprozesse . . . . .	344
LS 14	5.4.3	Soziale und ökologische Mitverantwortung im Zusammenhang mit der Lagerhaltung bewusst machen . . . . .	346
	5.4.3.1	Ökologische Kriterien für die Verpackung . . . . .	346
	5.4.3.2	Tragen von Schutzkleidung . . . . .	349
	<b>6</b>	<b>Vorgehen bei Vertragsstörungen planen</b> . . . . .	<b>352</b>
	6.1	Leistungsstörungen . . . . .	352
	6.2	Mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung) . . . . .	353
LS 15, 16	6.2.1	Begriff mangelhafte Lieferung . . . . .	353
	6.2.2	Mängelarten . . . . .	353
	6.2.3	Fristen für die Mängelrüge . . . . .	354
	6.2.4	Rechte des Käufers (Gewährleistungsrechte) . . . . .	355
	6.2.5	Übernahme von Garantieleistungen und Kulanz . . . . .	359
	6.2.6	Verjährungsfristen von Mängelansprüchen . . . . .	360

LS 17	6.3	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung) . . . . .	363
	6.3.1	Begriff Lieferungsverzug . . . . .	363
	6.3.2	Rechte des Käufers beim Lieferungsverzug . . . . .	365
	<b>7</b>	<b>Zahlungsabwicklung überwachen . . . . .</b>	<b>370</b>
	7.1	Rechnung prüfen . . . . .	370
LS 18	7.2	Rechnungsausgleich veranlassen . . . . .	374
	7.2.1	Bargeldlose Zahlung . . . . .	374
	7.2.1.1	Girokonto . . . . .	374
	7.2.1.2	SEPA-Zahlungen . . . . .	375
	7.2.1.2.1	SEPA-Überweisungen . . . . .	375
	7.2.1.2.2	SEPA-Basis-Lastschriftverfahren (SEPA Core Direct Debit Scheme) . . . . .	377
	7.2.1.3	Zahlungen mit der Girocard . . . . .	380
	7.2.1.3.1	Begriff Girocard und Girocard-Zahlung . . . . .	380
	7.2.1.3.2	Electronic Cash (Pay-now-Karte) . . . . .	381
	7.2.1.3.3	Elektronisches Lastschriftverfahren (ELV) . . . . .	382
	7.2.1.4	Zahlung mit Kreditkarte (Pay-later-Karte) . . . . .	382
	7.2.1.5	Onlinebanking . . . . .	384
	7.2.2	Bevorzugte Zahlungsformen beim E-Commerce . . . . .	385
	7.2.3	Vorteile von Bankdienstleistungen . . . . .	386
	7.2.4	Vergleich der Zahlungsverfahren . . . . .	386

## Lernfeld 5: Kunden akquirieren und binden

	<b>1</b>	<b>Einen Überblick gewinnen über den Geschäftsprozess „Kunden akquirieren und binden“ . . . . .</b>	<b>391</b>
	<b>2</b>	<b>Marktsituation analysieren und beurteilen . . . . .</b>	<b>392</b>
	2.1	Marketing: Den Kunden im Mittelpunkt der betrieblichen Aktivitäten wahrnehmen . . .	392
	2.2	Eigene Marktsituation anhand der Marktforschungs- und Kundendaten analysieren . .	394
LS 1, 2, 3	2.2.1	Begriff Marktforschung und die Träger der Marktforschung . . . . .	394
	2.2.2	Verfahren zur Datenerhebung . . . . .	395
	2.3	Kundenstruktur ermitteln . . . . .	398
	2.3.1	Analyse der Kundenstruktur . . . . .	398
	2.3.2	Bestands-, Neu- und ABC-Kunden unterscheiden . . . . .	399
	2.3.2.1	Bestandskunden binden und Neukunden gewinnen . . . . .	399
	2.3.2.2	ABC-Kunden . . . . .	400
LS 4	2.3.2.3	Wertvorstellungen der Kunden . . . . .	401
	2.3.2.4	Kaufmotive der Kunden . . . . .	402
	2.4	Wettbewerberstruktur ermitteln . . . . .	403
	2.5	Wettbewerbssituation der Branche analysieren . . . . .	404
LS 5	2.6	Verhalten der Wettbewerber und Kunden vor dem Hintergrund konjunktureller Phasen erfassen . . . . .	405
	2.6.1	Begriff Konjunktur . . . . .	405
	2.6.2	Merkmale des Konjunkturverlaufs . . . . .	406
	2.6.3	Verhalten der Wettbewerber und Kunden im Ablauf eines Konjunkturzyklus . . . . .	407
	2.7	Einen Fragebogen zur primären Marktforschung entwickeln und gestalten . . . . .	409
LS 6	2.8	Eigene Marktsituation aufgrund der Analyse des Fragebogens beurteilen . . . . .	414
	2.8.1	Aufbereitung und Analyse der Befragung . . . . .	414
	2.8.2	Marktsituation analysieren und beurteilen . . . . .	415



	<b>3</b>	<b>Absatzpolitische Ziele ableiten und Wettbewerbsstrategien wählen</b>	<b>418</b>
	3.1	Alleinstellungsmerkmal der Produkte herausarbeiten	418
	3.2	Absatzpolitische Ziele aus der Marktsituation ableiten	420
	3.2.1	Aufgaben von Zielformulierungen beschreiben	420
	3.2.2	Absatzpolitische Ziele festlegen	421
	3.3	Passende Wettbewerbsstrategie wählen	423
	3.3.1	Begriff Wettbewerbsstrategie	423
	3.3.2	Strategie der Kostenführerschaft	424
	3.3.3	Strategie der Differenzierung	425
	3.3.4	Nischenstrategie	426
	3.3.5	Struktureller Zusammenhang der Wettbewerbsstrategien	427
	3.4	Möglichkeiten der Preisfestsetzung mithilfe von Modellen ableiten	427
	3.4.1	Begriff Markt	427
	3.4.2	Marktarten	428
	3.4.3	Modell der Preisbildung auf dem vollkommenen polypolistischen Markt	428
	3.4.3.1	Nachfrage und Angebot	428
	3.4.3.2	Gleichgewichtspreis	429
	3.4.3.3	Vollkommener Markt	430
	3.4.3.4	Marktungleichgewichte	431
	3.5	Passende Preisstrategien wählen	432
LS 7	3.5.1	Begriff Preisstrategie	432
	3.5.2	Orientierung am Leitpreis (Mittelpreisstrategie)	432
	3.5.3	Hochpreisstrategie (Exklusivstrategie)	433
	3.5.4	Niedrigpreisstrategie	433
	3.5.5	Gesamtdarstellung der Preisstrategien	434
	<b>4</b>	<b>Marketing-Mix aus Kommunikations- und Preispolitik planen</b>	<b>439</b>
	4.1	Einordnung des Marketing-Mix in das ganzheitliche Marketingkonzept	439
	4.2	Durch Marktsegmentierung Zielgruppen identifizieren	440
LS 8	4.3	Kommunikationspolitische Entscheidungen treffen	443
	4.3.1	Werbung	443
	4.3.1.1	Begriff Werbung	443
	4.3.1.2	Werbeplan	443
	4.3.2	Unternehmensauftritt in sozialen Netzwerken prüfen	447
	4.4	Preispolitische Entscheidungen treffen	451
	4.4.1	Begriff Preispolitik und die Voraussetzungen der Preispolitik	451
	4.4.2	Arten der Preispolitik	452
	4.4.2.1	Überblick	452
	4.4.2.2	Kostenorientierte Preispolitik	452
	4.4.2.3	Kundenorientierte (nachfrageorientierte) Preispolitik	453
	4.4.2.4	Konkurrenzorientierte Preispolitik	457
	4.4.2.5	Zahlungsbedingungen	457
	4.4.2.6	Anbieten von Serviceleistungen	458
	4.5	Weitere kommunikationspolitische Maßnahmen	461
	4.5.1	Verkaufsförderung	461
	4.5.2	Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)	462
	4.5.3	Sponsoring	462
	4.5.4	Neuere Formen der Kommunikationspolitik	463
	4.6	Ein einheitliches Marketingkonzept (Marketing-Mix) entwickeln	464
LS 9	<b>5</b>	<b>Marketing-Mix durchführen</b>	<b>467</b>
LS 10, 11	5.1	Werbebrief gestalten und formulieren	467

	5.2	Nutzung aktueller Kommunikationswege prüfen	472
	5.2.1	Direktmarketing	472
	5.2.2	Customer Relationship Management	473
	5.2.3	Internet als aktueller Kommunikationsweg	474
LS 12	5.3	Wirtschaftliche, rechtliche und ethische Grenzen der Werbung berücksichtigen	476
	5.3.1	Datenschutz	476
	5.3.2	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb [UWG]	477
	5.3.2.1	Zweck des Gesetzes	477
	5.3.2.2	Unlautere geschäftliche Handlungen	477
	5.3.2.3	Irreführende geschäftliche Handlungen	478
	5.3.2.4	Unlautere vergleichende Werbung	479
	5.3.2.5	Unzumutbare Belästigung	479
	5.3.2.6	Selbstkontrolle	480
	<b>6</b>	<b>Marketing-Mix evaluieren</b>	<b>483</b>
	6.1	Erarbeiteten Marketing-Mix präsentieren	483
LS 13, 14	6.2	Werbeerfolg kontrollieren	484
	6.2.1	Pre- und Post-Test-Verfahren	484
	6.2.2	Werbeerfolgskontrolle durchführen	485
	6.3	Werbeerfolg reflektieren	488
	6.3.1	PDCA-Zyklus als Modell zur kontinuierlichen Verbesserung der Wettbewerbsstrategie und des Marketing-Mix	488
	6.3.2	Berücksichtigung von externem Feedback	489
	6.4	Einfluss des Marketings auf gesellschaftliche Prozesse	489
	6.4.1	Stakeholder-Konzept	489
	6.4.2	Auswirkungen der Kommunikationspolitik auf die Gesellschaft	492



## Lernfeld 6: Wertströme erfassen und beurteilen

LS 1	<b>1</b>	<b>Wertströme eines Unternehmens</b>	<b>495</b>
	1.1	Geld-, Güter-, Informationsstrom und der Begriff Geschäftsvorfälle	495
	1.2	Belegarten	496
	1.3	Begriff Buchführung	497
	<b>2</b>	<b>Rechtliche Anforderungen an eine ordnungsmäßige Buchführung</b>	<b>498</b>
	2.1	Buchführungspflicht, ordnungsmäßige Buchführung und die Aufbewahrung von Buchführungsunterlagen	498
	2.2	Umsatzsteuerpflichtige Geschäftsvorfälle	500
LS 2	<b>3</b>	<b>Einführung in die Buchführung über die Bestandskonten</b>	<b>507</b>
	3.1	Einführung in die Bestandskonten über das Konto Kasse	507
LS 3	3.2	Buchungen auf Vermögenskonten	511
	3.2.1	Buchungsregeln für die Vermögenskonten	511
	3.2.2	Buchung von Geschäftsvorfällen im System der doppelten Buchführung	513
	3.3	Buchungen auf Schuldkonten	517
	3.4	Buchungssatz, Belege und die Bücher der Buchführung bearbeiten	520
	3.4.1	Einfacher Buchungssatz	520
	3.4.2	Belege bearbeiten	522
	3.4.3	Bücher der Buchführung	524
	3.4.4	Zusammengesetzter Buchungssatz	526
	3.5	Abschluss der Bestandskonten	528
	3.5.1	Schlussbilanzkonto	528
	3.5.2	Einordnung des Kontos Eigenkapital in die Gruppe der Schuldkonten	530
LS 4	3.6	Kontenrahmen als Organisationsmittel der Buchführung	532
	3.6.1	Kontenrahmen und Kontenplan	532
	3.6.2	Aufbau des Industriekontenrahmens (IKR)	533

	<b>4</b>	<b>Erfolgskonten (Ergebniskonten)</b> . . . . .	<b>536</b>
LS 5	4.1	Aufwendungen, Erträge, Aufwandskonten, Ertragskonten . . . . .	536
	4.2	Buchungen auf den Erfolgskonten . . . . .	538
	4.3	Abschluss der Aufwands- und Ertragskonten über das Gewinn- und Verlustkonto . . .	542
	4.4	Geschäftsgang mit Bestands- und Erfolgskonten . . . . .	544
	4.5	Bestandsveränderungen bei Handelswaren . . . . .	547
	<b>5</b>	<b>Buchung von Eingangs- und Ausgangsrechnungen einschließlich Umsatzsteuer</b> . . .	<b>550</b>
LS 6	5.1	Umsatzsteuer . . . . .	550
	5.2	Buchhalterische Erfassung der Umsatzsteuer bei Eingangs- und Ausgangs- rechnungen . . . . .	551
	5.3	Debitoren- und Kreditorenkonten . . . . .	559
	<b>6</b>	<b>Buchung von Zahlungsein- und -ausgängen unter Berücksichtigung von Skonto und Warenrücksendungen</b> . . . . .	<b>560</b>
	6.1	Buchung von Zahlungseingängen und Zahlungsausgängen . . . . .	560
LS 7, 8	6.2	Buchungen von Warenrücksendungen und Skontozahlungen beim Wareneinkauf . . .	563
	6.2.1	Warenrücksendungen an den Lieferer . . . . .	563
	6.2.2	Liefererskonti . . . . .	564
LS 9	6.3	Buchungen von Warenrücksendungen und Skontozahlungen beim Warenverkauf . . .	567
	6.3.1	Rücksendungen durch Kunden . . . . .	567
	6.3.2	Kundenskonti . . . . .	568
	<b>7</b>	<b>Erstellen einer Umsatzsteuer-Voranmeldung</b> . . . . .	<b>581</b>
	<b>8</b>	<b>Buchhalterisches Erfassen der Wertminderungen von Anlagegütern</b> . . . . .	<b>586</b>
LS 10	8.1	Ursachen der Abschreibung . . . . .	586
	8.2	Berechnungsmethode für die Abschreibung . . . . .	586
	8.3	Ermittlung der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer mithilfe der AfA-Tabelle . . . . .	588
	8.4	Buchung der Abschreibungen . . . . .	590
	<b>9</b>	<b>Inventur, Inventar, Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung</b> . . . . .	<b>592</b>
	9.1	Zusammenhänge . . . . .	592
	9.2	Inventur und Inventar . . . . .	594
LS 11	9.2.1	Gesetzliche Grundlagen und begriffliche Klarstellungen . . . . .	594
	9.2.2	Ablauf der Inventur . . . . .	595
	9.2.3	Inhalt und Aufbau des Inventars . . . . .	596
	9.3	Bilanz . . . . .	598
LS 12, 13	9.3.1	Gesetzliche Grundlagen zur Aufstellung der Bilanz . . . . .	598
	9.3.2	Zusammenhang zwischen Buchführung und Bilanz . . . . .	602
	9.4	Gewinn- und Verlustrechnung . . . . .	602
	<b>10</b>	<b>Inventurdifferenzen</b> . . . . .	<b>605</b>
	10.1	Begriff und Ursachen von Inventurdifferenzen . . . . .	605
	10.2	Inventurdifferenzen an den Beispielen Kasse und Warenbestand . . . . .	605
	<b>11</b>	<b>Ermittlung und Bewertung des Betriebserfolgs</b> . . . . .	<b>608</b>
LS 14	11.1	Erfolgsermittlung mithilfe der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz . . . . .	608
	11.2	Rentabilität und Wirtschaftlichkeit als Kennziffern zur Beurteilung der wirtschaftlichen Situation eines Unternehmens . . . . .	609
	11.2.1	Rentabilität . . . . .	609
	11.2.2	Wirtschaftlichkeit . . . . .	611
	<b>12</b>	<b>Notwendigkeit einer ordnungsmäßigen Buchführung als Voraussetzung für betrieb- liche Entscheidungs- und Nachweiszwecke sowie externe Überprüfungen</b> . . . . .	<b>611</b>
		Stichwortverzeichnis . . . . .	616
		Bildverzeichnis . . . . .	624
		Industriekontenrahmen . . . . .	