

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis
Begründet von Handelsschul-Direktor Dipl.-Hdl. Friedrich Hutkap †

Verfasser:

Michael Schmidthausen
Michael Martin

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 § 60a 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.

Bilddatenverzeichnis:

Seite 17: © by Stephan Bratek – pixelio.com

Seite 30: © pressmaster – Fotolia.com

* * * *

3. Auflage 2020

© 2015 by Merkur Verlag Rinteln

Gesamtherstellung:

Merkur Verlag Rinteln Hutkap GmbH & Co. KG, 31735 Rinteln

E-Mail: info@merkur-verlag.de

lehrer-service@merkur-verlag.de

Internet: www.merkur-verlag.de

ISBN 978-3-8120-1578-3

Das Arbeitsheft richtet sich exakt nach dem aktuellen Bildungsplan für das Fach „**Betriebswirtschaft**“ am **Kaufmännischen Berufskolleg I** in Baden-Württemberg aus. Alle vier Kompetenzbereiche werden inhaltlich abgedeckt:

- Kompetenzbereich 1:** Unternehmensziele und -organisation
- Kompetenzbereich 2:** Auftragsbearbeitung und Vertragsgestaltung
- Kompetenzbereich 3:** Beschaffung und Lagerhaltung
- Kompetenzbereich 4:** Marketing

Die Kompetenzbereiche werden in Form von **situativen Aufgabenstellungen** konkretisiert. Die Arbeitsaufträge sind mehrheitlich so formuliert, dass sie zielgenau auf die Aufgabenstellungen in den zentralen Klassenarbeiten (ZK) vorbereiten. Das Arbeitsheft hat insofern nicht nur einen **unterrichtsbegleitenden Workbook-Charakter**, sondern auch eine **prüfungsvorbereitende Komponente**.

Mit dem nebenstehenden Symbol werden Themenbereiche gekennzeichnet, die im Bildungsplan als **fakultativer Inhalt** angeführt werden. Die Situationsaufgaben eignen sich insbesondere, um sachlogische Bezüge zu den obligatorischen Inhalten herzustellen, Themen zu vertiefen sowie um Schülerinnen und Schüler individuell zu fördern und im Unterricht zu differenzieren.



Die einzelnen Abschnitte des Arbeitsheftes sind passgenau mit dem **Merkurbuch 0578** (Lehrbuch „Betriebswirtschaft für das kaufmännische Berufskolleg I“, 8. Auflage 2020) abgestimmt. Die **Kapitelverweise** am Rande der Einstiegssituationen erleichtern die eventuell notwendige Informationsbeschaffung. Daher wäre ein **paralleler Einsatz ideal**.

Jeder Abschnitt beginnt mit einem **situationsbezogenen** und in der Regel problemorientierten Einstieg. Ausgangspunkt hierfür ist die fiktive **Ulmer Büromöbel AG**, ein Industriebetrieb, der moderne Büromöbel herstellt. Angeleitet durch die darauf folgenden Arbeitsaufträge sollen die Schülerinnen und Schüler zunächst das vorgegebene **Problem selbstständig lösen** und schließlich zu einer vertiefenden Auseinandersetzung mit dem jeweiligen (Teil-)Geschäftsprozess gelangen.

Ein hervorgehobenes Ziel ist es bei der Erstellung dieses Bandes gewesen, **methodische Vielseitigkeit** (z.B. Rollenspiele, Anfertigung ereignisorientierter Prozessketten, Erstellen von Geschäftsbriefen) zu gewährleisten.

Um dem Gedanken der Prozessorientierung gerecht zu werden, sollten die einzelnen Abschnitte **im Idealfall Stück für Stück** in der vorgegebenen Reihenfolge durchgearbeitet werden. Jede Situation „funktioniert“ jedoch in der Regel auch für sich genommen, sodass die Situationen **bei Bedarf auch punktuell** eingesetzt werden können.

Die Entscheidung, ob die Lernsituationen in **Einzel-, Partner- oder Gruppenarbeit** bearbeitet werden, wollen wir jeder Lehrkraft gerne selbst überlassen.

An einigen Stellen fordert das Autorenteam mit seinen Arbeitsaufträgen bewusst dazu auf, „über den Tellerrand zu schauen“. Im Einklang mit den Ansprüchen an einen differenzierten Unterricht sind an diesen Stellen **anspruchsvolle Transferleistungen** gefragt. Diese Arbeitsaufträge werden mit dem nebenstehenden Symbol gekennzeichnet.



Kißlegg und Duisburg, im Frühjahr 2020

Die Verfasser

Inhaltsverzeichnis

DIE ULMER BÜROMÖBEL AG KENNENLERNEN

KOMPETENZBEREICH 1: UNTERNEHMENSZIELE UND -ORGANISATION

1	Das Zielsystem und das Leitbild eines Unternehmens interpretieren	10
2	Die Funktionsbereiche und die Aufbauorganisation eines Unternehmens erkunden	16
3	Geschäftsprozesse darstellen	22
4	Den Standort für ein Auslieferungslager bestimmen	30
5	Die Ulmer Büromöbel AG im gesamtwirtschaftlichen Umfeld analysieren	34

KOMPETENZBEREICH 2: AUFTRAGSBEARBEITUNG UND VERTRAGSGESTALTUNG

1	Rechtsfähigkeit analysieren	41
2	Geschäftsfähigkeit prüfen	43
3	Willenserklärung und Rechtsgeschäfte beurteilen	47
4	Von der Kundenanfrage bis zum Versand	50
5	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) prüfen und deren Gültigkeit beurteilen	57
6	Kaufverträge prüfen und deren Gültigkeit beurteilen	60
7	Besitz- und Eigentumsverhältnisse analysieren	66
8	Die Rechtslage bei Nichtigkeit und Anfechtbarkeit prüfen und deren Gültigkeit beurteilen	69
9	Fernabsatzverträge prüfen und deren Gültigkeit beurteilen	72
10	Mit einer mangelhaften Lieferung (Schlechtleistung) rechtssicher umgehen	74
11	Zahlungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Zahlung) und Mahnverfahren	79
12	Verjährungsfristen berücksichtigen	84
13	Den nationalen Zahlungsverkehr abwickeln	88
14	Den internationalen Zahlungsverkehr in Fremdwährung abwickeln	95
15	Zusammenfassende Übungsaufgabe (ZK-Vorbereitung)	97

KOMPETENZBEREICH 3: BESCHAFFUNG UND LAGERHALTUNG

1	Ökologische Konsequenzen von Beschaffungsentscheidungen berücksichtigen	101
2	Bezugsquellen ermitteln	110
3	Angebote vergleichen und bewerten	116
4	Über Preise verhandeln	124
5	Einen Beschaffungsprozess durchführen	129
6	Eine ABC-Analyse durchführen und geeignete Maßnahmen ableiten	136
7	Rechtzeitig bestellen	139
8	Die optimale Bestellmenge ermitteln	143

9	Güter „just in time“ bestellen	146
10	Das Lager bewirtschaften und mithilfe von Kennzahlen optimieren	149
11	Mit einem Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung) rechtssicher umgehen	156
12	Zusammenfassende Übungsaufgabe (ZK-Vorbereitung)	159

KOMPETENZBEREICH 4: MARKETING

1	Den Markt erforschen	163
2	Marketingziele formulieren	170
3	Produktpolitik gestalten	173
4	Preispolitische Entscheidungen treffen	178
5	Preise differenzieren	184
6	Eine Werbekampagne planen	186
7	Den Verkauf fördern: Salespromotion	192
8	Öffentlichkeitsarbeit betreiben (Public Relations)	194
9	Distributionspolitik gestalten	197
10	Zusammenfassende Übungsaufgabe (ZK-Vorbereitung)	203