

Hug
Knauer
Lennartz
Speth
Waltermann

Büromanagement

Lernfelder 1 bis 6

*Kaufmann/-frau für
Büromanagement*



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 § 60 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

* * * * *

4. Auflage 2022

© 2014 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

Merkur-Nr. 0681-04-DS

Die eigene Rolle im Betrieb mitgestalten und den Betrieb präsentieren

1 Duales Ausbildungssystem

1.1 Rechtliche Regelungen für die betriebliche und schulische Ausbildung

1.1.1 Ausbildender, Ausbilder, Auszubildender

(1) Begriffe Ausbildender und Ausbilder

■ **Ausbildender** ist derjenige, der einen Auszubildenden zur Berufsausbildung einstellt.

Beispiel:

Laura Zeiler wird von der Metallbau Thomas Hutter GmbH ausgebildet. Die Metallbau Thomas Hutter GmbH ist **Ausbildender**.

■ **Ausbilder** ist derjenige, der vom Ausbildenden mit der Durchführung der Ausbildung beauftragt wird.

Beispiel:

In der Einkaufsabteilung wird Laura Zeiler von der Angestellten Ella Freiberg ausgebildet. Ella Freiberg ist **Ausbilderin**.

Ausbilden darf nur, wer persönlich und fachlich geeignet ist. Die fachliche Eignung des Ausbilders setzt vor allem die Beherrschung der für den jeweiligen Beruf erforderlichen Fertigkeiten und Kenntnisse voraus.

Die Ausbilder vermitteln die Fertigkeiten und Kenntnisse, die zur Erreichung des Ausbildungsziels erforderlich sind. Ferner muss der Ausbildungsbetrieb in der Lage sein, die wesentlichen Inhalte der Ausbildung zu vermitteln.

(2) Begriff Auszubildender

Auszubildender ist derjenige, der einen anerkannten Ausbildungsberuf aufgrund der Ausbildungsordnung erlernt.

Beispiel:

Laura Zeiler schließt mit der Metallbau Thomas Hutter GmbH einen Ausbildungsvertrag als Kauffrau für Büromanagement ab. Laura Zeiler ist **Auszubildende**.



LS 1, 2,
3, 4

Anforderungen an Auszubildende. Ein großes Unternehmen für Kunststoffverarbeitung umschreibt z. B. die Anforderungen an Auszubildende auf seiner Internetseite folgendermaßen:

„Die Voraussetzung für die Bewerbung bei uns sind eine abgeschlossene Schulausbildung mit guten schulischen Leistungen. Die Fähigkeit zur Teamarbeit ist ebenso wichtig wie ein hohes Verantwortungsbewusstsein. Wir

möchten Auszubildende gewinnen, die überdurchschnittlich motiviert und engagiert sind. Neben den schulischen Leistungen interessiert uns vor allem die Persönlichkeit der Bewerber.“

1.1.2 Berufsbildungsgesetz, Ausbildungsordnung und Ausbildungsplan

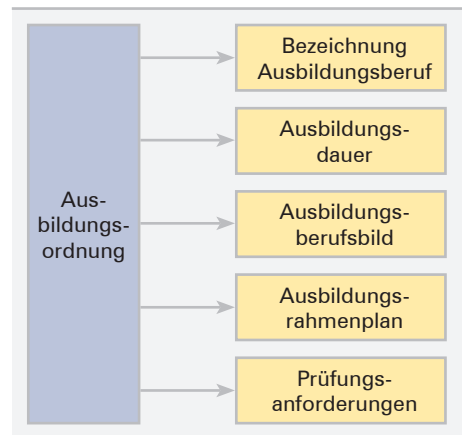
(1) Berufsbildungsgesetz

Das Berufsbildungsgesetz [BBiG] regelt die **Berufsausbildung**, die **berufliche Fortbildung** und die **berufliche Umschulung**. Die Ausbildung in den verschiedenen Ausbildungsberufen ist durch die jeweilige Ausbildungsordnung [§ 4 BBiG] geregelt.

(2) Ausbildungsordnung

Die Ausbildungsordnung ist die Grundlage für eine geordnete und einheitliche Berufsausbildung in anerkannten Ausbildungsberufen. Sie hat **mindestens festzulegen** [§ 5 I BBiG]:

- die Bezeichnung des **Ausbildungsberufs** (z. B. Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement);
- die **Ausbildungsdauer**, sie soll nicht mehr als drei und nicht weniger als zwei Jahre betragen;
- das **Ausbildungsberufsbild**, es enthält die Fertigkeiten und Kenntnisse, die Gegenstand der Berufsausbildung sind;
- den **Ausbildungsrahmenplan**, es handelt sich hierbei um eine Anleitung zur sachlichen und zeitlichen Gliederung der Fertigkeiten und Kenntnisse und
- die **Prüfungsanforderungen**.



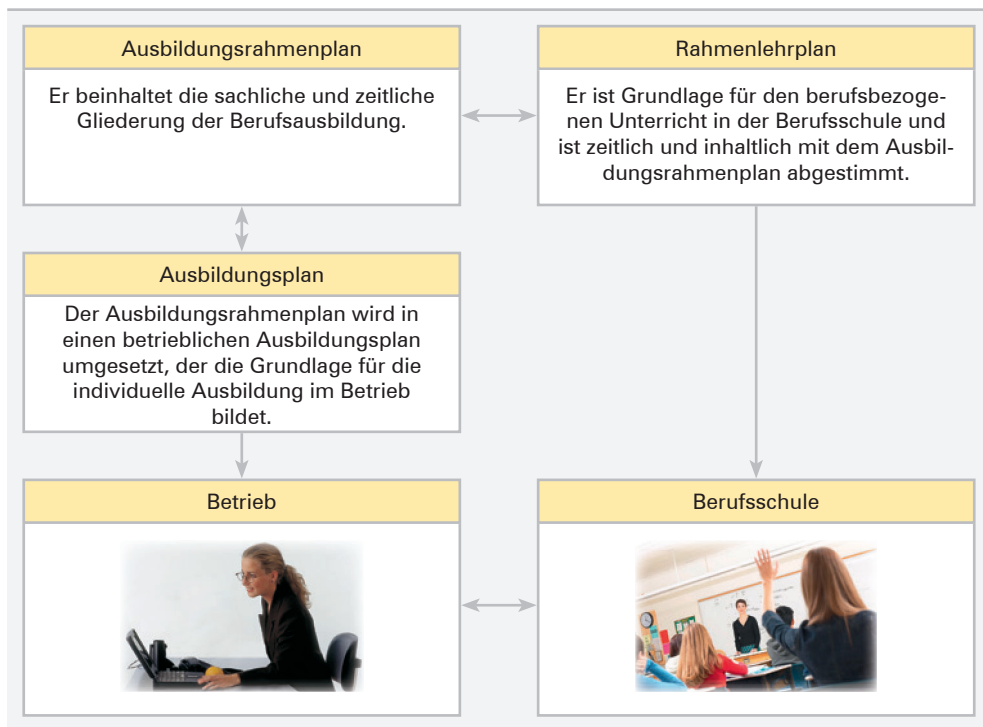
Für einen anerkannten Ausbildungsberuf darf nur nach der Ausbildungsordnung ausgebildet werden [§ 4 II BBiG]. Jugendliche unter 18 Jahren dürfen nur in anerkannten Ausbildungsberufen ausgebildet werden.

(3) Ausbildungsplan

Der Ausbildungsplan regelt die sachliche und zeitliche **Berufsausbildung im Betrieb**. Er wird vom **Ausbildungsbetrieb eigenständig erstellt**. Er muss abgestimmt sein mit dem Ausbildungsberufsbild, dem Ausbildungsrahmenplan sowie den Prüfungsanforderungen.

Der Ausbildungsplan enthält alle Ziele, die der Auszubildende während seiner Ausbildung vermittelt bekommt, ist **Teil des Ausbildungsvertrags** und wird dem Auszubildenden vor Beginn des Ausbildungsverhältnisses ausgehändigt [§ 11, Nr. 1 BBiG].

(4) Beziehungen zwischen Ausbildungsrahmenplan, Ausbildungsplan und dem Rahmenlehrplan (Duales¹ Ausbildungssystem)



1.1.3 Berufsausbildungsvertrag

(1) Begriff kaufmännischer Auszubildender



Kaufmännischer Auszubildender ist, wer in einem Betrieb zum Erlernen kaufmännischer Tätigkeiten angestellt ist.



(2) Inhalt des Berufsausbildungsvertrags

Vor Beginn der Berufsausbildung ist zwischen dem Ausbildenden und dem Auszubildenden ein **Berufsausbildungsvertrag** zu schließen [§ 10 I BBiG].

¹ **Dual:** zweiseitig, zweigleisig.

Notwendige Inhalte eines Berufsausbildungsvertrags [§ 11 | BBiG]

- sachliche und zeitliche Gliederung sowie Ziel der Berufsausbildung,
- Berufstätigkeit, für die ausgebildet werden soll,
- Beginn und Dauer der Berufsausbildung,
- Ausbildungsmaßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte (überbetriebliche Ausbildung),
- Dauer der regelmäßigen täglichen Arbeitszeit,
- Dauer der Probezeit,
- Zahlung und Höhe der Ausbildungsvergütung,
- Dauer des Urlaubs,
- Voraussetzungen, unter denen der Berufsausbildungsvertrag gekündigt werden kann,
- Hinweis auf anwendbare Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen,
- Form des Ausbildungsnachweises (schriftlich oder elektronisch).

Berufsausbildungsvertrag
(§§ 10, 11 Berufsausbildungsgesetz – BBiG)

Zwischen dem/der Auszubildenden (Auszubildende(r))
Öffentlicher Dienst

und dem/der Auszubildenden männlich weiblich
Berufsausbildung im Rahmen eines dualen Studiums

KXNR | IHK-Firmenident.-Nr. | Tel.-Nr. | Name | Vorname
Anschrift des/der Auszubildenden (Ausbildungsbetrieb) | Straße, Haus-Nr. | PLZ | Ort
Geburtsdatum | Staatsangehörigkeit
E-Mail-Adresse (Angabe freiwillig) | Mobil-/Fax.-Nr. (Angabe freiwillig)
Gesetzlicher Vertreter* | Namen, Vornamen der gesetzlichen Vertreter
Straße, Haus-Nr. | PLZ | Ort

Die Ausbildung erfolgt nach der Ausbildungsordnung
 Es wird eine Verkürzung der Ausbildungszeit um Monate beantragt
Verkürzungsgrund:
Das Berufsausbildungsverhältnis beginnt am und endet am
B Die Probezeit (nr. 1) beträgt Monate
C Die Ausbildung findet statt in (Name/Anschrift der Ausbildungsstätte(n))
und den mit dem Betriebsrat für die Ausbildung üblicherweise zusammenhängenden (Bau-, Montage- und sonstigen Arbeitsstellen)
D Die Ausbildung ist in den folgenden Ausbildungsstellen vorgesehen (hierzu zählen auch Auslandsaufenthalte) (nr. 3):
E Der/Die Auszubildende zahlt dem/der Auszubildenden eine angemessene Vergütung (nr. 1); diese beträgt zurzeit monatlich brutto €
im ersten zweiten dritten vierten Ausbildungsjahr
F Die regelmäßige Ausbildungszeit in Stunden beträgt Stunden und wöchentlich Stunden
Teilzeitausbildung wird beantragt (nr. 4): ja nein

Die beigefügten Angaben zur sachlichen und zeitlichen Gliederung des Ausbildungsablaufs (Ausbildungsplan) sowie die umseitigen Regelungen sind Bestandteil dieses Vertrages.

G Es besteht ein Urlaubsanspruch
im Kalenderjahr Werktage
Zusatzangaben
H Der Ausbildungsnachweis wird wie folgt geführt:
schriftlich elektronisch
I Hinweise zur Anerkennung von Teilverträgen und Betriebsvereinbarungen; sonstige Vereinbarungen (nr. 11):
J Die umseitigen Bestimmungen sind Gegenstand dieses Vertrages und werden anerkannt.
Ort, Datum:
Der/Die Auszubildende:
Stempel und Unterschrift
Der/Die Auszubildende:
Vor- und Familienname
Der/Die gesetzlichen Vertreter in des/der Auszubildenden:

Vater und Mutter/Vormund

2. Blatt = Ausfertigung für den Ausbildungsbetrieb, Seite 1 von 2

In einer Anlage zum Berufsausbildungsvertrag Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement muss der Auszubildende für die Prüfung **zwei** von zehn **Wahlqualifikationen** angeben [§ 4 BüroMKfAusv]¹. Der Ausbildungsbetrieb ist dann verantwortlich für die Vermittlung der Wahlqualifikation in einem Zeitraum von jeweils fünf Monaten.

Die Angabe der Wahlqualifikationseinheiten ist **Voraussetzung** für die **Eintragung des Berufsausbildungsvertrags** im Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse.

Eine eventuelle Änderung einer Wahlqualifikation stellt eine Vertragsänderung dar und ist bei der Industrie- und Handelskammer bzw. der Handwerkskammer schriftlich einzureichen. Eine Änderung ist spätestens ein Jahr vor Beendigung der Ausbildung möglich.

(3) Abschluss des Berufsausbildungsvertrags

Der Ausbildungsvertrag kommt durch **zwei übereinstimmende Willenserklärungen** zustande. Ist der Auszubildende noch nicht volljährig und damit nicht voll geschäftsfähig, bedarf der Vertrag der Zustimmung des gesetzlichen Vertreters (in der Regel der Eltern).

¹ Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann und zur Kauffrau für Büromanagement (Büromanagementkaufleute-Ausbildungsverordnung).

Büroprozesse gestalten und Arbeitsvorgänge organisieren



1 Arbeitsraum und Arbeitsplatz gestalten

LS 1

1.1 Rechtliche Rahmenbedingungen erkunden

Mit Ihrer Ausbildung zum Kaufmann/zur Kauffrau für Büromanagement betreten Sie ein neues, spannendes Lebensumfeld – bestehend aus Arbeits- und Aufenthaltsräumen, Kantinen, Kaffeeküchen und Sanitärräumen. Hier findet soziales Leben und Arbeiten statt. Dieser neuen Umgebung vertrauen Sie aber auch Ihr persönliches Wohlergehen, Ihre Gesundheit an. Damit diese geschützt wird, gibt es eine Reihe von Arbeitsschutzgesetzen, Verordnungen und Vorschriften.¹

(1) Aushangpflichtige Arbeitsschutzbestimmungen

Einige dieser Gesetze und Vorschriften sind so wichtig, dass sie aushangpflichtig sind. Sie finden sie daher an allgemein zugänglichen Stellen des Betriebs, z. B. am „Schwarzen Brett“. Damit können sich alle Mitarbeiter jederzeit darüber informieren.



Zu den wichtigsten aushangpflichtigen Gesetzen und Vorschriften gehören z. B.

- Jugendarbeitsschutzgesetz [JArbSchG]
- Arbeitsschutzgesetz [ArbSchG]
- Arbeitsstättenverordnung [ArbStättV]
- Mutterschutzgesetz [MuSchG]
- Arbeitszeitgesetz [ArbZG]
- Unfallverhütungsvorschriften

Exemplarisch wird die Arbeitsstättenverordnung im Überblick dargestellt.²

(2) Arbeitsstättenverordnung [ArbStättV]

Ein **Büroarbeitsplatz** stellt an die Gesundheit der Mitarbeiter hohe Anforderungen, besonders bei der Bildschirmarbeit.



Die **Verordnung über Arbeitsstätten** (Arbeitsstättenverordnung [ArbStättV]) legt gesetzliche Regeln zum Schutz der Beschäftigten fest. Sie dient dazu, die **Gesundheit** zu **schützen** und **Arbeitsunfälle** zu **vermeiden**.

Die Arbeitsstättenverordnung ist wichtig für die Gestaltung des gesamten Arbeitsumfeldes – sowohl für den **Arbeitsraum** als auch für den **Arbeitsplatz** und alle damit zusammenhängenden Räumlichkeiten.

¹ Einen Mindeststandard für die nationalen Arbeitsschutzgesetze geben eine **europäische Rahmenrichtlinie** (EG Rahmenrichtlinie 89/391/EWG) sowie dazugehörige **Einzelrichtlinien** vor. Diese europäischen Richtlinien wurden in nationales Recht umgesetzt.

² Speziellere Vorschriften dieser Verordnung finden Sie in den nachfolgenden Kapiteln.

Die **Verordnung über Arbeitsstätten (Arbeitsstättenverordnung [ArbStättV])** regelt im Anhang unter **§ 6 Maßnahmen zur Gestaltung von Bildschirmarbeitsplätzen**. Diese Vorschriften sollen sicherstellen, dass der an einem Bildschirmarbeitsplatz Arbeitende sowohl körperlich als auch psychisch keinen Überlastungen ausgesetzt wird.



In der Verordnung werden **Mindestanforderungen** festgelegt, und zwar an

- das Bildschirmgerät selbst,
- die Software,
- den Arbeitsplatz,
- die Arbeitsumgebung und
- die Arbeitsorganisation.



KOMPETENZTRAINING

- 13**
1. 1.1 Erkunden Sie Ihr Arbeitsumfeld und stellen Sie fest, an welchen Stellen in Ihrem Ausbildungsunternehmen gesetzliche Vorschriften zum Arbeitsschutz ausgehängt sind!
 - 1.2 Notieren Sie, um welche Vorschriften es sich handelt!
 - 1.3 Berichten Sie darüber in der Klasse!
 2. Recherchieren Sie im Internet den Gesetzestext der Arbeitsstättenverordnung! Finden Sie heraus,
 - 2.1 welcher Paragraph die hygienischen Voraussetzungen in der Arbeitsstätte regelt!
 - 2.2 welche Regelungen es in dieser Verordnung für den Nichtraucherschutz gibt!
 - 2.3 Geben Sie die recherchierten Inhalte mit eigenen Worten wieder!
 3. Recherchieren Sie im Internet nach der Verordnung über Arbeitsstätten (Arbeitsstättenverordnung [ArbStättV]). Lesen Sie im Anhang dieser Verordnung § 6 Maßnahmen zur Gestaltung von Bildschirmarbeitsplätzen und fassen Sie zusammen, welche allgemeinen Anforderungen unter § 6.1 an Bildschirmarbeitsplätze gestellt werden!

1.2 Arbeitsraum

1.2.1 Ergonomische und ökologische Anforderungen


Humane Arbeitsbedingungen sind eine Voraussetzung für effektives (wirkungsvolles) Arbeiten, weil Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft des Menschen nur unter gesundheitsförderlichen Arbeitsbedingungen aufrechtzuerhalten sind. Bei der Planung und Einrichtung eines Arbeitsraums sind daher die ergonomischen und ökologischen Bedürfnisse des Menschen in besonderem Maße zu berücksichtigen.



Unter dem Begriff **Ergonomie** (Wissenschaft vom Menschen in seiner Arbeitsumwelt) werden alle Überlegungen zusammengefasst, die die Anpassung der Arbeitsmittel, der Arbeitsumwelt und der Arbeit selbst an die menschlichen Bedürfnisse zum Ziel haben. Das betrifft z. B. die Bereiche Büroeinrichtung, Arbeitsmittel, Akustik, Beleuchtung und Klimatisierung.

Mit der Ergonomie sind **ökologische Zielsetzungen** untrennbar verbunden, denn eine gesunde Umwelt ist die Grundlage für einen gesunden Arbeitsplatz.

Zur Erhaltung eines gesunden Arbeitsplatzes können Sie beitragen. Nachfolgend einige Tipps zu ökologisch verantwortungsbewusstem Handeln:

- **Auf möglichst geringen Papierverbrauch achten.** Für Konzeptausdrucke genügt unter Umständen der Druck auf der Vorder- und Rückseite. Des Weiteren lässt sich auch für Entwurfstexte vor dem Drucken die Druckereigenschaft auf 300 dpi reduzieren. Damit verringert sich der Tonerverbrauch.
- **Verwenden von Recycling-Papier.** In der Regel genügt diese Papierqualität für die interne Verwendung. Chlorgebleichtes Papier belastet bereits bei der Herstellung die Umwelt. 
- **Bei der Beschaffung von Einrichtungsgegenständen und Geräten umweltfreundliche Produkte bevorzugen** (siehe Kapitel 1.3.2.3).
- **Müll trennen.**
- **Geräte und Beleuchtung erst bei Gebrauch einschalten.** Auch der Standby-Modus benötigt Strom. Bei längerer Arbeitsunterbrechung den PC herunterfahren.
- **Bildschirmschoner deaktivieren und stattdessen die Energieverwaltung aktivieren**, d. h., der Monitor schaltet sich nach einer bestimmten Zeit der Nichtverwendung aus.

Die Erfahrung zeigt für die **Abfalltrennung im Büro**:

Altpapier	Zu jedem Schreibtisch gehört ein blauer Papiersammel-Behälter für Pappe, Papierverpackungen und alle grafischen Papiere, die nicht dem Datenschutz unterliegen.
Restmüll	Ein kleiner schwarzer Restmüllsammel ausschließlich für nicht mehr verwertbare Abfälle wie z. B. Klebeband, Kaugummi und Heftklammern.
Biomüll	Die Biomülltonne für organische Abfälle wie Teebeutel, Kaffeefilter, Essensreste, Pflanzen sowie Küchen- und Papiertücher sollte in die Tee-/Kaffeeküche oder an zentrale Sammelstellen auf den Fluren.
Kunststoffverpackungen	Der gelbe Sack für Verpackungen mit grünem Punkt gehört in die Tee-/Kaffeeküche oder an zentrale Sammelstellen auf den Fluren, am besten in Mehrkammer-Sammelsystemen. Verpackungen mit dem grünen Punkt aus Kunststoffen sowie Verbundstoffen und Aluminium gehören immer in den gelben Sack.
Für Glas, Metall, Tonerkartuschen und Problemabfälle (Leuchtstoffröhren oder Batterien)	In Großbetrieben hat sich die Einrichtung einer zentralen Sammel- und Reparaturstelle bewährt. Hier können eingesammelte Materialien instandgesetzt oder neu befüllt werden.

KOMPETENZTRAINING

- 14**
1. Erläutern Sie Beispiele, durch die eine körperliche Belastung an einem Büroarbeitsplatz entstehen kann!
 2. Schildern Sie eine Situation, in der es zu einer psychischen Belastung am Arbeitsplatz kommen kann!

1.2.2 Raumklima

(1) Einflussfaktoren auf das Raumklima

Das Raumklima ist abhängig von

- Lufttemperatur,
- Luftfeuchtigkeit,
- Luftbewegung,
- Wärmestrahlung.

Diese Faktoren tragen dazu bei, ob sich Menschen an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen. Die Vorstellungen von einem guten Raumklima sind aber unterschiedlich. Manche Kollegen oder Kolleginnen sind z. B. kälteempfindlicher als andere.

(2) Raumtemperatur

Während der Arbeitszeit muss unter Berücksichtigung der Arbeitsverfahren, der körperlichen Beanspruchung der Beschäftigten und des spezifischen Nutzungszweckes des Raumes **eine gesundheitlich zuträgliche Raumtemperatur** bestehen [Anhang zu § 3 I ArbStättV].



Die Art der Arbeit spielt somit eine große Rolle. Ein Mitarbeiter, der seine Arbeit im Sitzen erledigen kann, hat einen anderen Anspruch an die Raumtemperatur als jemand, dessen Arbeit mit viel körperlicher Bewegung und Anstrengung verbunden ist.

Bei der **Beschaffung von technischen Arbeitsmitteln**, wie z. B. Computern, Druckern, Kopierern, ist darauf zu achten, dass diese Geräte eine geringe Wärmeabstrahlung aufweisen, energiesparend und emissionsfrei sind. Zudem ist für eine ausreichende **Luftfeuchtigkeit** zu sorgen.

Die **Raumtemperatur** in einem Büroraum sollte mindestens 20 °C betragen, empfohlen werden 22 °C. Bei höheren Temperaturen, wie es z. B. unter Sonneneinstrahlung vorkommen kann, sollen ab 26 °C zusätzliche Maßnahmen ergriffen werden, ab 30 °C sind diese Maßnahmen Pflicht.

Welche Maßnahmen können bei sehr hohen Außentemperaturen ergriffen werden?

- Sonnenschutzvorrichtungen nutzen
- in Zeiten geringerer Sonneneinstrahlung verstärkt für Frischluftzufuhr sorgen
- Erfrischungsgetränke bereitstellen (Flüssigkeitsaufnahme ist für die Mitarbeiter wichtig)
- evtl. Arbeitszeiten verschieben
- ggf. mobile Ventilatoren oder Kühlaggregate einsetzen (Energieaufwand und Nutzen abwägen)



1 Sich einen Überblick über den Geschäftsprozess der Auftragsbearbeitung verschaffen

Beim Konzept der Geschäftsprozesse ist das Unternehmen bestrebt, die anfallenden Aufgaben in **zusammenhängende Folgen von Tätigkeiten (Geschäftsprozesse)** einzubinden (z. B. Auftragsabwicklung, Personaleinstellung, Mahnwesen, Zahlungsabwicklung), um einen zuvor festgelegten Auftrag zu erfüllen.¹ Der **Geschäftsprozess Auftragsbearbeitung** ist **Teil des Absatzprozesses**. Er umfasst die auf S. 224 dargestellten Teilprozesse

2 Rechtliche Rahmenbedingungen erkunden

Hinweis:

Ziel der folgenden Kapitel ist es, Sie zu befähigen, einen Kundenauftrag rechtssicher bearbeiten zu können. Rechtssicherheit soll so verstanden werden, dass Sie sich über die Rechtsfolgen eines bestimmten Verhaltens (innerhalb der Auftragsbearbeitung) bewusst sind. Daher ist es von Bedeutung, eine klare Vorstellung zu haben von den fundamentalen Rechtsbegriffen in diesem Handlungsumfeld.

2.1 Rechts- und Geschäftsfähigkeit

2.1.1 Rechtsfähigkeit

(1) Begriff Rechtsfähigkeit

Rechtsfähigkeit ist die Fähigkeit von Personen, Träger von Rechten und Pflichten sein zu können.



Rechtsfähig sind natürliche Personen (Menschen) und juristische Personen. Man nennt die **Personen auch Rechtssubjekte**.²

(2) Natürliche Personen

Natürliche Personen sind **alle Menschen**. Der Gesetzgeber verleiht ihnen **Rechtsfähigkeit**.

Die **Rechtsfähigkeit des Menschen** (der **natürlichen Personen**) **beginnt** mit der Vollendung der Geburt [§ 1 BGB] und **endet** mit dem Tod. **Jeder Mensch** ist rechtsfähig.

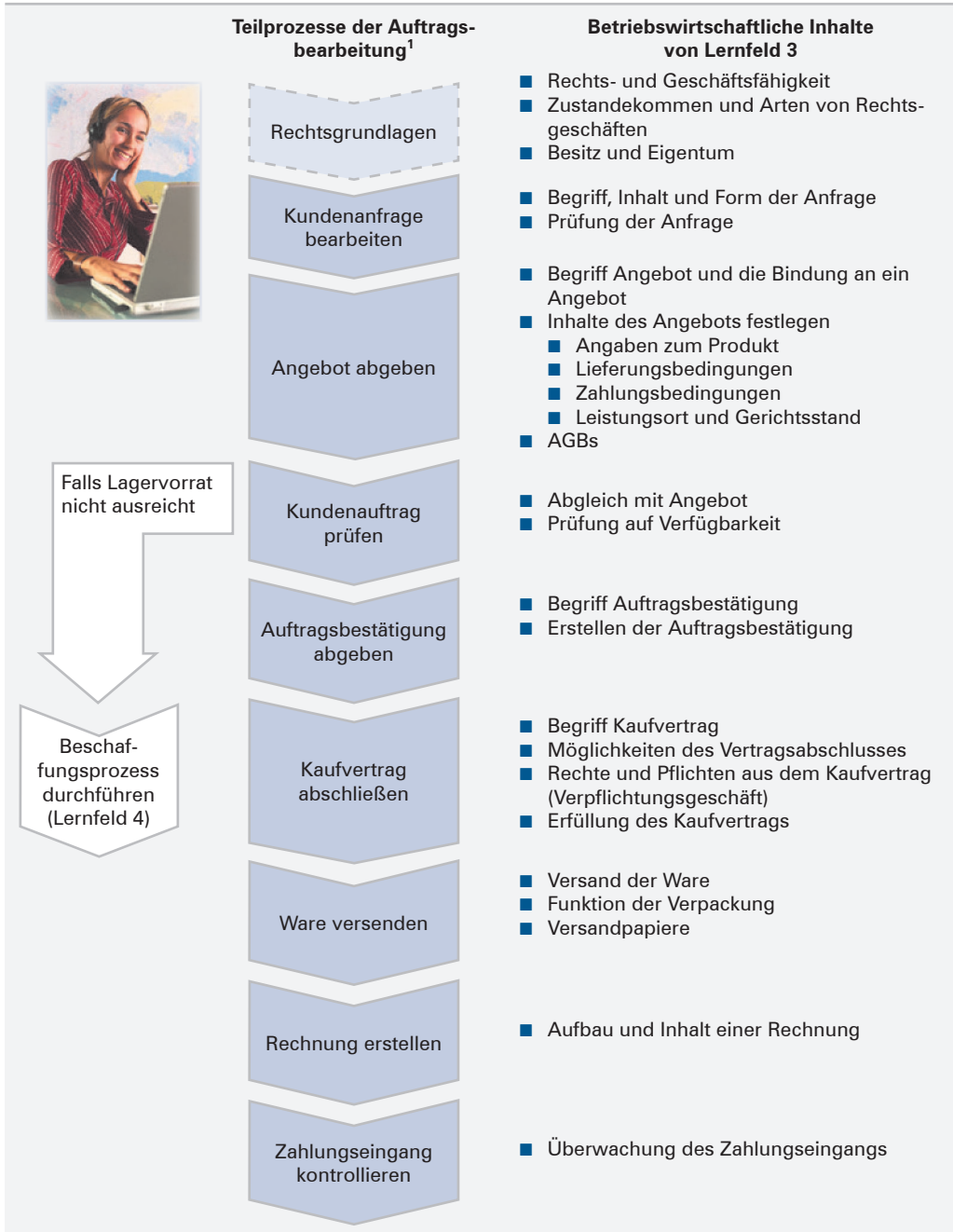
Beispiel:

- Das Recht des Erben, ein Erbe antreten zu dürfen.
- Das Recht des Käufers, Eigentum zu erwerben.
- Die Pflicht, Steuern zahlen zu müssen. (Das Baby, das ein Grundstück erbt, ist Steuerschuldner, z. B. in Bezug auf die Grundsteuer.)



¹ Das Konzept der Geschäftsprozesse wurde im Lernfeld 1, S. 54f. bereits dargestellt. Ausführliche Darstellung siehe Lernfeld 11.

² Die „Gegenstände“ des Rechtsverkehrs (z. B. Abschluss und Erfüllung von Verträgen) bezeichnet man als **Rechtsobjekte**. Hierzu gehören die **Sachen** als körperliche Gegenstände [§ 90 BGB] und die **Rechte** (z. B. Miet- und Pachtrechte, Patent- und Lizenzrechte).



¹ Handelt es sich um einen Industriebetrieb, muss die Kette der Teilprozesse um die „Leistungserstellung“ erweitert werden.

(3) Juristische Personen¹

Juristische Personen sind „künstliche“ Personen, denen der Staat die Eigenschaft von Personen kraft Gesetzes verliehen hat. Sie sind damit rechtsfähig, d.h. Träger von Rechten und Pflichten.

Beispiele:

- Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
- eingetragene Vereine
- Industrie- und Handelskammern
- öffentliche Rundfunkanstalten
- Stiftungen

2.1.2 Geschäftsfähigkeit

(1) Begriff Geschäftsfähigkeit

Geschäftsfähigkeit ist die Fähigkeit von Personen, Willenserklärungen rechtswirksam abgeben, entgegennehmen (empfangen) und widerrufen zu können.



(2) Gesetzliche Regelungen zur Geschäftsfähigkeit

■ Geschäftsunfähigkeit

Kinder vor Vollendung des siebten Lebensjahres sind **geschäftsunfähig** [§ 104, Nr. 1 BGB]. Den Kindern sind Menschen, die sich in einem dauernden Zustand krankhafter Störung der Geistestätigkeit befinden, gleichgestellt [§ 104, Nr. 2 BGB].



Rechtsfolge:

Geschäftsunfähige können **keine rechtswirksamen Willenserklärungen** abgeben. Verträge mit Kindern und Geschäftsunfähigen sind **immer nichtig**, d.h. von vornherein ungültig [§ 105 BGB].



Da Geschäftsunfähige keine Rechtsgeschäfte abschließen können, brauchen sie einen **Vertreter**, der für sie handeln kann. Bei Kindern sind dies in der Regel kraft Gesetzes die Eltern. Man bezeichnet die Eltern daher auch als „**gesetzliche Vertreter**“.

■ Beschränkte Geschäftsfähigkeit

Minderjährige, die zwar das siebte, aber noch nicht das achtzehnte Lebensjahr vollendet haben, sind **beschränkt geschäftsfähig** [§ 106 BGB].

Rechtsgeschäfte mit einem beschränkt Geschäftsfähigen bedürfen der **Zustimmung des gesetzlichen Vertreters**.

- Diese Zustimmung kann **im Voraus** erteilt werden. Sie heißt **Einwilligung** [§§ 107; 183, S. 1 BGB].
- Sie kann aber auch **nachträglich** gegeben werden. Diese heißt **Genehmigung** [§§ 108, 184 I BGB].



¹ **Juristisch:** rechtlich.

Rechtsfolge:

Solange die Genehmigung des gesetzlichen Vertreters fehlt, ist ein durch den beschränkt Geschäftsfähigen abgeschlossenes **Rechtsgeschäft schwebend unwirksam**. Dies bedeutet, dass z.B. ein genehmigungsfähiger Vertrag (vorläufig noch) nicht gültig ist. Wird die **Genehmigung verweigert**, ist der **Vertrag von Anfang an ungültig**. Wird sie erteilt, ist der Vertrag **von Anfang an wirksam** [§§ 108 I, 184 I BGB].



Keiner Zustimmung bedürfen folgende Rechtsgeschäfte:

Geschäfte, die lediglich einen **rechtlichen Vorteil bringen** [§ 107 BGB].

Geschäfte, die der beschränkt Geschäftsfähige mit **eigenen Mitteln** begleicht (**Taschengeldparagraf**) [§ 110 BGB]. Diese Regelung gilt **nicht** für Ratenkäufe und Handyverträge, da über zukünftiges Taschengeld nicht verfügt werden darf.¹

Geschäfte, die ein **Arbeitsverhältnis** betreffen, dem der gesetzliche Vertreter zugestimmt hat [§ 113 I, S. 1. BGB]. Ein **Ausbildungsverhältnis** ist **kein** Arbeitsverhältnis.

Rechtsgeschäfte, die der **Betrieb eines selbstständigen Erwerbsgeschäfts** (z.B. Handelsgeschäfts) mit sich bringt. Voraussetzung ist, dass der gesetzliche Vertreter den beschränkt geschäftsfähigen Minderjährigen mit der erforderlichen Genehmigung des Familiengerichts zum selbstständigen Betrieb eines Erwerbsgeschäfts ermächtigt hat [§ 112 I, S. 1 BGB].



■ Unbeschränkte Geschäftsfähigkeit

Personen, die das achtzehnte Lebensjahr vollendet haben, sind **unbeschränkt geschäftsfähig** [§ 2 BGB]. Ausnahmen bestehen nur für Menschen, die sich in einem dauernden Zustand krankhafter Störung der Geistestätigkeit befinden.

**Rechtsfolge:**

Die unbeschränkte Geschäftsfähigkeit bedeutet, dass von dem Erklärenden (der natürlichen Person) **jedes Rechtsgeschäft**, soweit dies **gesetzlich erlaubt** ist, **rechtsgültig abgeschlossen** werden kann. Eine Zustimmung gesetzlicher Vertreter und/oder die Genehmigung eines Familiengerichts ist nicht (mehr) erforderlich.



¹ Die über einen längeren Zeitraum angesammelten **Ersparnisse** gelten im Sinne des Gesetzes nicht als Taschengeld.

Sachgüter und Dienstleistungen beschaffen und Verträge schließen



1 Sich einen Überblick über den Beschaffungsprozess verschaffen

LS 1

1.1 Wirtschaftliche Bedeutung der Beschaffung



Die **Beschaffung** umfasst die Bereitstellung von Materialien, Dienstleistungen, Betriebsmitteln, Rechten sowie Informationen über den Beschaffungsmarkt für den Leistungsprozess eines Unternehmens.



„Das Geld wird im Einkauf verdient.“ Dies ist ein gängiger Spruch von Kaufleuten. Es lässt sich durch das nachfolgende Beispiel leicht nachweisen, dass günstigere Bedingungen im Einkauf zur Verbesserung des Gewinns führen. Hierzu müssen weder die Verkaufspreise erhöht noch die Anzahl der Kunden durch teure Marketingmaßnahmen erweitert werden.

Beispiel:

	Vorher (in EUR)	Nachher (in EUR)
Umsatzerlöse	110,00	110,00
– Bezugspreis	50,00	48,00
– Kosten im eigenen Unternehmen	50,00	50,00
= Gewinn	10,00	12,00
Gewinnzuschlag in %	$= \frac{10,00 \cdot 100}{100,00} = 10\%$	$= \frac{12,00 \cdot 100}{98,00} = 12,25\%$

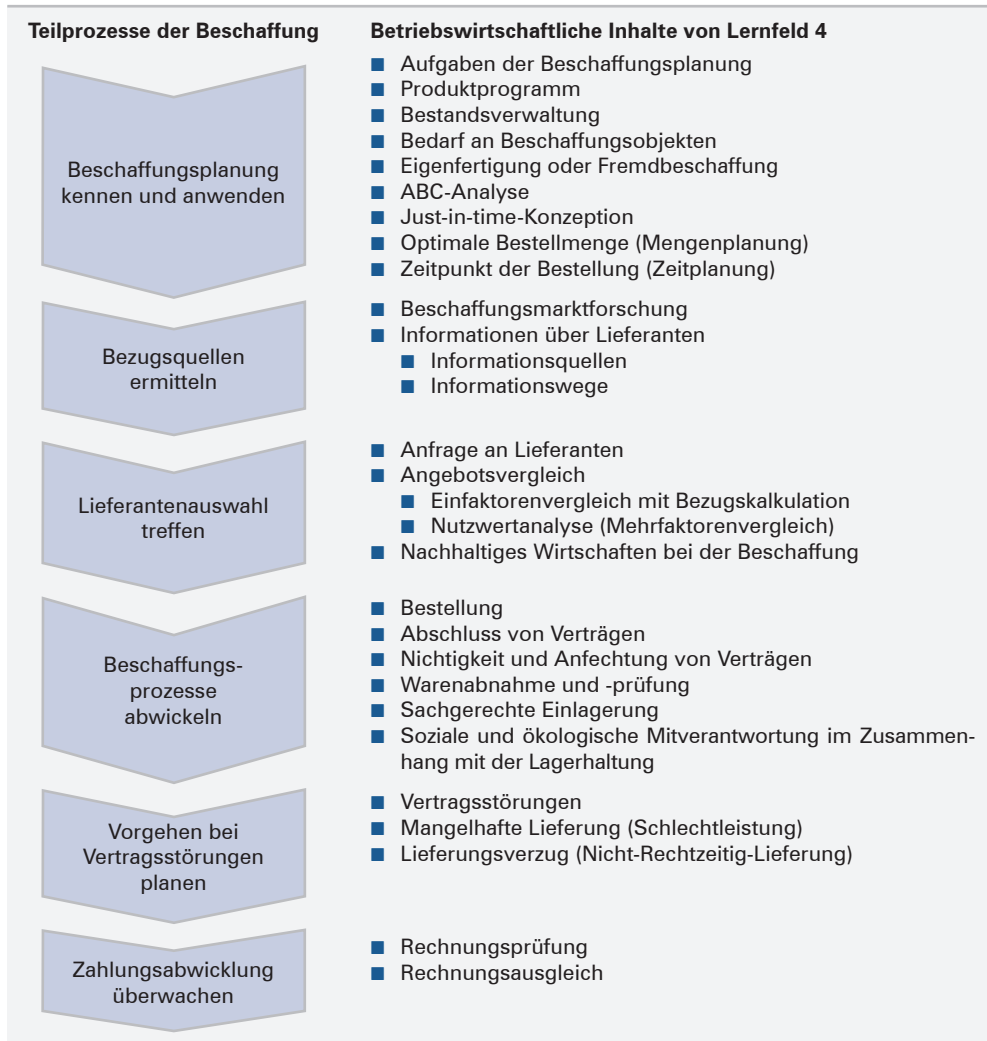
Erläuterungen:

Die Minderung des Bezugspreises um 2,00 EUR entspricht einer Preissenkung von 4%. Eine solche Preissenkung führt zu einer Erhöhung des Gewinnzuschlagssatzes von 10% auf 12,25%. Der Gewinn kann durch die gesunkenen Kosten um 2,00 EUR oder 22,5% gesteigert werden.¹

1.2 Abfolge des Beschaffungsprozesses

Löst man den Beschaffungsprozess in seine Teilprozesse auf, dann ergibt sich die Darstellung auf S. 291. Sie gibt einen Überblick über die logische Abfolge der Teilprozesse und knüpft eine Verbindung zu den betriebswirtschaftlichen Inhalten des Lernfeldes 4.

1	Nachher:	Gewinn bei 100,00 EUR Kosten	12,25 EUR	
	Vorher:	Gewinn bei 100,00 EUR Kosten	10,00 EUR	
		Gewinnerhöhung	2,25 EUR	
	Alter Gewinn	10,00 EUR $\hat{=}$ 100%	$x = \frac{2,25 \cdot 100}{10} = 22,5\%$	
	Gewinnerhöhung	2,25 EUR $\hat{=}$ x%		



2 Beschaffungsplanung kennen und anwenden

2.1 Sich über Aufgaben der Beschaffungsplanung und Verwaltung von Beständen informieren

2.1.1 Aufgaben der Beschaffungsplanung

Die **Beschaffungsplanung** legt für einen bestimmten Zeitraum fest, welche **Güter** in welcher **Menge** zu welcher **Zeit** bei welchem **Lieferer** beschafft werden.



Die Beschaffungsplanung hat in erster Linie folgende **Fragen** zu klären:

- Welche **Güter** (Beschaffungsobjekte) sollen gekauft werden?
- Für welche Güter lohnt sich ein intensiver **Planungsaufwand**?
- Welche **Menge** wird benötigt?
- Zu welchem **Zeitpunkt** werden die Güter benötigt?



2.1.2 Programm planen

(1) Begriffe Produkt- bzw. Sortimentsprogramm

Zu den bedeutsamen Festlegungen eines Industriebetriebs gehört die Entscheidung über die Zusammensetzung des Produktprogramms. Gleiches gilt für den Handelsbetrieb. Man spricht hier von Sortimentsprogramm.



Im **Produkt- bzw. Sortimentsprogramm** sind Art und Menge der Produkte bzw. Waren festgelegt, die ein Industrie- bzw. Handelsunternehmen anbietet.

Dabei gilt eine einfache Regel: „Beschafft werden nur die Güter, die anschließend auch verkauft werden können.“ Mit anderen Worten: Die **Auswahl der Beschaffungsobjekte** muss von seinem Ende – dem Absatzmarkt – her gedacht werden.

(2) Arten des Produkt- bzw. Sortimentsprogramms

Betrachtet man das Produkt- bzw. Sortimentsprogramm unter den Gesichtspunkten Breite und Tiefe, dann kann einerseits zwischen einem **breiten** und einem **schmalen Produkt- bzw. Sortimentsprogramm** und andererseits zwischen einem **tiefen** und einem **flachen Produkt- bzw. Sortimentsprogramm** unterschieden werden.

■ Gliederung eines Programms unter dem Gesichtspunkt der Breite am Beispiel Produktprogramm

Arten des Produktprogramms	Erläuterungen	Beispiele
Breites Produktprogramm	Es werden viele Produktarten in mehreren Varianten hergestellt.	Eine Möbelfabrik stellt Küchen-, Arbeits-, Wohn- und Schlafzimmernöbel her. Innerhalb der Küchenmöbel gibt es eine klassische und eine Landhausreihe. Die Fronten gibt es in verschiedenen Kunststoffdekors, in verschiedenen Holzarten sowie in vielen Farben. Entsprechend gibt es auch Varianten der Arbeits-, Wohn- und Schlafzimmernöbel.
Schmales Produktprogramm	Es wird nur ein Produkt oder nur wenige Produktarten hergestellt. Die Verringerung der Produktbreite bezeichnet man auch als Spezialisierung.	Eine Möbelfabrik spezialisiert sich auf die Herstellung von Einbauküchen.

■ **Gliederung eines Programms unter dem Gesichtspunkt der Tiefe am Beispiel Sortimentsprogramm**

Tiefes Sortiment. Es kennzeichnet die Anzahl der Artikel, die der Handelsbetrieb **innerhalb einer Warengruppe** anbietet. Die Artikel unterscheiden sich dabei hinsichtlich ihrer Qualität, Preislage und Ausführungen. Ein Sortiment ist umso **tiefer**, je **mehr gleichartige Artikel** geführt werden. Aus Kundensicht verfügt solch ein Handelsbetrieb über eine „große Auswahl.“

Beispiel:

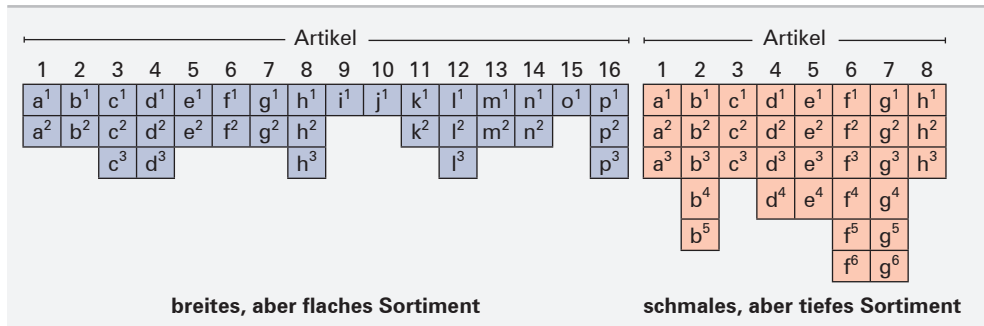
Ein Jeansladen führt alle großen Marken, alle Größen, viele Farben, eine Vielzahl von Preislagen ...



Flaches Sortiment. Es bietet nur **wenige Artikel** innerhalb einer Warengruppe an.

Beispiel:

Eine Boutique führt nur top-modische Kleider, T-Shirts und Hosen; häufig nur Einzelteile von bekannten Modeschöpfern; weniger Farben; nur hochpreisige Ware.



2.1.3 Bestände verwalten

Eine Verwaltung und Darstellung der Güterbestände in Papierform ist heute auch bei kleineren Betrieben nicht mehr üblich. Die vielfältigen Möglichkeiten, die mit einer elektronischen Verwaltung und Darstellung unter Führung eines entsprechenden Programms (IUS – Integrierte Unternehmenssoftware) geboten werden, bringen so viele wirtschaftliche Vorteile, dass ein Unternehmen darauf nicht verzichten kann.

Kunden akquirieren und binden

1 Einen Überblick gewinnen über den Geschäftsprozess „Kunden akquirieren und binden“

Der Geschäftsprozess „Kunden akquirieren¹ und binden“ ist Teil des **Absatzprozesses**. Er umfasst folgende Teilprozesse:



¹ **Akquirieren:** erwerben, anschaffen.

2 Marktsituation analysieren und beurteilen

2.1 Marketing: Den Kunden im Mittelpunkt der betrieblichen Aktivitäten wahrnehmen

Grundaufgabe eines jeden Unternehmens ist es, den Absatz seiner Ideen, Waren und Dienstleistungen so zu organisieren, dass es auf dem gewählten Markt erfolgreich ist.

(1) Entwicklung zur Marketingkonzeption

Durch die zunehmende Sättigung der Bedürfnisse, den technischen Fortschritt und die Liberalisierung der Märkte kommt es derzeit zu einem **Überhang des Leistungsangebots**. Dies führt dazu, dass weniger die Produktion und ihre Gestaltung, sondern der **Absatz der erzeugten Produkte** zur Hauptaufgabe der Unternehmen wird.

Diese Veränderungen bleiben nicht ohne nachhaltige Auswirkungen auf die Durchführung des Absatzes. Während früher vorrangig die Verteilung der Erzeugnisse das Problem war, kommt es nun darauf an, den **Absatzmarkt systematisch** zu **erschließen**. Dies erfordert für das Erreichen der Unternehmensziele zunehmend die Ausrichtung aller Unternehmensfunktionen auf die tatsächlichen und die zu erwartenden Kundenbedürfnisse. Für diese Führungskonzeption wird das aus dem Amerikanischen übernommene Wort **Marketing** verwendet.

(2) Begriff Marketing

Die Marketingkonzeption besagt, dass der Schlüssel zur Erreichung des gesetzten Unternehmensziels darin liegt, die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden zu ermitteln und diese dann wirksamer und wirtschaftlicher zufriedenzustellen als die Mitbewerber. Oberstes **Ziel des Marketings** ist die **Kundenzufriedenheit**.

Schlagworte zum Marketing

- Erfülle Kundenbedürfnisse auf profitable Art!
- Entdecke Kundenwünsche und erfülle sie!
- Wir richten es, wie Sie es wollen!
- Bei uns sind Sie der Boss!

Ein zufriedener Kunde

- kauft mehr und bleibt länger „treu“,
- kauft bevorzugt vom gleichen Unternehmen, wenn dieses neue oder verbesserte Produkte bringt,
- denkt und spricht gut über das Unternehmen und seine Produkte,
- beachtet Marken, Werbe- und Preisangebote der Mitbewerber weniger stark,
- bietet dem Unternehmen gern neue Ideen zu Produkt und Service an.



- **Marketing** ist eine Konzeption, bei der alle Aktivitäten eines Unternehmens konsequent auf die Erfüllung der Kundenbedürfnisse ausgerichtet sind.
- Ziel der Marketingkonzeption ist die **Kundenzufriedenheit**.

(3) Einbindung der Kundenorientierung in die Unternehmenskultur

Durch die Marketingkonzeption rückt der Kunde in den Mittelpunkt der betrieblichen Aktivitäten. Es geht dabei um mehr als um die Verwaltung der Kundendaten – es geht um die Wertschätzung des Kunden als Partner, um die Übererfüllung seiner Erwartungen und einen guten Service. Dies gelingt nur, wenn das Unternehmen zuvor detaillierte Kenntnisse über die Kunden und den Markt gewonnen hat. Verfügt das Unternehmen über die erforderlichen Informationen, dann kann es mit allen Mitteln und Möglichkeiten dafür sorgen, dass der Kunde mit der Leistung seinerseits gute Geschäfte macht.



Diese Denkweise wird z. B. sichtbar in der Unternehmenskultur der Henkel AG:¹

Beispiel (Auszug):

Unsere Unternehmenskultur, unser Unternehmenszweck, unsere Mission, Vision und unsere Werte bilden für alle Mitarbeiter weltweit einen klaren Handlungsrahmen.

Unternehmenszweck

Wir wollen Werte schaffen – für unsere Kunden und Konsumenten, unsere Teams und unsere Mitarbeiter, unsere Aktionäre sowie die Gesellschaft und das Umfeld, in dem wir tätig sind.

Werte

Unsere Werte leiten uns in unserem Handeln, bei Entscheidungen und in unserem Verhalten. Wir treffen täglich unzählige Entscheidungen in einem sehr volatilen² Umfeld. Als Unternehmen sind wir sehr vielfältig: Wir kommen aus zahlreichen Kulturen, haben unterschiedliche Erfahrungen gemacht, wir sind tätig in sehr verschiedenen Märkten und Branchen. Deshalb sind klare Werte, die von jedem bei Henkel geteilt, verstanden und gelebt werden, so wichtig für unseren zukünftigen Erfolg.

Kunden und Konsumenten

Wir stellen unsere Kunden und Konsumenten in den Mittelpunkt unseres Handelns.

Wir stellen uns stets auf die Erwartungen und Wünsche unserer Kunden und Konsumenten ein, um sie bestens zu erfüllen. Wir bieten ihnen höchsten Nutzen, Qualität und Service sowie

attraktive Innovationen, Marken und Technologien und schaffen somit nachhaltige Werte.

Unsere Kunden und Konsumenten stehen im Mittelpunkt unseres Handelns und genießen unsere höchste Wertschätzung. Dies ist entscheidend für unseren langfristigen Erfolg als Unternehmen. Um die besten Produkte und Innovationen sowie höchste Qualität und hervorragenden Service zu gewährleisten, müssen wir unsere Kunden und Konsumenten besser verstehen, als es unsere Wettbewerber tun.

Nachhaltigkeit

Wir wollen mit unserem Handeln nachhaltige Werte schaffen – gemeinsam mit unseren Mitarbeitern, Partnern und Anspruchsgruppen. Wir übernehmen Verantwortung für die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter, Kunden und Konsumenten sowie den Umweltschutz und die Lebensqualität in unserem Umfeld.

Henkel strebt eine Balance zwischen den Ansprüchen der Gesellschaft, der Verantwortung für die Umwelt und wirtschaftlichem Erfolg an. Unser ausdrückliches Bekenntnis zur Nachhaltigkeit war schon immer ein wichtiger Faktor unserer erfolgreichen Entwicklung. Wir verfolgen alle Aspekte nachhaltigen Handelns mit einem langfristigen und unternehmerischen Ansatz. Dabei wollen wir nicht nur bestehende Standards einhalten, sondern auch neue setzen.

- Wird der Kunde als Partner des Unternehmens gesehen, lässt sich das **Problem des Kunden besser ermitteln und lösen**.
- Gelingt es, dieses über den **spezifischen Nutzen der eigenen Produkte** besser zu lösen als die Wettbewerber, stellt sich für das Unternehmen der Erfolg ein.

1 Quelle: Auszug aus <http://www.henkel.de/unternehmen/unternehmenskultur> [30.10.2018].

2 Volatil: flüchtig, schwankend.





2.2 Eigene Marktsituation anhand der Marktforschungs- und Kundendaten analysieren

LS 1, 2, 3

2.2.1 Begriff Marktforschung und die Träger der Marktforschung

(1) Begriff Marktforschung

Unternehmen, die ohne grundlegende Kenntnisse der Märkte und ohne sinnvolle Abstimmung der Marketinginstrumente Produkte auf den Markt bringen, laufen Gefahr, auf ihren Produkten ganz oder teilweise „sitzen zu bleiben“.

Werden hingegen **vor** dem Verkauf der Produkte Marktinformationen (z.B. über Kundenwünsche, Kaufkraft der Kunden, Verhalten der Konkurrenten, die Lage auf den Absatzmärkten und allgemeine Marktdaten) beschafft, sind die Aussichten wesentlich besser, die Absatzpläne zu verwirklichen.



- **Marktforschung** ist die systematische Erforschung, Beschaffung und Aufbereitung von Marktinformationen.
- Marktforschung geschieht durch **Marktanalyse** und **Marktbeobachtung**.

■ Marktanalyse



- Die **Marktanalyse** untersucht die Marktgegebenheiten zu einem **bestimmten Zeitpunkt**.
- Sie macht Aussagen über vorhandene **Strukturen**.

Eine Marktanalyse wird z. B. vorgenommen, wenn **neue Produkte** oder **weiterentwickelte Produkte** auf den Markt gebracht werden sollen. **Untersuchungsgegenstände** sind z. B.:

- Anzahl der Personen, Unternehmen und Verwaltungen, die als Käufer infrage kommen,
- Einkommens- und Vermögensverhältnisse der mutmaßlichen Käufer,
- persönliche Meinung der (möglichen) Käufer zum angebotenen Produkt,
- Beschaffung von Daten über die Konkurrenzunternehmen, die den zu untersuchenden Markt bereits beliefern (z.B. deren Preise, Lieferungs- und Zahlungsbedingungen, Qualitäten der angebotenen Erzeugnisse, Werbung).

■ Marktbeobachtung



- Die **Marktbeobachtung** hat die Aufgabe, **Veränderungen** auf den Märkten **laufend** zu erfassen und auszuwerten.
- Beobachtet werden zum einem die vorhandenen bzw. neu zu gewinnenden **Kunden**, und zum anderen das Verhalten der Konkurrenzunternehmen.
- Sie trifft Aussagen über **Kundenwanderungen** und **Veränderungen bei Konkurrenten**.



1 Werteströme eines Unternehmens

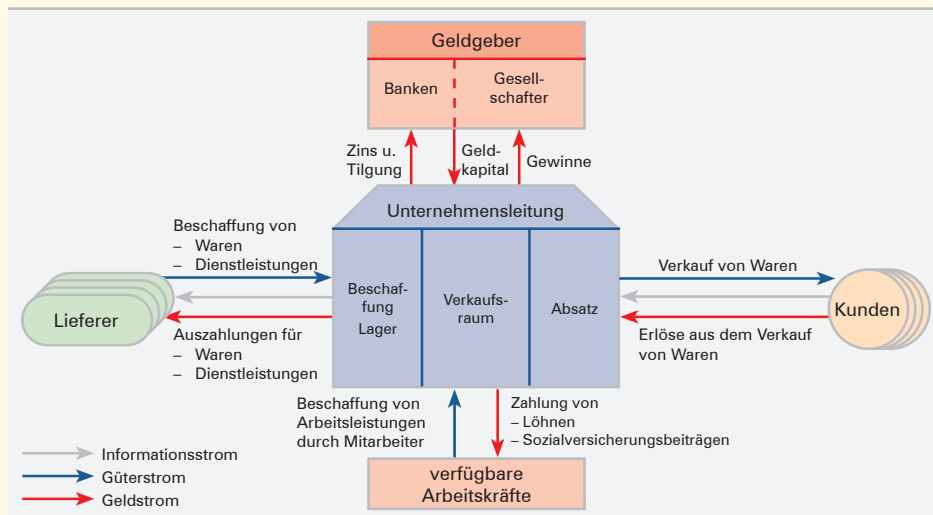
LS 1

1.1 Geld-, Güter-, Informationsstrom und der Begriff Geschäftsvorfälle

Durch den Verkauf der hergestellten Erzeugnisse, der Handelswaren oder der erbrachten Dienstleistungen erhält das Unternehmen einen Geldwert (Einzahlungen), den es dazu nutzt, alle anfallenden Auszahlungen sowie die Investitionsgüter zu finanzieren. Dem **Güterstrom** steht damit – in entgegengesetzter Richtung – ein **Geldstrom** gegenüber.

Um den Güter- und Geldstrom ständig aufrechtzuerhalten, muss das Unternehmen die geeigneten Lieferer auswählen, die möglichen Kunden und die Arbeitskräfte finden. Hierzu ist ein **Informationsstrom** erforderlich, der von den Kunden ausgeht und über das eigene Unternehmen bis zum Lieferer reicht.

Beispiel: Güter-, Geld- und Informationsstrom bei einem Großhandelsunternehmen:



Durch den Geld- und Güterstrom verändert sich ständig der **Wert des Vermögens** und der **Schulden**. Vorgänge, die Geld- und Güterströme hervorrufen, bezeichnet man als **Geschäftsvorfälle**.



Geschäftsvorfälle sind Vorgänge, die Veränderungen der **Vermögenswerte** bzw. der **Schulden** auslösen.

In der Praxis existiert über jeden Geschäftsvorfall ein **Beleg**. Aus dem Beleg geht hervor

- die **Ursache** (z. B. Kauf von Briefmarken),
- die **Höhe** (z. B. 130,00 EUR) und
- der **Zeitpunkt** (z. B. 18. März 20..)

der Wertveränderung.

DEUTSCHE POST AG
19053 SCHWERIN
1313-0108 0037 18. MÄRZ 20..
*130,00 EUR
POSTWERTZEICHEN



1.2 Belegarten

(1) Eingangs- und Ausgangsrechnungen

Werden Waren gegen Rechnungsstellung gekauft, so liegt eine **Eingangsrechnung** vor. Werden Waren gegen Rechnungsstellung verkauft, so liegt eine **Ausgangsrechnung** vor.

Beispiel: Ein- und Ausgangsrechnung aus Sicht des Baumarkts Feistle OHG

FRITZENSCHAFT GmbH
MASCHINENFABRIK

Maschinenfabrik Fritzenschaft, Spökelborging 10-22117 Hamburg
Baumarkt
Feistle OHG
Scherzerplatz 5
90766 Fürth

Rechnung Nr. 176/15

Menge	Artikel Nr.	Artikel- bezeichnung	Einzelpreis EUR	Gesamtpreis EUR
8	476 108	Bohrmaschine + 19% USt	68,20	545,60 103,66 <u>649,26</u>

■ Zur Eingangsrechnung:

Werden Waren von einem Lieferer auf Ziel (z.B. Zahlung innerhalb 14 Tagen), d.h. auf Kredit an den Baumarkt Feistle OHG geliefert, so bezeichnet man den Lieferer in der Buchführung als **Kreditor**.¹ Er hat an den Kunden Feistle OHG eine **Forderung**.

Der Kreditor ist ein **Gläubiger**.

Der Baumarkt Feistle OHG hat gegenüber der Maschinenfabrik Fritzenschaft GmbH eine Verbindlichkeit von 649,26 EUR.

BAUMARKT
FEISTLE OHG

Feistle OHG, Scherzerplatz 5, 90766 Fürth
Schreinerei
Hans Körner KG
Breitscheidstr. 81
90459 Nürnberg

Rechnung Nr. 1040

Lieferung von 2 Bohrmaschinen zu je 95,48 EUR	190,96 EUR
+ 19% USt	36,28 EUR
	<u>227,24 EUR</u>

■ Zur Ausgangsrechnung:

Bezieht ein Kunde vom Lieferer Baumarkt Feistle OHG Waren auf Ziel (z.B. Zahlung innerhalb 14 Tagen), d.h. auf Kredit, so bezeichnet man den Kunden in der Buchführung als **Debitor**.² Er hat gegenüber dem Lieferer eine **Verbindlichkeit**.

Der Debitor ist ein **Schuldner**.

Der Baumarkt Feistle OHG hat gegenüber der Schreinerei Hans Körner KG eine Forderung von 227,24 EUR.

1 Der Begriff Kredit kommt von credere (lat.): glauben, vertrauen.

2 Debere (lat:) bedeutet etwas schulden.

(2) Fremd- und Eigenbelege

Belegarten	Erläuterungen	Beispiele
Fremdbelege (externe Belege)	Sind Belege, die von fremden Unternehmen erstellt werden. Sie fallen im Geschäftsverkehr mit Außenstehenden an.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Eingangsrechnungen ■ Bankbelege (z. B. Kontoauszüge) ■ Frachtbrief ■ Gutschriftenanzeige des Lieferers ■ ...
Eigenbelege (interne Belege)	Sind Belege, die das Unternehmen selbst erstellt hat. Sie entstehen aus innerbetrieblichen Vorgängen.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lohn- und Gehaltsliste ■ Quittungen für Privatentnahmen ■ Kopien von Ausgangsrechnungen ■ Quittungsdurchschriften ■ Durchschriften von Geschäftsbriefen ■ ...

1.3 Begriff Buchführung

In den Unternehmen fällt täglich eine Vielzahl von Geschäftsvorfällen an, die Wertveränderungen des Vermögens und/oder der Schulden hervorrufen. Um eine Übersicht über diese Wertveränderungen zu behalten, muss der Kaufmann die zu Beginn der Geschäftsperiode vorhandenen Bestände an Vermögen und Schulden sowie deren Veränderung durch die Geschäftsvorfälle festhalten. Er muss über die Geschäftsvorfälle „Buch führen“.



Buchführung ist die planmäßige und lückenlose Aufzeichnung aller betrieblicher Vorgänge (Geschäftsvorfälle) eines Unternehmens aufgrund von Belegen.

Darüber hinaus ist der Kaufmann auch im **öffentlichen Interesse** zur **Buchführung verpflichtet** (siehe Kapitel 2).

KOMPETENZTRAINING

- 133**
1. Erläutern Sie den Begriff Buchführung!
 2. Notieren Sie, wie man die Vorgänge, die in der Buchführung erfasst werden, nennt!
 3. Bilden Sie drei Beispiele, aus denen hervorgeht, warum die Aufzeichnung der Geschäftsvorfälle für die Geschäftsleitung des Unternehmens unentbehrlich ist!
 4. Erläutern Sie, worin der Unterschied zwischen einem Fremd- und einem Eigenbeleg liegt!
 5. Stellen Sie dar, welche Aussagen aus einem Beleg entnommen werden können!
 6. Erläutern Sie die Begriffe Güterstrom, Geldstrom und Informationsstrom!

7. Ordnen Sie folgende Ereignisse den drei Strömen zu:

Nr.	Ereignis	Art des Stromes
7.1	Kunde erhält von uns ein Angebot	
7.2	Kunde schickt uns einen Auftrag	
7.3	Wir richten eine Anfrage an einen Lieferer	
7.4	Lieferer schickt uns Waren zusammen mit Lieferschein	
7.5	Waren werden gegen Warementnahmeschein dem Lager entnommen	
7.6	Das Bankkonto wird mit einer Lastschrift des Lieferers belastet	

8. Erläutern Sie die Aufgabe von Belegen in der Buchführung!

2 Rechtliche Anforderungen an eine ordnungsmäßige Buchführung

Grundlegende gesetzliche Buchführungsbestimmungen für Kaufleute finden sich im **Handelsgesetzbuch [HGB]**. Da die Buchführung auch Grundlage für die Besteuerung des Unternehmens ist, gibt es daneben noch steuerrechtliche Buchführungsbestimmungen. Sie sind insbesondere in der **Abgabenordnung [AO]**,¹ dem **Einkommensteuergesetz [EStG]**, dem **Körperschaftsteuergesetz [KStG]**² und dem **Umsatzsteuergesetz [UStG]**³ enthalten.

2.1 Buchführungspflicht, ordnungsmäßige Buchführung und die Aufbewahrung von Buchführungsunterlagen

(1) Buchführungspflicht

Jeder Kaufmann, der ins Handelsregister eingetragen ist, ist **verpflichtet Bücher⁴ zu führen** und in diesen seine Handelsgeschäfte und die Lage seines Vermögens nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung ersichtlich zu machen (§ 238 I HGB).

Nach § 241a HGB sind von der **Buchführungspflicht befreit** Einzelkaufleute, die an den Abschlussstichtagen von zwei aufeinanderfolgenden Geschäftsjahren nicht mehr als

- 600 000,00 EUR Umsatzerlöse und
- 60 000,00 EUR Jahresüberschuss

aufweisen. Sie können den Gewinn bzw. Verlust durch eine einfache **Einnahmen-Überschussrechnung** (Betriebseinnahmen – Betriebsausgaben) ermitteln.

¹ Unter **Abgaben** versteht man Pflichtzahlungen (Steuern, Zölle, Gebühren und Beiträge), die Bund, Länder und Gemeinden von den Staatsbürgern und von juristischen Personen fordern. Das steuerliche Grundgesetz zur Regelung des Abgabewesens nennt man **Abgabenordnung**. Sie enthält Vorschriften über das Besteuerungsverfahren, das Steuerstrafwesen, das Rechtsmittelverfahren gegen Steuerbescheide und die Vorschriften über die örtliche Zuständigkeit der Finanzämter.

² Die Körperschaftsteuer besteuert den Jahresüberschuss der juristischen Personen (z. B. AG, GmbH).

³ Vgl. hierzu S. 517f. und S. 567ff.

⁴ Vgl. hierzu S. 541.