

# 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](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)

Merkur-Nr. 0681-04-DS

# Vorwort

Das **Schulbuch „Büromanagement – Lernfelder 1 bis 6“** ist der erste Teil einer zweibändigen Buchreihe für den 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 Schulbuch 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 weitere lernfeldorientierte Schulbücher bereit:

## Erfolgreiches Büromanagement mit ...

**WORD 2021/365**

Merkurbuch 0819

oder

**WORD 2019**

Merkurbuch 0816

oder

**WORD 2016**

Merkurbuch 0812

**EXCEL 2021/365**

Merkurbuch 0820

oder

**EXCEL 2019**

Merkurbuch 0817

oder

**EXCEL 2016**

Merkurbuch 0813

**Business Class**  
Merkurbuch 0855

Jedes dieser Schulbücher 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:

<b>Lernsituationen Büromanagement Lernfelder 1 bis 6</b>	(Merkurbuch 1681)
<b>Lernsituationen Büromanagement Lernfelder 7 bis 13</b>	(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 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 4. Auflage

Im Rahmen der Überarbeitung wurden wichtige Aktualisierungen vorgenommen (z. B. Betriebsverfassungsgesetz, DIN 5008:2020, neuer Sachmangelbegriff, Verbrauchsgüterkaufrecht) und technische Neuerungen (z. B. im IT-Bereich) berücksichtigt.

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 .....	26
LS 5	1.3	Jugendarbeitsschutz .....	27
LS 6	1.4	Möglichkeiten der betrieblichen Fort- und Weiterbildung .....	29
	<b>2</b>	<b>Informationen über den Betrieb</b> .....	<b>32</b>
	2.1	Begriff Betrieb .....	32
	2.2	Betriebstypen .....	33
	2.2.1	Gliederung der Betriebe nach Wirtschaftsbereichen .....	33
	2.2.2	Gliederung der Betriebe nach der Gewinnverwendung .....	34
	2.2.3	Gliederung der Betriebe nach der erstellten Leistung .....	34
	2.3	Betriebliche Leistungsfaktoren .....	35
LS 7	2.4	Stellung des Betriebs in der arbeitsteiligen Wirtschaft und innerhalb des erweiterten Wirtschaftskreislaufs .....	38
	2.4.1	Stellung des Betriebs in der arbeitsteiligen Wirtschaft am Beispiel des Industriebetriebs .....	38
	2.4.2	Stellung des Betriebs innerhalb des Wirtschaftskreislaufs .....	39
	2.4.2.1	Stellung des Betriebs innerhalb des erweiterten Wirtschaftskreislaufs .....	39
	2.4.2.2	Stellung des Betriebs innerhalb des vollständigen Wirtschaftskreislaufs .....	41
	2.5	Unternehmensleitbild und Unternehmensziele .....	44
LS 8	2.5.1	Unternehmensleitbild .....	44
	2.5.2	Unternehmensziele .....	45
	<b>3</b>	<b>Eigene Stellung im Betrieb erfassen</b> .....	<b>50</b>
	3.1	Zuständigkeiten und Verantwortungsbereiche in einem Organigramm .....	50
LS 9	3.2	Arbeits- und Geschäftsprozesse am Beispiel des Industriebetriebs .....	54
	3.3	Übertragung von Befugnissen und Verantwortung auf Mitarbeiter .....	55
LS 10	3.3.1	Leitungssysteme (Weisungssysteme) .....	55
	3.3.2	Betriebliche Vollmachten .....	56
	3.3.3	Gesetzlich geregelte Vollmachten .....	57
	3.3.3.1	Prokura .....	57
	3.3.3.2	Handlungsvollmacht .....	58
	3.3.3.3	Möglichkeiten der gesetzlichen Vollmachten im Organisationsaufbau .....	59
	<b>4</b>	<b>Grundlagen der Präsentation</b> .....	<b>61</b>
LS 11	4.1	Ziel .....	61
	4.2	Vorbereitung .....	61
	4.3	Grundlegende Präsentationsregeln .....	63
	4.4	Bewertung .....	67



## Lernfeld 2: Büroprozesse gestalten und Arbeitsvorgänge organisieren

	<b>1</b>	<b>Arbeitsraum und Arbeitsplatz gestalten</b> .....	<b>70</b>
LS 1	1.1	Rechtliche Rahmenbedingungen erkunden .....	70

	1.2	Arbeitsraum	71
	1.2.1	Ergonomische und ökologische Anforderungen	71
	1.2.2	Raumklima	73
	1.2.3	Licht im Arbeitsraum	75
	1.2.4	Farbgestaltung im Arbeitsraum	76
	1.2.5	Akustik im Arbeitsraum	77
LS 2, 3	1.2.6	Arten von Arbeitsräumen (Einzel-, Gruppen-, Großraumbüro)	79
	1.3	Arbeitsplatz	84
	1.3.1	Anforderungen an einen Bildschirmarbeitsplatz	84
	1.3.2	Ergonomie des Bildschirmarbeitsplatzes	86
	1.3.2.1	Arbeitsumgebung und Größe des Arbeitsplatzes	86
	1.3.2.2	Arbeitsmittel	86
	1.3.2.3	Beschaffung von Arbeitsmitteln für einen Bildschirmarbeitsplatz	90
	1.3.3	Organisation an einem Bildschirmarbeitsplatz	92
	1.4	Arbeitsraum und Arbeitsplatz beurteilen	94
	1.4.1	Kriterien der Beurteilung festlegen	94
	1.4.2	Organisatorische Hilfsmittel nutzen: Checklisten	95
	1.4.3	Mängel kommunizieren	97
	<b>2</b>	<b>Bürowirtschaftliche Abläufe organisieren und Termine überwachen</b>	<b>98</b>
	2.1	Arbeitsplatz einrichten – Arbeitsabläufe steuern	98
LS 4	2.2	Arbeitsabläufe planen	100
	2.2.1	Zeitmanagement	100
	2.2.1.1	Arbeitsprozesse effizient strukturieren	100
	2.2.1.2	Methoden des Zeitmanagements	102
	2.2.2	Selbstmanagement	104
	2.2.3	Störungen von Arbeitsabläufen wahrnehmen und beheben	105
LS 5	2.3	Termine planen und überwachen	107
	2.3.1	Planen und kommunizieren	107
	2.3.2	Terminarten	109
	2.3.3	Hilfsmittel zur Terminplanung und -überwachung	109
LS 6	<b>3</b>	<b>Sitzungen und Besprechungen vorbereiten, durchführen und nachbereiten</b>	<b>111</b>
	3.1	Sitzungen und Besprechungen vorbereiten	111
	3.1.1	Organisatorische Aufgaben	111
	3.1.2	Medien des Sitzungsraums	114
	3.2	Kommunikation in Meetings	115
	3.2.1	Teamarbeit	115
	3.2.2	Aufgaben des Moderators	116
	3.2.3	Kommunikationsstörungen	117
LS 7	3.3	Protokolle führen	118
	3.3.1	Begriff und Gründe für die Protokollführung	118
	3.3.2	Protokollarten und Gestaltungsformen	118
	3.3.3	Technik der Protokollführung	122
	3.3.4	Schreiben und Verteilen des Protokolls	122
LS 8, 9	3.4	Ergebnissicherung und Terminüberwachung	123
LS 10	3.5	Digitale Netze für Konferenzen nutzen	125
	3.5.1	Telefonkonferenz	125
	3.5.2	Videokonferenz/Webkonferenz	126
LS 11	<b>4</b>	<b>Informations- und Kommunikationswege nutzen</b>	<b>128</b>
	4.1	Hardware, Software und Netzwerke	128
	4.1.1	Hardware	128
	4.1.1.1	Hardwaregrundlagen – Personal-Computer-Systeme	128
	4.1.1.2	Drucker und Multifunktionsgeräte	130
	4.1.1.3	Notebooks, Tablet-PCs und Smartphones	131

	4.1.2	Software	133
	4.1.2.1	Betriebssysteme	133
	4.1.2.2	Anwendungsprogramme	134
	4.1.3	Netzwerke	139
	4.1.3.1	Begriff Netzwerk	139
	4.1.3.2	Client-Server-Architektur	139
	4.1.3.3	Intranet – Extranet	140
	4.1.3.4	Internet	141
	4.1.3.5	Cloud Computing	145
	4.1.3.6	Festnetz- und Mobilfunkverbindungen	147
	4.2	Kommunikationswege nutzen	150
	4.2.1	Mündlich oder schriftlich kommunizieren?	150
	4.2.2	Schriftliche Kommunikation	154
	4.2.2.1	Texte wirksam formulieren	154
	4.2.2.2	Normen in der Textverarbeitung	155
	4.2.2.3	Dateiformate anwenden	157
	4.2.2.4	Formulare gestalten	158
	4.2.2.5	E-Mail	160
	4.2.2.6	Digitale Briefpost (E-Postbrief, De-Mail)	165
	4.2.2.7	Telefax	166
	4.2.2.8	Instant Messaging	166
	4.2.2.9	Aktennotizen (Memos) und interne Mitteilungen	167
	4.2.2.10	Geschäftsbriefe	169
	4.2.2.11	Textverarbeitung rationalisieren – Schnellbausteine nutzen	173
	4.2.2.12	Textausgabe – Umweltbewusst drucken	173
	4.2.2.13	Diktiergeräte verwenden	174
LS 12	4.2.3	Post bearbeiten	176
	4.2.3.1	Posteingang – eingehende Post bearbeiten	176
	4.2.3.2	Postausgang – ausgehende Post abfertigen	179
	4.2.3.3	Postdienstleistungen	182
	<b>5</b>	<b>Dokumente und Schriftstücke aufbewahren</b>	<b>185</b>
LS 13	5.1	Gründe für die Aufbewahrung von Schriftstücken	185
	5.2	Aufbewahrungsfristen	185
	5.3	Formen der Aufbewahrung	187
	5.4	Räumliche Aufbewahrung	190
	5.5	Ordnungssysteme der Registratur	191
	<b>6</b>	<b>Speichermedien verwenden</b>	<b>193</b>
	6.1	Digitale Speichermedien – Grundlagen	193
	6.2	Dokumentenmanagement und Mikroverfilmung – technische Archivierungsformen	195
	6.2.1	Rechtliche Grundlagen	195
	6.2.2	Technische Archivierungsmedien	195
	<b>7</b>	<b>Datensicherheit und Datenpflege</b>	<b>198</b>
LS 14	7.1	Begriffsbestimmungen und Begründung für Sicherheitsmaßnahmen	198
	7.2	Schutz vor unberechtigtem Zugriff, Datenverfälschung und Datenverlust	199
	7.2.1	Sicherung durch organisatorische Maßnahmen	199
	7.2.2	Sicherung durch Software und Maßnahmen der Dateiverwaltung	200
	7.2.3	Sicherung durch Hardwaretechnik und Back-up-Speichermedien	202
	7.3	Schutz personenbezogener Daten (Datenschutz)	204
	7.4	Datenpflege	208
	<b>8</b>	<b>Belastung am Arbeitsplatz und Arbeitssicherheit</b>	<b>210</b>
LS 15, 16	8.1	Begriffe Belastung, Beanspruchung und Stress	210
	8.2	Ursachen für Belastungen und gesundheitliche Folgen	210
	8.2.1	Ursachen für Belastungen (Stressfaktoren, Stressoren)	210
	8.2.2	Anzeichen und mögliche Folgen von Stress	212

8.3	Maßnahmen zur Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz . . . . .	213
8.3.1	Arbeits- und Gesundheitsschutz – Zuständigkeiten und Programme . . . . .	213
8.3.2	Arbeitsschutzvorschriften . . . . .	215
8.3.3	Maßnahmen auf Führungsebene . . . . .	219
8.3.4	Eigene Strategien zur Förderung des Gesundheitsschutzes am Arbeitsplatz . . . . .	220

### Lernfeld 3: Aufträge bearbeiten

<b>1</b>	<b>Sich einen Überblick über den Geschäftsprozess der Auftragsbearbeitung verschaffen . . . . .</b>	<b>223</b>
<b>2</b>	<b>Rechtliche Rahmenbedingungen erkunden . . . . .</b>	<b>223</b>
2.1	Rechts- und Geschäftsfähigkeit . . . . .	223
2.1.1	Rechtsfähigkeit . . . . .	223
2.1.2	Geschäftsfähigkeit . . . . .	225
2.2	Zustandekommen und Arten von Rechtsgeschäften . . . . .	228
2.2.1	Willenserklärung als wesentlicher Bestandteil eines Rechtsgeschäfts . . . . .	228
2.2.2	Begriff und Arten von Rechtsgeschäften . . . . .	228
2.3	Besitz und Eigentum . . . . .	229
2.3.1	Besitz und dessen Übertragung . . . . .	229
2.3.2	Eigentum und dessen Übertragung . . . . .	229
2.3.3	Eigentumsvorbehalt . . . . .	231
<b>3</b>	<b>Abwicklung eines Kundenauftrags . . . . .</b>	<b>234</b>
3.1	Kundenanfrage bearbeiten . . . . .	234
3.2	Kundenorientiertes und rechtsverbindliches Angebot verfassen . . . . .	236
3.2.1	Begriff Angebot . . . . .	236
3.2.2	Bindung an das Angebot . . . . .	236
3.2.3	Inhalt des Angebots . . . . .	237
3.2.3.1	Art, Güte, Beschaffenheit und Menge der Produkte . . . . .	237
3.2.3.2	Preis der Produkte . . . . .	238
3.2.3.3	Lieferungsbedingungen . . . . .	238
3.2.3.4	Zahlungsbedingungen . . . . .	240
3.2.3.5	Leistungsort und Gerichtsstand . . . . .	240
3.2.4	Allgemeine Geschäftsbedingungen . . . . .	242
3.2.4.1	Begriff der allgemeinen Geschäftsbedingungen . . . . .	242
3.2.4.2	AGB und Verbraucherschutz . . . . .	242
3.2.4.3	AGB im Geschäftsverkehr mit Unternehmen . . . . .	244
3.2.4.4	Gründe für die Verwendung von allgemeinen Geschäftsbedingungen . . . . .	244
3.3	Kundenauftrag (Bestellung) prüfen . . . . .	246
3.3.1	Begriff Kundenauftrag und die rechtliche Bindung an einen Auftrag . . . . .	246
3.3.2	Realisierbarkeit eines Auftrags prüfen . . . . .	246
3.4	Auftragsbestätigung . . . . .	254
3.5	Kaufvertrag abschließen und erfüllen . . . . .	257
3.5.1	Begriff und Abschluss eines Kaufvertrags . . . . .	257
3.5.2	Rechte und Pflichten aus dem Kaufvertrag . . . . .	258
3.5.3	Erfüllung des Kaufvertrags . . . . .	259
3.5.3.1	Erfüllung des Kaufvertrags durch den Verkäufer . . . . .	259
3.5.3.1.1	Lieferung der Kaufsache . . . . .	259
3.5.3.1.2	Eigentumsübertragung an den Käufer . . . . .	260
3.5.3.2	Erfüllung des Kaufvertrags durch den Käufer . . . . .	260
3.5.4	Formen des Kaufvertrags . . . . .	261
3.6	Versand der Ware organisieren . . . . .	265
3.6.1	Warenversand vorbereiten . . . . .	265
3.6.2	Warenversand durchführen . . . . .	267
3.6.3	Überwachung des Zahlungseingangs . . . . .	269



LS 1

LS 2, 3

LS 4

LS 5

LS 6, 7

<b>4</b>	<b>Rechenarten zur Lösung kaufmännischer Sachverhalte</b>	<b>274</b>
4.1	Dreisatz	274
4.1.1	Dreisatz mit geradem Verhältnis	274
4.1.2	Dreisatz mit ungeradem Verhältnis	275
4.2	Prozentrechnung	278
4.2.1	Einführung in die Prozentrechnung	278
4.2.2	Prozentrechnung vom Hundert	279
4.2.2.1	Berechnung des Prozentwertes	279
4.2.2.2	Berechnung des Grundwertes	281
4.2.2.3	Berechnung des Prozentsatzes	282
4.2.3	Prozentrechnung im Hundert (verminderter Grundwert)	283
4.2.4	Prozentrechnung auf Hundert (vermehrter Grundwert)	285



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

<b>LS 1</b>	<b>1</b>	<b>Sich einen Überblick über den Beschaffungsprozess verschaffen</b>	<b>290</b>
	1.1	Wirtschaftliche Bedeutung der Beschaffung	290
	1.2	Abfolge des Beschaffungsprozesses	290
	<b>2</b>	<b>Beschaffungsplanung kennen und anwenden</b>	<b>291</b>
	2.1	Sich über Aufgaben der Beschaffungsplanung und Verwaltung von Beständen informieren	291
	2.1.1	Aufgaben der Beschaffungsplanung	291
	2.1.2	Programm planen	292
	2.1.3	Bestände verwalten	293
	2.2	Bedarf an Beschaffungsobjekten ermitteln	296
	2.2.1	Begriff Beschaffungsobjekte	296
	2.2.2	Bedarfsermittlung	296
	2.2.2.1	Regelungen zur Bedarfsermittlung	296
	2.2.2.2	Prinzipien bei der Bestimmung des quantitativen Bedarfs	297
	2.2.2.3	Prinzipien bei der Bestimmung des qualitativen Bedarfs	297
	2.3	Sich für Eigenfertigung (interne Bezugsquelle) oder Fremdbeschaffung (externe Bezugsquelle) entscheiden	299
<b>LS 2</b>	2.4	Produktwert berücksichtigen: ABC-Analyse	301
<b>LS 3</b>	2.5	Just-in-time-Konzeption beurteilen	304
<b>LS 4</b>	2.6	Optimale Bestellmenge bestimmen (Mengenplanung)	308
<b>LS 5</b>	2.7	Zeitpunkt der Bestellung bestimmen (Zeitplanung)	310
<b>LS 6</b>	2.8	Diagramme als Mittel der Veranschaulichung anwenden	313
	<b>3</b>	<b>Bezugsquellen ermitteln</b>	<b>319</b>
<b>LS 7</b>	3.1	Beschaffungsrichtlinie	319
	3.2	Begriff Beschaffungsmarktforschung	321
	3.3	Informationen über Lieferer beschaffen	321
	3.4	Informationsquellen nutzen	323
	3.5	Informationswege (Kommunikationswege) recherchieren	325
	<b>4</b>	<b>Lieferantenauswahl treffen</b>	<b>328</b>
	4.1	Anfrage an Lieferanten erstellen	328
	4.2	Angebote vergleichen und bewerten	329
	4.2.1	Einfaktorenvergleich mit Bezugskalkulation	330
<b>LS 8</b>	4.2.2	Nutzwertanalyse (Mehrfaktorenvergleich)	331
<b>LS 9</b>	4.3	Nachhaltiges Wirtschaften bei der Beschaffung beachten	335
<b>LS 10, 11</b>	4.3.1	Ökologische Ausrichtung der Beschaffung	336
	4.3.2	Soziale Ausrichtung der Beschaffung am Beispiel des „Fairen Handels“	338

	<b>5</b>	<b>Beschaffungsprozesse abwickeln</b> .....	<b>340</b>
	5.1	Bestellung abgeben .....	340
	5.1.1	Begriff und rechtliche Bindung an die Bestellung .....	340
	5.1.2	Bestellung von Waren über eine Warenplattform im Internet .....	341
	5.2	Abschluss von Verträgen durchführen .....	342
	5.2.1	Zustandekommen von Verträgen .....	342
	5.2.2	Wichtige Vertragsarten .....	343
LS 12	5.3	Nichtigkeit und Anfechtbarkeit von Verträgen prüfen .....	345
	5.3.1	Nichtigkeit von Verträgen .....	345
	5.3.2	Anfechtbarkeit von Verträgen .....	347
	5.4	Wareneingang und Lagerhaltung .....	350
	5.4.1	Warenabnahme und Warenprüfung durchführen .....	350
	5.4.2	Sachgerechte Einlagerung vornehmen .....	353
	5.4.2.1	Begriff und Aufgaben des Lagers .....	353
	5.4.2.2	Lagerarten .....	354
LS 13	5.4.2.3	Allgemeine Lagergrundsätze .....	356
	5.4.2.4	Arbeiten im Lager .....	357
LS 14	5.4.2.4.1	Einlagerung der Ware (Lagerplatzzuordnung) .....	357
	5.4.2.4.2	Warenpflege .....	358
	5.4.2.4.3	Optimierung der Lagerprozesse .....	359
	5.4.3	Soziale und ökologische Mitverantwortung im Zusammenhang mit der Lagerhaltung bewusst machen .....	361
	5.4.3.1	Verpackungsgesetz [VerpackG] .....	361
	5.4.3.2	Tragen von Schutzkleidung .....	363
	<b>6</b>	<b>Vorgehen bei Vertragsstörungen planen</b> .....	<b>367</b>
	6.1	Leistungsstörungen .....	367
	6.2	Mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung) .....	368
LS 15, 16	6.2.1	Rechtsfolgen einer mangelhaften Lieferung bei einem beiderseitigen Handelskauf .....	368
	6.2.1.1	Begriff mangelhafte Lieferung .....	368
	6.2.1.2	Mängelarten .....	368
	6.2.1.3	Fristen für die Mängelrüge .....	370
	6.2.1.4	Rechte des Käufers (Gewährleistungsrechte) .....	371
	6.2.1.5	Übernahme von Garantieleistungen und Kulanz .....	374
	6.2.1.6	Verjährungsfristen von Mängelansprüchen .....	375
	6.2.2	Rechtsfolgen einer Schlechtleistung bei einem einseitigen Handelskauf (Verbrauchsgüterkauf) .....	375
	6.3	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung) .....	380
LS 17	6.3.1	Begriff Lieferungsverzug .....	380
	6.3.2	Voraussetzungen für den Eintritt des Lieferungsverzugs .....	380
	6.3.3	Rechte des Käufers beim Lieferungsverzug .....	382
	<b>7</b>	<b>Zahlungsabwicklung überwachen</b> .....	<b>387</b>
	7.1	Rechnung prüfen .....	387
	7.2	Rechnungsausgleich veranlassen .....	389
LS 18	7.2.1	Bargeldlose Zahlung .....	389
	7.2.1.1	Girokonto .....	389
	7.2.1.2	SEPA-Zahlungen .....	390
	7.2.1.2.1	SEPA-Überweisung .....	390
	7.2.1.2.2	Echtzeitüberweisung (Instant Payment) .....	392
	7.2.1.2.3	SEPA-Basis-Lastschriftverfahren (SEPA Core Direct Debit Scheme) .....	393
	7.2.1.3	Zahlung mit der Girocard .....	396
	7.2.1.4	Zahlung mit Kreditkarte (Pay-later-Karte) .....	399
	7.2.1.5	Bedeutung der Kartenzahlungen .....	400
	7.2.1.6	Onlinebanking .....	400

7.2.2	Bevorzugte Zahlungsformen beim E-Commerce	402
7.2.3	Vorteile von Bankdienstleistungen	403
7.2.4	Vergleich der elektronischen Zahlungssysteme (Händlerservice)	403

**Lernfeld 5: Kunden akquirieren und binden**



LS 1, 2, 3

LS 4

LS 5

LS 6

LS 7

<b>1</b>	<b>Einen Überblick gewinnen über den Geschäftsprozess „Kunden akquirieren und binden“</b>	<b>407</b>
<b>2</b>	<b>Marktsituation analysieren und beurteilen</b>	<b>408</b>
2.1	Marketing: Den Kunden im Mittelpunkt der betrieblichen Aktivitäten wahrnehmen	408
2.2	Eigene Marktsituation anhand der Marktforschungs- und Kundendaten analysieren	410
2.2.1	Begriff Marktforschung und die Träger der Marktforschung	410
2.2.2	Verfahren zur Datenerhebung	411
2.3	Kundenstruktur ermitteln	414
2.3.1	Analyse der Kundenstruktur	414
2.3.2	Bestands-, Neu- und ABC-Kunden unterscheiden	415
2.3.2.1	Bestandskunden binden und Neukunden gewinnen	415
2.3.2.2	ABC-Kunden	416
2.3.2.3	Wertvorstellungen der Kunden	417
2.3.2.4	Kaufmotive der Kunden	418
2.4	Wettbewerberstruktur ermitteln	419
2.5	Wettbewerbsituation der Branche analysieren	420
2.6	Verhalten der Wettbewerber und Kunden vor dem Hintergrund konjunktureller Phasen erfassen	421
2.6.1	Begriff Konjunktur	421
2.6.2	Merkmale des Konjunkturverlaufs	422
2.6.3	Indikatoren im Verhalten der Wettbewerber und Kunden im Ablauf eines Konjunkturzyklus	423
2.7	Einen Fragebogen zur primären Marktforschung entwickeln und gestalten	425
2.8	Eigene Marktsituation aufgrund der Analyse des Fragebogens beurteilen	430
2.8.1	Aufbereitung und Analyse der Befragung	430
2.8.2	Marktsituation analysieren und beurteilen	431
<b>3</b>	<b>Absatzpolitische Ziele ableiten und Wettbewerbsstrategien wählen</b>	<b>434</b>
3.1	Alleinstellungsmerkmal der Produkte herausarbeiten	434
3.2	Absatzpolitische Ziele aus der Marktsituation ableiten	436
3.2.1	Aufgaben von Zielformulierungen beschreiben	436
3.2.2	Absatzpolitische Ziele festlegen	437
3.3	Passende Wettbewerbsstrategie wählen	439
3.3.1	Begriff Wettbewerbsstrategie	439
3.3.2	Strategie der Kostenführerschaft	440
3.3.3	Strategie der Differenzierung	441
3.3.4	Nischenstrategie	442
3.3.5	Struktureller Zusammenhang der Wettbewerbsstrategien	443
3.4	Möglichkeiten der Preisfestsetzung mithilfe von Modellen ableiten	443
3.4.1	Begriff Markt	443
3.4.2	Marktarten	444
3.4.3	Modell der Preisbildung auf dem vollkommenen polypolistischen Markt	444
3.4.3.1	Nachfrage und Angebot	444
3.4.3.2	Gleichgewichtspreis	445
3.4.3.3	Vollkommener Markt	446
3.4.3.4	Marktungleichgewichte	447
3.5	Passende Preisstrategien wählen	448

	3.5.1	Begriff Preisstrategie . . . . .	448
	3.5.2	Orientierung am Leitpreis (Mittelpreisstrategie) . . . . .	448
	3.5.3	Hochpreisstrategie (Exklusivstrategie) . . . . .	449
	3.5.4	Niedrigpreisstrategie . . . . .	449
	3.5.5	Gesamtdarstellung der Preisstrategien . . . . .	450
	<b>4</b>	<b>Marketing-Mix aus Kommunikations- und Preispolitik planen . . . . .</b>	<b>456</b>
	4.1	Einordnung des Marketing-Mix in das ganzheitliche Marketingkonzept . . . . .	456
	4.2	Durch Marktsegmentierung Zielgruppen identifizieren . . . . .	457
LS 8	4.3	Kommunikationspolitische Entscheidungen treffen . . . . .	460
	4.3.1	Werbung . . . . .	460
	4.3.1.1	Begriff Werbung . . . . .	460
	4.3.1.2	Werbeplan . . . . .	460
	4.3.2	Unternehmensauftritt in sozialen Netzwerken prüfen . . . . .	464
	4.4	Preispolitische Entscheidungen treffen . . . . .	468
	4.4.1	Begriff Preispolitik und die Voraussetzungen der Preispolitik . . . . .	468
	4.4.2	Arten der Preispolitik . . . . .	469
	4.4.2.1	Überblick . . . . .	469
	4.4.2.2	Kostenorientierte Preispolitik . . . . .	469
	4.4.2.3	Kundenorientierte (nachfrageorientierte) Preispolitik . . . . .	470
	4.4.2.4	Konkurrenzorientierte Preispolitik . . . . .	474
	4.4.2.5	Zahlungsbedingungen . . . . .	474
	4.4.2.6	Anbieten von Serviceleistungen . . . . .	475
	4.5	Weitere kommunikationspolitische Maßnahmen . . . . .	478
	4.5.1	Verkaufsförderung . . . . .	478
	4.5.2	Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit) . . . . .	479
	4.5.3	Sponsoring . . . . .	479
	4.5.4	Product-Placement, Direktmarketing und Eventmarketing . . . . .	480
	4.6	Ein einheitliches Marketingkonzept (Marketing-Mix) entwickeln . . . . .	481
LS 9	<b>5</b>	<b>Marketing-Mix durchführen . . . . .</b>	<b>484</b>
	5.1	Werbeproof gestalten und formulieren . . . . .	484
	5.2	Nutzung aktueller Kommunikationswege prüfen . . . . .	489
	5.2.1	Direktmarketing . . . . .	489
	5.2.2	Customer Relationship Management . . . . .	490
	5.2.3	Internet als aktueller Kommunikationsweg . . . . .	491
	5.3	Wirtschaftliche, rechtliche und ethische Grenzen der Werbung berücksichtigen . . . . .	493
LS 12	5.3.1	Datenschutz . . . . .	493
	5.3.2	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb [UWG] . . . . .	494
	5.3.2.1	Zweck des Gesetzes [§ 1 UWG] . . . . .	494
	5.3.2.2	Unlautere geschäftliche Handlungen . . . . .	494
	5.3.2.3	Irreführende geschäftliche Handlungen . . . . .	495
	5.3.2.4	Unlautere vergleichende Werbung . . . . .	496
	5.3.2.5	Unzumutbare Belästigung . . . . .	496
	5.3.2.6	Rechtsfolgen bei Verstößen gegen die Wettbewerbsbestimmungen . . . . .	497
	5.3.2.7	Selbstkontrolle . . . . .	497
	<b>6</b>	<b>Marketing-Mix evaluieren . . . . .</b>	<b>500</b>
	6.1	Erarbeiteten Marketing-Mix präsentieren . . . . .	500
LS 13, 14	6.2	Werbeerfolg kontrollieren . . . . .	501
	6.2.1	Pre- und Post-Test-Verfahren . . . . .	501
	6.2.2	Werbeerfolgskontrolle durchführen . . . . .	502
	6.3	Werbeerfolg reflektieren . . . . .	505
	6.3.1	PDCA-Zyklus als Modell zur kontinuierlichen Verbesserung der Wettbewerbsstrategie und des Marketing-Mix . . . . .	505

6.3.2	Berücksichtigung von externem Feedback . . . . .	506
6.4	Einfluss des Marketings auf gesellschaftliche Prozesse . . . . .	506
6.4.1	Stakeholder-Konzept . . . . .	506
6.4.2	Auswirkungen der Kommunikationspolitik auf die Gesellschaft . . . . .	509



**Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen**

<b>1</b>	<b>Werteströme eines Unternehmens . . . . .</b>	<b>512</b>
LS 1	1.1 Geld-, Güter-, Informationsstrom und der Begriff Geschäftsvorfälle . . . . .	512
	1.2 Belegarten . . . . .	513
	1.3 Begriff Buchführung . . . . .	514
<b>2</b>	<b>Rechtliche Anforderungen an eine ordnungsmäßige Buchführung . . . . .</b>	<b>515</b>
	2.1 Buchführungspflicht, ordnungsmäßige Buchführung und die Aufbewahrung von Buchführungsunterlagen . . . . .	515
	2.2 Umsatzsteuerpflichtige Geschäftsvorfälle . . . . .	517
<b>3</b>	<b>Einführung in die Buchführung über die Bestandskonten . . . . .</b>	<b>524</b>
	3.1 Einführung in die Bestandskonten über das Konto Kasse . . . . .	524
LS 2	3.2 Buchungen auf Vermögenskonten . . . . .	528
LS 3	3.2.1 Buchungsregeln für die Vermögenskonten . . . . .	528
	3.2.2 Buchung von Geschäftsvorfällen im System der doppelten Buchführung . . . . .	530
	3.3 Buchungen auf Schuldkonten . . . . .	534
	3.4 Buchungssatz, Belege und die Bücher der Buchführung bearbeiten . . . . .	537
	3.4.1 Einfacher Buchungssatz . . . . .	537
	3.4.2 Belege bearbeiten . . . . .	539
	3.4.3 Bücher der Buchführung . . . . .	541
	3.4.4 Zusammengesetzter Buchungssatz . . . . .	543
	3.5 Abschluss der Bestandskonten . . . . .	545
	3.5.1 Schlussbilanzkonto . . . . .	545
	3.5.2 Einordnung des Kontos Eigenkapital in die Gruppe der Schuldkonten . . . . .	547
	3.6 Kontenrahmen als Organisationsmittel der Buchführung . . . . .	549
LS 4	3.6.1 Kontenrahmen und Kontenplan . . . . .	549
	3.6.2 Aufbau des Kontenplans der AkA/IHK für die Abschlussprüfungen zum Kaufmann/zur Kauffrau für Büromanagement . . . . .	550
<b>4</b>	<b>Erfolgskonten (Ergebniskonten) . . . . .</b>	<b>553</b>
LS 5	4.1 Aufwendungen, Erträge, Aufwandskonten, Ertragskonten . . . . .	553
	4.2 Buchungen auf den Erfolgskonten . . . . .	555
	4.3 Abschluss der Aufwands- und Ertragskonten über das Gewinn- und Verlustkonto . . . . .	559
	4.4 Geschäftsgang mit Bestands- und Erfolgskonten . . . . .	561
	4.5 Bestandsveränderungen bei Handelswaren . . . . .	564
<b>5</b>	<b>Buchung von Eingangs- und Ausgangsrechnungen einschließlich Umsatzsteuer . . . . .</b>	<b>567</b>
LS 6	5.1 Umsatzsteuer . . . . .	567
	5.2 Buchhalterische Erfassung der Umsatzsteuer bei Eingangs- und Ausgangsrechnungen . . . . .	568
	5.3 Buchhalterische Erfassung von Eingangs- und Ausgangsrechnungen mit Sofortnachlässen . . . . .	575
	5.4 Debitoren- und Kreditorenkonten . . . . .	578
<b>6</b>	<b>Buchung von Zahlungsein- und -ausgängen unter Berücksichtigung von Skonto und Warenrücksendungen . . . . .</b>	<b>579</b>
	6.1 Buchung von Zahlungsein- und -ausgängen . . . . .	579
LS 7, 8	6.2 Buchungen von Warenrücksendungen und Skontozahlungen beim Wareneinkauf . . . . .	582
	6.2.1 Warenrücksendungen an den Lieferer . . . . .	582

	6.2.2	Liefererkonti . . . . .	583
LS 9	6.3	Buchungen von Warenrücksendungen und Skontozahlungen beim Warenverkauf . . . . .	586
	6.3.1	Rücksendungen durch Kunden . . . . .	586
	6.3.2	Kundenskonti . . . . .	587
	<b>7</b>	<b>Erstellen einer Umsatzsteuer-Voranmeldung . . . . .</b>	<b>599</b>
	<b>8</b>	<b>Kauf von Sachanlagegütern und das buchhalterische Erfassen der Wertminderungen von Sachanlagegütern . . . . .</b>	<b>604</b>
LS 10	8.1	Kauf von Sachanlagegütern . . . . .	604
	8.2	Buchhalterisches Erfassen der Wertminderungen von Sachanlagegütern . . . . .	608
	8.2.1	Ursachen der Abschreibung . . . . .	608
	8.2.2	Berechnungsmethode für die Abschreibung . . . . .	608
	8.2.3	Ermittlung der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer mithilfe der AfA-Tabelle . . . . .	610
	8.2.4	Buchung der Abschreibungen . . . . .	612
	<b>9</b>	<b>Inventur, Inventar, Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung . . . . .</b>	<b>615</b>
	9.1	Zusammenhänge . . . . .	615
	9.2	Inventur und Inventar . . . . .	617
LS 11	9.2.1	Gesetzliche Grundlagen und begriffliche Klarstellungen . . . . .	617
	9.2.2	Ablauf der Inventur und Inventurdifferenzen . . . . .	618
	9.2.2.1	Ablauf der Inventur . . . . .	618
	9.2.2.2	Inventurdifferenzen . . . . .	619
	9.2.3	Inhalt und Aufbau des Inventars . . . . .	619
	9.3	Bilanz . . . . .	623
LS 12, 13	9.3.1	Gesetzliche Grundlagen zur Aufstellung der Bilanz . . . . .	623
	9.3.2	Zusammenhang zwischen Buchführung und Bilanz . . . . .	626
	9.4	Gewinn- und Verlustrechnung . . . . .	627
	<b>10</b>	<b>Beurteilung eines Unternehmens anhand der Bilanz . . . . .</b>	<b>631</b>
	10.1	Aufbereitung der Bilanz . . . . .	631
	10.2	Berechnung von Bilanzkennzahlen . . . . .	632
	10.2.1	Kennzahlen zum Vermögensaufbau (Vermögensstruktur) . . . . .	632
	10.2.2	Kennzahlen zur Kapitalausstattung (Finanzierung) . . . . .	632
	10.2.3	Kennzahl zur Zahlungsfähigkeit (Liquidität) . . . . .	633
	<b>11</b>	<b>Ermittlung und Bewertung des Betriebserfolgs . . . . .</b>	<b>635</b>
LS 14	11.1	Erfolgsermittlung mithilfe der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz . . . . .	635
	11.2	Rentabilität und Wirtschaftlichkeit als Kennzahl zur Beurteilung der wirtschaftlichen Situation eines Unternehmens . . . . .	636
	11.2.1	Rentabilität . . . . .	636
	11.2.2	Wirtschaftlichkeit . . . . .	638
	<b>12</b>	<b>Notwendigkeit einer ordnungsmäßigen Buchführung als Voraussetzung für betriebliche Entscheidungs- und Nachweiszwecke sowie externe Überprüfungen . . . . .</b>	<b>639</b>
		Stichwortverzeichnis . . . . .	643
		Bildverzeichnis . . . . .	654
		AkA/IHK-Kontenplan	