

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

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

Verfasser:

Dr. Hermann Speth, Dipl.-Handelslehrer

Hartmut Hug, Dipl.-Handelslehrer

Alfons Kaier, Dipl.-Handelslehrer

Aloys Waltermann, Dipl.-Kaufmann Dipl.-Handelslehrer

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.

* * * * *

9. Auflage 2019

© 2005 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 978-3-8120-0529-6

Vorwort

Für das Fach „Volks- und Betriebswirtschaftslehre mit Rechnungswesen“ gilt in Baden-Württemberg für die Berufsfachschule (Wirtschaftsschule) der Lehrplan in der Fassung vom 8. Mai 2008. Das vorliegende Schulbuch deckt den Lehrplan für das zweite Schuljahr ab. Das Konzept, Jahrgangsbände anzubieten, erscheint uns sinnvoll, weil sich damit der geforderte themen- und fächerverbindende Unterricht besonders gut realisieren lässt.

Für Ihre Arbeit mit dem vorgelegten Schulbuch möchten wir auf Folgendes hinweisen:

- Die Lerninhalte werden zu klar abgegrenzten Einheiten zusammengefasst, die sich in die Bereiche Stoffinformationen, Zusammenfassungen und Übungsaufgaben aufgliedern. Viele Merksätze, Beispiele und Schaubilder veranschaulichen die praxisbezogenen Lerninhalte.
- Fachwörter, Fachbegriffe und Fremdwörter werden grundsätzlich im Text oder in Fußnoten erklärt.
- Die Buchungen zum Einkaufsprozess sind auf Microsoft Dynamics NAV® abgestimmt.
- Durch die übersichtliche Aufbereitung des Fachwissens wird die Lehrperson in die Lage versetzt, die Projektarbeit mit den Lernenden auf einer gesicherten Wissensgrundlage aufzubauen.
- Projektkompetenz verlangt Eigenständigkeit, Aktivität und Kreativität vom Schüler. Aus diesem Grund werden fertige Projekte, die vom Schüler nur noch nachvollzogen werden müssen, von den Autoren bewusst nicht angeboten. Eine solche Vorgehensweise würde keine Projektkompetenz schaffen und daher den Intentionen des Lehrplans widersprechen.

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser

Vorwort zur 9. Auflage

Die vorliegende Auflage wurde zur Umstellung aller Aufgaben auf die in den Prüfungen üblichen Operatoren genutzt. Sie enthält außerdem Aktualisierungen des Datenmaterials sowie einige redaktionelle Verbesserungen. Im Abschnitt 8 erfolgte die Neubearbeitung des Kapitels zur Globalisierung und Nachhaltigkeit. Zur Abwicklung betrieblicher Geschäftsprozesse mit Microsoft Dynamics NAV® (bisher Abschnitt 9) verweisen wir auf das Merkbuch 0581.

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser

Inhaltsverzeichnis

Abschnitt 6: Geschäftsprozess Einkauf (Beschaffungsprozess)

1	Aufgaben, Gegenstände und Ziele der Beschaffung	11
2	Einbettung des Einkaufsprozesses in das Gesamtsystem betrieblicher Geschäftsprozesse	13
3	Beschaffungsmarktforschung (Bezugsquellenermittlung)	14
3.1	Begriff Beschaffungsmarktforschung	14
3.2	Informationsquellen	14
3.3	Aufbereitung der Informationen über Lieferer	16
4	Einkaufsprozess durchführen	18
4.1	Grundsätzliches	18
4.2	Angebotsvergleich durchführen	19
4.2.1	Notwendigkeit des Angebotsvergleichs	19
4.2.2	Einkaufskalkulation als rechnerische Grundlage für den Angebotsvergleich	19
4.2.3	Mehrfaktorenvergleich (Scoring-Modell)	20
4.3	Bestellung abwickeln	24
4.3.1	Begriff und rechtlicher Gehalt der Bestellung	24
4.3.2	Electronic Commerce (E-Commerce)	25
4.4	Wareneingang kontrollieren	27
4.4.1	Lieferschein und Eingangsrechnung	27
4.4.2	Kontrolle des Wareneingangs	27
4.5	Zahlung abwickeln	29
5	Vertragsstörungen lösen	31
5.1	Mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung)	31
5.1.1	Begriff mangelhafte Lieferung	31
5.1.2	Arten von Mängeln	31
5.1.3	Rechte des Käufers (Gewährleistungsrecht)	34
5.1.3.1	Überblick	34
5.1.3.2	Rechte ohne Fristsetzung	34
5.1.3.3	Rechte nach Ablauf einer angemessenen Fristsetzung (erfolglose Nacherfüllung)	36
5.1.3.4	Verjährungsfristen von Mängelansprüchen	39
5.1.4	Garantie	39
5.2	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung)	45
5.2.1	Begriff Lieferungsverzug	45
5.2.2	Voraussetzungen des Lieferungsverzugs	46
5.2.3	Rechte des Käufers beim Lieferungsverzug	47
5.2.3.1	Überblick	47
5.2.3.2	Rechte ohne Fristsetzung	48
5.2.3.3	Rechte nach Ablauf einer angemessenen Fristsetzung (erfolglose Nacherfüllung)	48
6	Wirtschaftlichkeit der Beschaffung	54
6.1	Zielkonflikt zwischen Beschaffung und Lagerhaltung	54
6.2	Optimale Bestellmenge als Verfahren zur Mengenplanung	54
6.3	Bestellpunktverfahren als Verfahren der Zeitplanung	57
7	Wirtschaftlichkeit der Lagerhaltung	60
7.1	Aufgaben der Lagerhaltung	60

7.2	Lagerkennzahlen als Messgrößen zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit der Lagerhaltung	61
7.2.1	Arten der Lagerhaltungskosten	61
7.2.2	Festlegung von Mindest- und Meldebeständen	62
7.2.3	Berechnung von Lagerkennzahlen	63
7.2.4	Risiken einer fehlerhaften Lagerplanung	66
7.3	Just-in-time-Lieferung	66
8	Verbraucherschutzmaßnahmen	72
8.1	Notwendigkeit von staatlichen Verbraucherschutzmaßnahmen	72
8.2	Allgemeine Geschäftsbedingungen	72
8.2.1	Zielsetzungen und Begriff der allgemeinen Geschäftsbedingungen	72
8.2.2	Allgemeine Geschäftsbedingungen und Verbraucherschutz	73
8.3	Sondervorschriften des BGB für Verbraucherverträge	75
8.3.1	Einführung	75
8.3.2	Verbrauchsgüterkaufverträge	75
8.3.3	Fernabsatzverträge	76
8.3.4	Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (AGV)	79
9	Einkaufsprozess im Rechnungswesen	84
9.1	Wareneingangsbuchung mit Vorsteuer	84
9.1.1	Vorsteuer im Umsatzsteuersystem	84
9.1.2	Grundbuchung beim Einkauf von Waren	85
9.1.3	Buchhalterische Erfassung der Vorsteuer bei weiteren Fällen	87
9.2	Kreditorenbuchhaltung	88
9.2.1	Grundprinzip der Kreditorenbuchhaltung	88
9.2.2	Darstellung der Zusammenhänge zwischen Hauptbuchhaltung und Nebenbuchhaltung am Beispiel der Kreditorenbuchhaltung	89
9.3	Buchung von Sofortnachlässen und Bezugskosten	94
9.4	Buchung von Rücksendungen, Preisnachlässen, Liefererboni	97
9.4.1	Buchung von Rücksendungen und Preisnachlässen	97
9.4.2	Buchung von Liefererboni	100
9.5	Rechnungsausgleich	102
9.5.1	Buchung des Zahlungsausgangs ohne Skonto	102
9.5.2	Buchung des Zahlungsausgangs mit Skonto	104
10	Ermittlung und Buchung der Zahllast	109
10.1	Ermittlung und Begleichung der Zahllast	109
10.2	Ermittlung und Passivierung der Zahllast am Ende des Geschäftsjahres	110
11	Anlagegüter	113
11.1	Beschaffung von Anlagegütern	113
11.2	Abschreibungen auf Sachanlagen	117
11.2.1	Ursachen der Abschreibungen	117
11.2.2	Berechnung der Abschreibungen nach der linearen Methode	118
11.2.3	Buchung der Abschreibungen	119

Abschnitt 7: Existenzgründung

1	Vorbemerkungen	123
2	Geschäftsidee	124
3	Marketing	125
3.1	Begriffliche Grundlagen	125

3.2	Aufgaben des Marketings	126
3.3	Marktforschung	126
3.3.1	Begriff Marktforschung	126
3.3.2	Verfahren der Marktforschung	127
	3.3.2.1 Datenerhebung	127
	3.3.2.2 Marktanalyse, Marktbeobachtung, Marktprognose	130
3.3.3	Träger der Marktforschung	131
3.4	Marketinginstrumente	133
3.4.1	Überblick	133
3.4.2	Kommunikationspolitik	134
	3.4.2.1 Begriff Kommunikationspolitik	134
	3.4.2.2 Werbung	134
	3.4.2.3 Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	140
	3.4.2.4 Verkaufsförderung (Salespromotion)	141
3.4.3	Preispolitik	143
	3.4.3.1 Begriff Preispolitik und die Voraussetzungen der Preispolitik	143
	3.4.3.2 Ziele der Preispolitik	144
	3.4.3.3 Arten der Preisfindung	145
3.4.4	Produktpolitik (Produktgestaltung)	153
	3.4.4.1 Begriffe Produkt und Produktpolitik	153
	3.4.4.2 Merkmale eines Produkts	154
	3.4.4.3 Produktprogrammpolitik	157
	3.4.4.4 Sortimentspolitik	158
3.4.5	Distributionspolitik	161
	3.4.5.1 Begriffe Distribution und Distributionspolitik	161
	3.4.5.2 Absatzwege	162
	3.4.5.3 Absatz durch eigene Organe	163
	3.4.5.4 Absatz durch fremde Organe	165
3.5	Entwicklung eines Marketingkonzepts (Marketingmix)	173
3.5.1	Festlegung der Unternehmensziele	174
3.5.2	Auswahl möglicher Zielmärkte	174
3.5.3	Festlegung der Strategie zur Zielerreichung	175
3.5.4	Ableitung von Marketingunterzielen	176
3.5.5	Festlegung des Marketingmix	176
3.6	Überprüfung des Marketingkonzepts	177
3.6.1	Grundlegendes	177
3.6.2	Konzept des Produktlebenszyklus	178
3.6.3	Konzept des Marktwachstum-Marktanteil-Portfolios	180
4	Unternehmensformen	183
4.1	Fragen vor einer Existenzgründung	183
4.2	Anmeldepflichten eines Existenzgründers	184
4.3	Rechtliche Grundlagen der Unternehmen	184
4.3.1	Kaufmann	184
4.3.2	Handelsregister	186
4.3.3	Firma	187
4.3.4	Personen als Rechtssubjekte	189
4.4	Ausgewählte Rechtsformen der Unternehmung	192
4.4.1	Rechtsformen im Überblick	192
4.4.2	Einzelunternehmen	193
4.4.3	Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)	196
4.4.4	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	202
	4.4.4.1 Begriff GmbH, Kapital der GmbH und Firma der GmbH	202
	4.4.4.2 Gründung der GmbH	204

4.4.4.3	Organe der GmbH	206
4.4.4.4	Pflichten und Rechte der Gesellschafter	207
4.4.4.5	Auflösung und Bedeutung der GmbH	208
4.5	Entscheidung für die geeignete Rechtsform	210

Abschnitt 8: Volkswirtschaftliche Grundlagen

1	Grundzüge der sozialen Marktwirtschaft	214
1.1	Wirtschaftsordnungen	214
1.2	Soziale Marktwirtschaft als Realtyp einer Wirtschaftsordnung	215
1.2.1	Begriff soziale Marktwirtschaft	215
1.2.2	Ordnungsmerkmale der sozialen Marktwirtschaft	216
1.2.2.1	Garantierte Freiheitsrechte des Grundgesetzes	217
1.2.2.2	Einschränkung der Freiheitsrechte in der sozialen Marktwirtschaft	218
1.2.3	Maßnahmen zum Schutz sozial Schwacher in der sozialen Marktwirtschaft	220
1.2.3.1	Notwendigkeit sozialer Absicherung	220
1.2.3.2	Zweige und Träger der Sozialversicherung	221
1.2.3.3	Grundsicherung für Arbeitsuchende	221
1.2.3.4	Arbeitsschutzgesetzgebung	224
2	Wirtschaftspolitik	227
2.1	Ziele des Stabilitätsgesetzes	227
2.1.1	Übersicht über die wirtschaftspolitischen Ziele nach dem Stabilitätsgesetz	227
2.1.2	Darstellung der wirtschaftspolitischen Ziele.	228
2.1.3	Mögliche Zielkonflikte	234
2.1.4	Wirtschaftspolitische Kompromisse	238
2.2	Konjunktur	240
2.2.1	Begriff Konjunktur	240
2.2.2	Merkmale des Konjunkturverlaufs	240
2.2.3	Konjunkturindikatoren	242
2.2.4	Konjunkturpolitik	244
2.2.4.1	Begriff Konjunkturpolitik	244
2.2.4.2	Staatliche Konjunkturpolitik am Beispiel der Beschäftigungspolitik	245
3	Globalisierung	251
3.1	Begriff Globalisierung	251
3.2	Internationale Handelsverflechtungen	251
3.3	Beurteilung der Globalisierung	254
3.3.1	Chancen und Risiken der Globalisierung	254
3.3.2	Global Compact und fairer Handel zur Verringerung der Risiken	255
3.4	Nachhaltigkeit des Wirtschaftens	256
3.4.1	Begründungszusammenhang und Begriffsklärung	256
3.4.2	Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung	257
3.4.2.1	Ziele der Agenda 2030	257
3.4.2.2	Zielbeziehungen der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit	258
3.4.3	Klimapolitik	259
3.4.4	Klimaschutz in Deutschland	260
3.4.5	Klimaschutz durch das eigene Verhalten	261
	Abkürzungen der Gesetze	264
	Stichwortverzeichnis	265
	Vereinfachter Schulkontenrahmen Großhandel	