

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

* * * * *

3. Auflage 2019

© 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

ISBN 978-3-8120-0681-1

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, methodengeleitet** 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 2019

Merkurbuch 0816

EXCEL 2019

Merkurbuch 0817

Business Class
Merkurbuch 0855

oder

oder

WORD 2016

Merkurbuch 0812

EXCEL 2016

Merkurbuch 0813

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:

Lernsituationen Büromanagement Lernfelder 1 bis 6 (Merkurbuch 1681)

Lernsituationen Büromanagement Lernfelder 7 bis 13 (Merkurbuch 1682)

- Lernbücher und Arbeitshefte sind **aufeinander abgestimmt**. Im jeweiligen Lernbuch wird im Inhaltsverzeichnis und am Seitenrand durch das nebenstehende Symbol gekennzeichnet, bei welchen Unterrichtsthemen auf geeignete Lernsituationen aus dem jeweiligen Arbeitsheft zurückgegriffen werden kann. Es ist daher **ideal**, wenn Lernbücher und Arbeitshefte **gemeinsam im Unterricht eingesetzt** werden.
- Durch die **Verzahnung der Unterrichtsmaterialien** werden der Erwerb themenübergreifender Kompetenzen und die Ausarbeitung der didaktischen Jahresplanung einerseits vereinfacht; durch die **relative Selbstständigkeit** der einzelnen Materialien wird andererseits der pädagogische und schulorganisatorische Freiraum gewährleistet, der für die erfolgreiche Umsetzung des 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 3. Auflage

Für die Neuauflage wurden sämtliche IHK-Abschlussprüfungen der vergangenen vier Jahre gesichtet. Die inhaltliche Gewichtung in den Prüfungen schlägt sich jetzt noch konsequenter in dem Kompetenztraining des Lernbuches nieder. Zudem wurden die neuen Vorgaben, die der überarbeitete Aka/IHK-Prüfungskatalog mit sich bringt (z.B. weitere Kennzahlen), berücksichtigt. Neben der Prüfungsrelevanz galt im Rahmen der Überarbeitung ein großes Augenmerk rechtlichen Aktualisierungen (z.B. Datenschutz, Arbeitsstättenverordnung, Verpackungsrecht) und technischen Neuerungen (z.B. im Zahlungsverkehr, im IT-Bereich).

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser

Inhaltsverzeichnis

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



	1	Duales Ausbildungssystem	17
	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
	2	Informationen über den Betrieb	32
	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 innerhalb des erweiterten Wirtschaftskreislaufs	39
	2.4.2.2	Stellung innerhalb des vollständigen Wirtschaftskreislaufs	41
	2.5	Unternehmensleitbild und Unternehmensziele	44
LS 8	2.5.1	Unternehmensleitbild	44
	2.5.2	Unternehmensziele	45
	3	Eigene Stellung im Betrieb erfassen	50
	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
	4	Grundlagen der Präsentation	61
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



	1	Arbeitsraum und Arbeitsplatz gestalten	70
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
	2	Bürowirtschaftliche Abläufe organisieren und Termine überwachen	98
	2.1	Arbeitsplatz einrichten – Arbeitsabläufe steuern	98
	2.2	Arbeitsabläufe planen	100
LS 4	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
	2.3	Termine planen und überwachen	107
LS 5	2.3.1	Planen und kommunizieren	107
	2.3.2	Terminarten	109
	2.3.3	Hilfsmittel zur Terminplanung und -überwachung	109
	3	Sitzungen und Besprechungen vorbereiten, durchführen und nachbereiten	111
LS 6	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
	3.3	Protokolle führen	118
LS 7	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	125
	4	Informations- und Kommunikationswege nutzen	128
LS 11	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
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
5	Dokumente und Schriftstücke aufbewahren	185
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
6	Speichermedien verwenden	193
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
7	Datensicherheit und Datenpflege	198
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
8	Belastung am Arbeitsplatz und Arbeitssicherheit	210
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

1	Sich einen Überblick über den Geschäftsprozess der Auftragsbearbeitung verschaffen	223
2	Rechtliche Rahmenbedingungen erkunden	223
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
3	Abwicklung eines Kundenauftrags	234
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

4	Rechenarten zur Lösung kaufmännischer Sachverhalte	274
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

LS 1	1	Sich einen Überblick über den Beschaffungsprozess verschaffen	290
	1.1	Wirtschaftliche Bedeutung der Beschaffung	290
	1.2	Abfolge des Beschaffungsprozesses	290
	2	Beschaffungsplanung kennen und anwenden	291
	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
LS 2	2.3	Sich für Eigenfertigung (interne Bezugsquelle) oder Fremdbeschaffung (externe Bezugsquelle) entscheiden	299
LS 3	2.4	Produktwert berücksichtigen: ABC-Analyse	301
LS 4	2.5	Just-in-time-Konzeption beurteilen	304
LS 5	2.6	Optimale Bestellmenge bestimmen (Mengenplanung)	308
LS 6	2.7	Zeitpunkt der Bestellung bestimmen (Zeitplanung)	310
	2.8	Diagramme als Mittel der Veranschaulichung anwenden	313
LS 7	3	Bezugsquellen ermitteln	319
	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
LS 8	4	Lieferantenauswahl treffen	328
LS 9	4.1	Anfrage an Lieferanten erstellen	328
	4.2	Angebote vergleichen und bewerten	329
	4.2.1	Einfaktorenvergleich mit Bezugskalkulation	330
	4.2.2	Nutzwertanalyse (Mehrfaktorenvergleich)	331
LS 10, 11	4.3	Nachhaltiges Wirtschaften bei der Beschaffung beachten	335
	4.3.1	Ökologische Ausrichtung der Beschaffung	336
	4.3.2	Soziale Ausrichtung der Beschaffung am Beispiel des „Fairen Handels“	338

	5	Beschaffungsprozesse abwickeln	340
	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
	6	Vorgehen bei Vertragsstörungen planen	367
	6.1	Leistungsstörungen	367
	6.2	Mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung)	368
LS 15, 16	6.2.1	Begriff mangelhafte Lieferung	368
	6.2.2	Mängelarten	368
	6.2.3	Fristen für die Mängelrüge	369
	6.2.4	Rechte des Käufers (Gewährleistungsrechte)	370
	6.2.5	Übernahme von Garantieleistungen und Kulanz	374
	6.2.6	Verjährungsfristen von Mängelansprüchen	374
	6.3	Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Lieferung)	378
LS 17	6.3.1	Begriff Lieferungsverzug	378
	6.3.2	Voraussetzungen für den Eintritt des Lieferungsverzugs	378
	6.3.3	Rechte des Käufers beim Lieferungsverzug	380
	7	Zahlungsabwicklung überwachen	385
	7.1	Rechnung prüfen	385
	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



	1	Einen Überblick gewinnen über den Geschäftsprozess „Kunden akquirieren und binden“	407
	2	Marktsituation analysieren und beurteilen	408
	2.1	Marketing: Den Kunden im Mittelpunkt der betrieblichen Aktivitäten wahrnehmen	408
	2.2	Eigene Marktsituation anhand der Marktforschungs- und Kundendaten analysieren	410
LS 1, 2, 3	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
LS 4	2.5	Wettbewerbsituation der Branche analysieren	420
	2.6	Verhalten der Wettbewerber und Kunden vor dem Hintergrund konjunktureller Phasen erfassen	421
LS 5	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
LS 6	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
	3	Absatzpolitische Ziele ableiten und Wettbewerbsstrategien wählen	434
	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
LS 7	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
	4	Marketing-Mix aus Kommunikations- und Preispolitik planen	456
	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	Neuere Formen der Kommunikationspolitik	480
	4.6	Ein einheitliches Marketingkonzept (Marketing-Mix) entwickeln	481
LS 9	5	Marketing-Mix durchführen	484
	5.1	Werbebrief 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 10, 11	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
	6	Marketing-Mix evaluieren	500
	6.1	Erarbeiteten Marketing-Mix präsentieren	500
LS 12	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
LS 13, 14	6.4.1	Stakeholder-Konzept	506
	6.4.2	Auswirkungen der Kommunikationspolitik auf die Gesellschaft	509



Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen

	1	Werteströme eines Unternehmens	512
LS 1	1.1	Geld-, Güter-, Informationsstrom und der Begriff Geschäftsvorfälle	512
	1.2	Belegarten	513
	1.3	Begriff Buchführung	514
	2	Rechtliche Anforderungen an eine ordnungsmäßige Buchführung	515
	2.1	Buchführungspflicht, ordnungsmäßige Buchführung und die Aufbewahrung von Buchführungsunterlagen	515
	2.2	Umsatzsteuerpflichtige Geschäftsvorfälle	517
	3	Einführung in die Buchführung über die Bestandskonten	524
	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
	4	Erfolgskonten (Ergebniskonten)	553
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
	5	Buchung von Eingangs- und Ausgangsrechnungen einschließlich Umsatzsteuer	567
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
	6	Buchung von Zahlungsein- und -ausgängen unter Berücksichtigung von Skonto und Warenrücksendungen	579
	6.1	Buchung von Zahlungsein- und -ausgängen	579
	6.2	Buchungen von Warenrücksendungen und Skontozahlungen beim Wareneinkauf	582
LS 7, 8	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

	7	Erstellen einer Umsatzsteuer-Voranmeldung	599
LS 10	8	Kauf von Sachanlagegütern und das buchhalterische Erfassen der Wertminderungen von Sachanlagegütern	604
	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
	9	Inventur, Inventar, Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung	615
LS 11	9.1	Zusammenhänge	615
	9.2	Inventur und Inventar	617
	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
LS 12, 13	9.2.3	Inhalt und Aufbau des Inventars	619
	9.3	Bilanz	623
	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
	10	Beurteilung eines Unternehmens anhand der Bilanz	631
	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
LS 14	10.2.3	Kennzahl zur Zahlungsfähigkeit (Liquidität)	633
	11	Ermittlung und Bewertung des Betriebserfolgs	635
	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
	12	Notwendigkeit einer ordnungsmäßigen Buchführung als Voraussetzung für betriebliche Entscheidungs- und Nachweiszwecke sowie externe Überprüfungen	638
		Stichwortverzeichnis	643
		Bildverzeichnis	651
		AkA/IHK-Kontenplan	