

Vorwort	5
1. ORGANISIEREN DES WARENSORTIMENTS UND VON DIENSTLEISTUNGEN (ABSCHLUSSPRÜFUNG TEIL 1)	13
1.1 Warensortiment zusammenstellen und Dienstleistungen anbieten	13
1.1.1 Sortimentsmanagement	13
1.1.1.1 Sortimentsbegriff und Sortimentspyramide	13
1.1.1.2 Einflussfaktoren der Sortimentsbildung, Sortimentsaufbau und -umfang	14
1.1.1.3 Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit, Umweltzertifizierungen	14
1.1.1.4 Informationsquellen für die Sortimentsplanung und -gestaltung	15
1.1.1.5 Sortimentspolitik	15
1.1.2 Güter und Dienstleistungen im Sortiment	16
1.1.2.1 Güter- und Dienstleistungsarten im Sortiment	16
1.1.2.2 Produktlebenszyklus	17
1.1.3 Verpackung	17
1.1.3.1 Begriff und Funktionen der Verpackung	17
1.1.3.2 Verpackungsarten und Verpackungsmaterial	18
1.1.3.3 Gesetzliche Grundlagen und branchenübliche Fachbegriffe	18
1.2 Einkauf von Waren und Dienstleistungen marktorientiert planen, organisieren und durchführen	19
1.2.1 Beschaffungsplanung	19
1.2.1.1 Bedarfsermittlung	19
1.2.1.2 Bezugsquellenermittlung	20
1.2.1.3 Mengenplanung: Die optimale Bestellmenge	20
1.2.1.4 Zeitplanung: Bestellverfahren	21
1.2.1.5 Preisplanung	21
1.2.2 Organisation und Durchführung der Beschaffung	22
1.2.2.1 Anfrage	22
1.2.2.2 Angebot	23
1.2.2.3 Angebotsvergleich	25
1.2.2.4 Bestellung, Auftragsbestätigung und Kaufvertrag	27
1.3 Verkauf kundenorientiert planen und durchführen	27
1.3.1 ABC-Kundenanalyse zur strategischen Verkaufsplanung	27
1.3.2 Anfragen von Stamm- und Neukunden	28
1.3.3 Prüfung von Lieferfähigkeit und Lieferwilligkeit	28
1.3.4 Angebotserstellung gemäß DIN 5008	29
1.3.5 Auftragsannahme, Auftragserfassung und Auftragsbearbeitung	29
1.3.6 Beratungs- und Verkaufsgespräche kundenorientiert führen	30
1.3.6.1 Grundlagen einer erfolgreichen Kommunikation	30
1.3.6.2 Methoden und Techniken einer effektiven Gesprächs- und Verhandlungsführung	30
1.3.6.3 Ablauf und Phasen von Beratungs- und Verkaufsgesprächen	31
1.4 Elektronische Geschäftsprozesse (E-Business)	32
1.4.1 Definition und Beispiele	32
1.4.2 Informations- und Ressourcenmanagement	33
1.4.3 Stammdatenmanagement	34
1.4.4 Datenschutz und Datensicherheit	34

	Seite
1.5 Arbeitsorganisation projekt- und teamorientiert planen und steuern	35
1.5.1 Phasen und Methoden der Arbeitsorganisation	35
1.5.2 Zeitmanagement	37
1.5.3 Kreativitätstechniken	37
1.5.4 Teamarbeit	39
1.5.5 Präsentationstechniken	40
2. KAUFMÄNNISCHE STEUERUNG VON GESCHÄFTSPROZESSEN (ABSCHLUSSPRÜFUNG TEIL 2)	43
2.1 Kaufmännische Steuerung und Kontrolle durchführen	43
2.1.1 Grundlagen der Buchführung	43
2.1.1.1 Rechtsgrundlagen und Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung	43
2.1.1.2 Inventur und Inventar, Inventurdifferenzen	43
2.1.1.3 Bilanz	45
2.1.2 Buchen von Geschäftsfällen	47
2.1.2.1 Buchen auf Bestandskonten	47
2.1.2.2 Eröffnungsbilanzkonto und Schlussbilanzkonto	49
2.1.2.3 Buchen auf Erfolgskonten	49
2.1.2.4 Das Gewinn- und Verlustkonto	50
2.1.2.5 Buchungen auf Warenkonten	51
2.1.2.6 Umsatzsteuer und Vorsteuer	52
2.1.2.7 Besondere Buchungen im Wareneinkauf	53
2.1.2.8 Besondere Buchungen im Warenverkauf	55
2.1.3 Vorbereitende Jahresabschlussarbeiten	58
2.1.3.1 Abschreibung	58
2.1.3.2 Zeitliche Abgrenzung	58
2.1.3.3 Bewertung der Bilanzpositionen	59
2.1.4 Zahlungsverkehr	60
2.1.4.1 Zahlungsformen	60
2.1.4.2 Zinsrechnung und Effektivverzinsung bei Skontoausnutzung	61
2.1.4.3 Überwachung von Außenständen und Zahlungsverzug	61
2.1.4.4 Mahnverfahren und Verjährung	62
2.1.4.5 Kreditarten und Möglichkeiten der Kreditsicherung	64
2.1.5 Kosten- und Leistungsrechnung (KLR)	67
2.1.5.1 Zusammenhang und Unterschiede zwischen Finanzbuchführung (Fibu) und KLR	67
2.1.5.2 Abgrenzungsrechnung (Ergebnisrechnung)	67
2.1.5.3 Kostenartenrechnung	69
2.1.5.4 Kostenstellenrechnung	70
2.1.5.5 Kostenträgerrechnung als Deckungsbeitragsrechnung	71
2.1.6 Controlling	74
2.1.6.1 Funktionen des Controllings	74
2.1.6.2 Controllinginstrumente	74
2.1.6.3 Ermittlung und Beurteilung von Unternehmenskennzahlen	75
2.2 Arbeitsorganisation projekt- und teamorientiert planen und steuern	78
2.2.1 Projektmerkmale und Projektphasen	78
2.2.2 Projektziele und Projektbeschreibung (Definitionsphase)	79
2.2.3 Projektplanung (Planungsphase)	79
2.2.4 Projektablauf und -durchführung (Realisation)	79
2.2.5 Projektabschluss und -bewertung	80

3. PROZESSORIENTIERTE ORGANISATION VON GROß- UND AUßENHANDELSGESCHÄFTEN (ABSCHLUSSPRÜFUNG TEIL 2)

81

3.1	Handelsspezifische Beschaffungslogistik planen und steuern	81
3.1.1	Ziele und Aufgaben der Beschaffungslogistik	81
3.1.2	Beschaffungskonzepte	81
3.1.3	Lieferantenbewertung	82
3.1.4	Güterbeförderung	83
3.1.5	Containerarten	85
3.2	Einkauf von Waren und Dienstleistungen marktorientiert planen, organisieren und durchführen	86
3.2.1	Einkauf im Ausland	86
3.2.1.1	Wichtige Begriffe im Außenhandel	86
3.2.1.2	Risiken und Besonderheiten beim Handel mit dem Ausland	87
3.2.1.3	Incoterms® 2020	87
3.2.1.4	Wichtige Zollbegriffe	88
3.2.1.5	Währungsrechnen	91
3.2.2	Vertragserfüllung beim Einkauf	91
3.2.2.1	Rechte und Pflichten aus dem Kaufvertrag	91
3.2.2.2	Erfüllungsort und Gerichtsstand	91
3.2.2.3	Lieferungsverzug (Nicht-rechtzeitig-Lieferung)	92
3.2.2.4	Mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung)	93
3.2.2.5	Reklamations- und Beschwerdemanagement	95
3.3	Lagerlogistik planen, steuern und abwickeln	98
3.3.1	Ziele und Aufgaben der Lagerhaltung, Lagergrundsätze	98
3.3.2	Lagerarten	98
3.3.3	Ordnungssysteme der Warenlagerung	99
3.3.4	Warenannahme und Wareneingangskontrolle	99
3.3.5	Lagerabläufe und Lagerverwaltung mithilfe eines Warenwirtschafts- oder ERP-Systems	100
3.3.6	Voraussetzungen für das Just-in-time-Verfahren	100
3.3.7	Wareneinlagerung bei Lagerhaltern	101
3.3.8	Lagerbestandsgrößen und Lagerkennzahlen	101
3.3.9	Kosten der Lagerhaltung	103
3.3.10	Kommissionierung	104
3.3.11	Sicherheitsbestimmungen und -vorkehrungen im Lager	104
3.4	Marketingmaßnahmen planen, durchführen, kontrollieren und steuern	104
3.4.1	Marketing	104
3.4.1.1	Marketingbegriff und Marketingziele	104
3.4.1.2	Marktforschung	105
3.4.1.3	Marketinginformationsbeschaffung und Datenerhebungsverfahren	105
3.4.1.4	Nutzung digitaler Medien für die Marktforschung	106
3.4.2	Marketinginstrumente und Marketing-Mix	106
3.4.2.1	Produkt- und Sortimentspolitik	106
3.4.2.2	Kommunikationspolitik	106
3.4.2.3	Distributionspolitik	109
3.4.2.4	Preis- und Konditionenpolitik	110
3.4.2.5	Entwicklung eines Marketingkonzepts	110
3.4.2.6	Waren- und kundenbezogene Dienstleistungen als Marketinginstrument	111
3.4.2.7	Online-Auftritt und Internetmarketing	111

	Seite
3.4.2.8 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	113
3.4.2.9 Customer-Relationship-Management (CRM)	113
3.5 Verkauf kundenorientiert planen und durchführen	114
3.5.1 Ermittlung der Kundenstruktur	114
3.5.2 Betriebliche Vertriebskanäle kundenspezifisch nutzen	114
3.5.3 Online-Vertriebskanäle	115
3.5.4 Preisgestaltung	116
3.5.5 Ausführliche Kalkulationsverfahren zur Kalkulation von Verkaufspreisen	117
3.5.6 Verkürzte Kalkulationsverfahren (Kalkulationsvereinfachungen)	120
3.5.7 Verkaufsgespräche kunden- und ergebnisorientiert führen	121
3.5.8 Grundlagen des Vertragsrechts	122
3.5.8.1 Zustandekommen von Verträgen	122
3.5.8.2 Nichtigkeit und Anfechtbarkeit	123
3.5.8.3 Rechtsfähigkeit und Geschäftsfähigkeit	124
3.5.8.4 Annahmeverzug	124
3.5.8.5 Kaufvertragsarten	125
3.6 Besonderheiten bei Außenhandelsgeschäften	126
3.6.1 Ausfuhrverfahren	126
3.6.2 Ausfuhrkontrolle	126
3.6.3 Ausfuhrdokumente	127
3.6.4 Internationale Rechtsnormen	127
3.6.5 Rahmenbedingungen und Risiken beim Handel mit dem Ausland	127
3.6.6 Absicherung von Außenhandelsrisiken (Maßnahmen der Kreditsicherung)	128
3.6.7 Planung des Warenhandels mit der EU und mit Drittländern	131
3.6.8 Auswirkungen internationaler Handelsabkommen auf den Außenhandel	131
3.7 Retourenmanagement	132
3.8 Distribution planen und durchführen	133
3.8.1 Beförderungsarten	133
3.8.2 Versandspezifische Anforderungen	134
3.8.3 Transport-, Versand- und Begleitpapiere	135
3.8.4 Am Versandprozess beteiligte Personen	137
3.8.5 Planung des Warenversands	139
3.8.6 Sendungsverfolgung und -kontrolle	140
3.9 Internationale Berufskompetenz anwenden (nur Fachrichtung Außenhandel)	140
3.9.1 Übersicht über internationale Berufskompetenzen	140
3.9.2 Internationales Fachwissen	141
3.9.3 Interkulturelle Kompetenzen	141
3.9.4 Interkulturelle Kompetenzen in Gesprächssituationen einsetzen	142
3.9.5 Geschäftskorrespondenz in einer Fremdsprache (am Beispiel Englisch)	143
4. WIRTSCHAFTS- UND SOZIALKUNDE (ABSCHLUSSPRÜFUNG TEIL 2)	147
4.1 Wirtschaftliche Zusammenhänge	147
4.1.1 Bedürfnisse und Bedarf, Güterarten	147
4.1.2 Ökonomisches Prinzip (Wirtschaftlichkeitsprinzip)	148
4.1.3 Markt und Preis	148

	Seite
4.1.3.1 Marktarten	148
4.1.3.2 Marktfunktionen: Der Markt als Koordinationsinstanz	149
4.1.3.3 Bestimmungsfaktoren von Angebot und Nachfrage	149
4.1.3.4 Das Modell der vollständigen Konkurrenz	149
4.1.3.5 Marktformen nach der Anzahl der Marktteilnehmer	151
4.1.4 Konjunktur	151
4.1.4.1 Konjunkturphasen und konjunkturelle Entwicklung	151
4.1.4.2 Konjunkturindikatoren	152
4.1.4.3 Ursachen für Konjunkturschwankungen	152
4.1.4.4 Wirtschaftspolitische Entscheidungen und Maßnahmen	153
4.2 Die Bedeutung des Groß- und Außenhandels	153
4.2.1 Aufgaben und Funktionen des Großhandels	153
4.2.2 Arten und Betriebsformen des Großhandels	154
4.2.3 Zielsetzungen des Großhandels	154
4.2.4 Leitbild des Unternehmens	155
4.2.5 Tätigkeitsfelder des Großhandels	155
4.2.6 Stellung des Unternehmens am Markt	156
4.3 Aufbau und Organisation des Ausbildungsbetriebes	157
4.3.1 Kaufmannsbegriff und Rechtsformen von Unternehmen	157
4.3.1.1 Das Einzelunternehmen	157
4.3.1.2 Die Personengesellschaft am Beispiel der KG	158
4.3.1.3 Die Kapitalgesellschaft am Beispiel der GmbH	159
4.3.2 Die Aufbauorganisation eines Großhandelsunternehmens	159
4.3.3 Beziehungen des Ausbildungsbetriebes zur Unternehmensumwelt	160
4.3.4 Compliance	161
4.4 Rechtliche Rahmenbedingungen im Betrieb	162
4.4.1 Berufsausbildungsverhältnis und Ausbildungsvertrag	162
4.4.2 Arbeitsverhältnis und Arbeitsvertrag	165
4.4.3 Betriebsrat und Jugend- und Auszubildendenvertretung	168
4.4.4 Tarifverträge und Arbeitskampf	169
4.5 Betriebliches Personalwesen	171
4.5.1 Personalplanung	171
4.5.2 Personalbeschaffung	172
4.5.3 Personaleinsatz	172
4.5.4 Personalentwicklung	173
4.5.5 Lohn- und Gehaltsabrechnung	174
4.5.6 Personalfreisetzung	175
4.6 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit	175
4.7 Umweltschutz	177
5. DIE IHK-ABSCHLUSSPRÜFUNG AUF EINEN BLICK	179
5.1 Aufbau der Abschlussprüfung	179
5.2 Bestehen der Abschlussprüfung	180
Stichwortverzeichnis	183