

Die Grundlagen der Ausbildung beschreiben

1	Das duale System der Berufsausbildung in Deutschland erklären	15
	Methodischer Hinweis – Identifikation zuverlässiger Internetseiten	15
2	Den Unterschied der Ausbildungsberufe Sport- und Fitnesskauffrau/-mann und Sportfachmann/-frau erkennen	17
3	Grundlegende Begriffe des Sport- und Fitnessbereichs definieren . . .	19
3.1	Sport	19
3.2	Fitness	21
3.3	Wellness	22
3.4	Gesundheit	23
	Methodischer Hinweis – Anfertigen einer Mind-Map (Gedankenlandkarte) . .	24
4	Den Sport- und Fitnessbereich in Zahlen und Grafiken darstellen	25
	Methodischer Hinweis – Auswertung von Diagrammen und Schaubildern . .	25
	Methodischer Hinweis – Berechnung von Werten und Kennzahlen	26

Lernfeld 1: Den Betrieb erkunden und darstellen

1	Den Aufbau eines Unternehmens im Prozess der betrieblichen Leistungserstellung erkunden	32
	Methodischer Hinweis – Erstellung eines Plakats	33
1.1	Den Prozess der kundenorientierten Leistungserstellung erschließen	34
1.1.1	Das Produkt als Ergebnis der betrieblichen Leistungserstellung	34
1.1.2	Die optimale Kombination der betriebswirtschaftlichen Produktionsfaktoren	37
1.1.3	Weitere wichtige Bereiche der betrieblichen Leistungserstellung	40
1.2	Den Standort eines Unternehmens bestimmen	43
1.3	Den Aufbau eines Betriebes erkunden	46
1.3.1	Der Zusammenhang zwischen Aufgabenbereichen und Abteilungen	47
1.3.2	Stellenbeschreibungen und Organigramm	49
1.3.3	Die verschiedenen Formen der betrieblichen Organisation	51
	Methodischer Hinweis – Präsentation	56
1.4	Die betrieblichen Abläufe erfassen und darstellen	59
1.4.1	Die zeitliche Ablauforganisation	61
	Methodischer Hinweis – Projektmanagement (Erstellen eines Netzplanes)	68
1.4.2	Die raumorientierte Ablauforganisation	71
1.4.3	Die funktionsorientierte Ablauforganisation	74

1.5	Führungsstile unterscheiden und deren Auswirkung auf die Arbeitsmotivation und das Betriebsklima einschätzen	77
1.5.1	Idealtypische und realtypische Führungsstile	79
1.5.2	Die „Management-by-Führungstechniken“	81
1.5.3	Motivation, Demotivation und Betriebsklima	82
1.5.4	Instrumente der Mitarbeitermotivation	84
1.5.5	Das Rollenverhalten in der Teamarbeit	87
2	Einen Überblick über die Einrichtungen und Träger des Sports erarbeiten	90
2.1	Den unorganisierten Sport definieren	90
2.2	Die politischen Träger des Sports kennen	91
2.3	Vereine und Verbände zuordnen	93
2.3.1	Die Vereine als Träger des Sports	93
2.3.2	Der Deutsche Olympische Sportbund	93
2.4	Kommerzielle Einrichtungen als Träger des Sports erkennen	96
3	Gemeinnützige und kommerzielle Unternehmen der Sport- und Fitnessbranche unterscheiden und zuordnen	97
3.1	Nicht kommerzielle Unternehmen erkennen und zuordnen	97
3.2	Kommerzielle Unternehmen erkennen und zuordnen	101
	Methodischer Hinweis – Gesetzestexte lesen	103
3.3	Das Zielsystem kommerzieller Unternehmen erarbeiten	106
3.3.1	Wirtschaftliche (ökonomische) Zielsetzungen	106
3.3.2	Zielkonflikte	109
3.3.3	Weitere unternehmerische Zielsetzungen	110
3.4	Ein Unternehmensleitbild erarbeiten	114
4	Branchentypische Rechtsformen im Sport- und Fitnessbereich vergleichen	117
4.1	Das Einzelunternehmen analysieren	120
	Methodische Hinweise – Sachtexte analysieren	121
4.2	Die Gesellschaft des bürgerlichen Rechts erörtern	124
4.3	Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung erklären	129
4.3.1	Die Gründung der GmbH	129
4.3.2	Die Gründung als Unternehmergeellschaft (haftungsbeschränkt)	132
4.4	Den eingetragenen Verein darstellen	133
4.5	Weitere rechtliche Bestimmungen bei der Wahl der Rechtsform kennen	137
4.5.1	Natürliche und juristische Personen	137
4.5.2	Der Kaufmann gemäß Handelsgesetzbuch	138
4.5.3	Die Firma	142

4.5.4	Das Handels- und Vereinsregister	148
4.6	Sonstige Rechtsformen im Überblick darstellen	152
4.6.1	Offene Handelsgesellschaften (OHG) und Kommanditgesellschaften (KG) ..	152
4.6.2	Die Aktiengesellschaft	158
4.6.3	Die KGaA	162
4.6.4	Die GmbH & Co. KG	162
4.6.5	GmbH & Co. KGaA	162
4.6.6	Die Genossenschaft	162
4.6.7	Die stille Gesellschaft	163
4.6.8	Die Partnerschaftsgesellschaft	163

Lernfeld 2: Die Berufsausbildung selbstverantwortlich mitgestalten

1	Das Lernen selbst organisieren	167
1.1	Die Notwendigkeit lebenslangen Lernens anerkennen	167
1.2	Eigene Lernstrategien durch Lern- und Arbeitstechniken entwickeln	168
1.2.1	Die Lernstrategie nach Lerngegenstand auswählen	169
1.2.2	Die Assoziationstechnik anwenden	172
1.3	Einen geeigneten Arbeitsplatz gestalten	173
1.4	Das richtige Zeitmanagement umsetzen	175
	Methodischer Hinweis zur Zeitplanung – die ALPEN-Technik:	178
1.5	Das soziale Netzwerk gestalten – die SEELE des Lernens	179
2	Das Konzept der dualen Berufsausbildung erläutern	182
2.1	Das Berufsbildungsgesetz erklären	183
2.2	Den Rechtsrahmen der dualen Berufsausbildung beschreiben	189
2.2.1	Die Ausbildungsordnung für die betriebliche Ausbildung	189
2.2.2	Der Rahmenlehrplan für die berufsschulische Ausbildung	193
2.3	Die Aufgaben der an der Berufsausbildung Beteiligten darstellen	194
2.4	Das gemeinsame Ziel der Ausbildung identifizieren	196
3	Wesentliche Rechtsvorschriften der Berufsausbildung beurteilen	197
3.1	Das Jugendarbeitsschutzgesetz beachten	198
3.2	Die Arbeitszeitregelungen für Erwachsene in der Berufsausbildung erklären	200
3.3	Das Mutterschutzgesetz berücksichtigen	203
4	Die Mitwirkungsrechte darlegen – die betriebliche Mitbestimmung von jungen Arbeitnehmern und Auszubildenden	207
4.1	Die Möglichkeiten der Interessendurchsetzung bestimmen – die Jugend- und Auszubildendenvertretung (JAV)	207

4.2	Individuelle Mitbestimmungsrechte auch ohne gewählte Vertreter durchsetzen	210
5	Berufsbezogene Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutzbestimmungen anwenden.	211
5.1	Die Arbeitsschutzbestimmungen beachten	212
5.1.1	Ziele des Arbeitsschutzes und die Gefährdungsbeurteilung	212
5.1.2	Die Fachkraft für Arbeitssicherheit und Betriebsärzte	213
5.1.3	Der Sicherheitsbeauftragte	214
5.1.4	Der Arbeitsschutzausschuss	215
5.1.5	Wichtige rechtliche Grundlagen des Arbeitsschutzes im Überblick	215
5.2	Möglichkeiten des Gesundheitsschutzes durch die Berufsgenossenschaft erörtern	217
5.3	Die geltenden Umweltschutzbestimmungen berücksichtigen und ein Umweltmanagement einrichten	220
5.3.1	Gesellschaftliche und gesetzliche Rahmenbedingungen	220
5.3.2	Betriebliches Umweltmanagement	222
6	Den betrieblichen und privaten Datenschutz einhalten	225
6.1	Personenbezogene Daten schützen	225
6.1.1	Die Pflichten des Unternehmers	225
6.1.2	Der Datenschutzbeauftragte in einem Unternehmen/Organisation	230
6.2	Die Rechte des Betroffenen beachten	232
6.2.1	Rechte von Privatpersonen	232
6.2.2	Der Adresshandel	233
6.2.3	Die Rechte und Pflichten im Handel mit personenbezogenen Daten	233
6.2.4	Der Schutz vor unerwünschter Werbung	235
7	Die Notwendigkeit der sozialen Sicherung und der privaten Vorsorge erkennen	236
7.1	Die Säulen der sozialen Sicherung erläutern	236
7.1.1	Die Arbeitslosenversicherung	238
7.1.2	Die Sozialhilfe	245
7.1.3	Die gesetzliche Krankenversicherung	246
7.1.4	Die Pflegeversicherung	253
7.1.5	Die gesetzliche Unfallversicherung	256
7.1.6	Die Rentenversicherung	257
7.2	Die private Vorsorge	262
7.2.1	Die betriebliche Altersvorsorge	263
7.2.2	Möglichkeiten der zusätzlichen privaten Vorsorge und staatlichen Förderung	264

Lernfeld 3: Geschäftsprozesse erfassen und auswerten

1	Den Material-, Informations- und Wertefluss analysieren	272
1.1	Daten gewinnen und nutzen	272
1.2	Geschäftsprozesse erfassen und abbilden	273
1.3	Eine Inventur durchführen (Istanalyse)	275
1.3.1	Die Inventur	275
1.3.2	Anlässe für die Inventur unterscheiden	277
1.3.3	Die möglichen Inventurverfahren unterscheiden	278
1.4	Das Inventar erstellen	282
2	Den Unternehmenserfolg ermitteln und die Vermögens-, Finanz- sowie Ertragslage des Betriebes beurteilen	286
2.1	Den Gewinn durch einen Eigenkapitalvergleich ermitteln	286
2.2	Die Bilanz erstellen und auswerten	287
2.2.1	Die Erstellung der Bilanz	287
2.2.2	Die Auswertung der Bilanz	292
2.2.3	Die Grenzen der Bilanzanalyse erkennen	294
2.2.4	Die Umsetzung einer Geschäftsidee als Bilanz darstellen	294
3	Relevante Rechtsvorschriften beachten	296
3.1	Die Buchführungspflicht feststellen	296
3.1.1	Die Buchführungspflicht nach Handelsgesetzbuch (HGB)	296
3.1.2	Die Buchführungspflicht nach Abgabenordnung (AO)	298
4	Wertveränderungen erkennen und in der Bilanz erfassen	299
4.1	Der Aktivtausch	299
4.2	Die Aktiv-Passiv-Mehrung	300
4.3	Die Aktiv-Passiv-Minderung	301
4.4	Der Passivtausch	302
5	Bestands- und erfolgswirksame Geschäftsvorgänge buchen	304
5.1	Die Logik der Buchführung und des Kontensystems erkennen	304
5.1.1	Die Bestandskonten	306
5.1.2	Die Erfolgskonten	308
5.1.3	Kontenrahmen und Kontenplan	309
5.1.4	Das Belegprinzip beachten	309
5.2	Bestandswirksame Geschäftsvorgänge buchen	311
5.2.1	Das Grundbuch	311
5.2.2	Der einfache Buchungssatz	312
5.2.3	Der zusammengesetzte Buchungssatz	314

5.2.4	Die Eröffnung der Bestandskonten über das Eröffnungsbilanzkonto (Saldenvorträge)	315
5.2.5	Die Buchungen auf den Bestandskonten	317
5.2.6	Der Abschluss der Bestandskonten	318
5.3	Erfolgswirksame Geschäftsvorgänge buchen	321
5.3.1	Aufwendungen	322
5.3.2	Erträge	323
5.3.3	Das Gewinn- und Verlustkonto	323
5.4	Das Kassenbuch führen	330
5.5	Die Umsatzsteuer beim Buchen berücksichtigen	331
5.5.1	Das System der Umsatzsteuer verstehen	331
5.5.2	Die Buchung der Vorsteuer im Einkauf	334
5.5.3	Die Buchung der Umsatzsteuer im Verkauf	335
5.5.4	Der Abschluss der Konten	335
5.6	Aufwendungen und Erträge beim Jahresabschluss zeitlich abgrenzen.	338
6	Die gewonnenen Daten als Grundlage für ökonomische Entscheidungen nutzen	343
6.1	Das Kennzahlensystem der finanzwirtschaftlichen Analyse nutzen	344
6.2	Eine Investitionsanalyse durchführen	344
6.3	Eine Finanzierungsanalyse erstellen	345
6.4	Die Liquidität eines Unternehmens analysieren	345
6.5	Die Rentabilität eines Unternehmens ermitteln	347

Lernfeld 4: Märkte analysieren und Marketingstrategien entwickeln

1	Bedürfnisse und Interessenlagen der Wirtschaftssubjekte erschließen	349
	Methodischer Hinweis – Kartenabfrage	350
1.1	Unterschiedliche Bedürfnisse erschließen	351
1.2	Unterschiedliche Interessen der Wirtschaftssubjekte erschließen	353
1.3	Den Wirtschaftskreislauf erläutern	355
1.4	Das ökonomische Prinzip anwenden	357
1.5	Die Güter als Mittel der Bedürfnisbefriedigung einordnen	359
2	Den Markt als Koordinationsinstanz unterschiedlicher Interessen charakterisieren	362
2.1	Freie Marktwirtschaft und Zentralverwaltungswirtschaft unterscheiden. ...	362
2.2	Die soziale Marktwirtschaft der Bundesrepublik Deutschland erläutern ...	363
2.3	Marktformen und Marktarten unterscheiden	365
2.4	Die Marktpreisbildung im Polypol darstellen	369

3	Chancen und Risiken von Unternehmenszusammenschlüssen abwägen. .	373
3.1	Kooperationen von Unternehmen analysieren.	375
3.2	Konzentrationen von Unternehmen analysieren	378
4	Den Markt im Sport- und Fitnessbereich definieren.	380
4.1	Den Markt für Sport- und Fitnessbetriebe beschreiben.	380
4.2	Die Strukturanalyse des Marktes (Nachfrageseite).	381
4.3	Die Situationsanalyse des Marktes	383
	Methodischer Hinweis – Checkliste	385
5	Methoden und Instrumente der Marktforschung begründet auswählen . .	386
5.1	Die Möglichkeiten der Primär- und Sekundärforschung unterscheiden	388
5.1.1	Die Sekundärforschung	388
5.1.2	Die Primärforschung.	390
5.2	Entscheidungsprobleme in der Marktforschung erörtern	391
5.3	Den Dienstleistungsmarkt analysieren	392
5.3.1	Eigen- oder Fremdforschung.	392
5.4	Erhebungsmethoden begründet auswählen	393
5.4.1	Die Befragung.	394
5.4.2	Die Beobachtung	397
5.4.3	Das Experiment	397
6	Marketinginstrumente zielgruppenorientiert anwenden	398
6.1	Produktvarianten und Sortimente gestalten – die Produktpolitik im Marketingmix	399
6.1.1	Die Produktpolitik	399
6.1.2	Die Sortimentspolitik	400
6.1.3	Produktvariation und Produktinnovation	402
6.1.4	Kreativitätstechniken für die Produktentwicklung.	405
	Methodischer Hinweis – morphologischer Kasten	406
	Methodischer Hinweis – Brainstorming.	408
	Methodischer Hinweis – Methode 6-3-5 (Brainwriting)	409
6.1.5	Reaktive und proaktive Produktpolitikstrategien	410
6.1.6	Das Lebenszykluskonzept und die Portfolioanalyse	411
6.2	Möglichkeiten der Preisgestaltung erörtern – die Preispolitik im Marketingmix.	417
6.2.1	Die nachfrageorientierte Preisfestsetzung.	417
6.2.2	Die kostenorientierte Preisfestsetzung.	420
6.2.3	Die wettbewerbsorientierte Preisfestsetzung	421
6.2.4	Handlungsempfehlungen aus dem Produktlebenszyklus	422
6.2.5	Die Preisdifferenzierung.	423

6.2.6	Die Rabattpolitik	426
6.3	Absatzwege kundenorientiert auswählen – die Distributionspolitik im Marketingmix.	428
6.3.1	Der direkte Vertrieb	428
6.3.2	Der indirekte Vertrieb	429
6.3.3	Die Absatzorgane des Direktabsatzes	430
6.4	Möglichkeiten und Grenzen der Kundenbeeinflussung erfassen – die Kommunikationspolitik im Marketingmix	438
6.4.1	Salespromotion	439
6.4.2	Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring	441
6.4.3	Corporate Identity	442
	Aufstellung interessanter Internetseiten	444
	Bildquellenverzeichnis	448
	Sachwortverzeichnis	449