

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG

| | |
|--|----|
| Modellunternehmen Autohaus Köppel GmbH | 10 |
|--|----|

LERNFELD 1

| | |
|--|----|
| Den Betrieb präsentieren und die betriebliche Zusammenarbeit aktiv mitgestalten..... | 19 |
|--|----|

| | |
|---|-----------|
| 1 Der Kraftfahrzeugbetrieb in der Gesamtwirtschaft | 19 |
| 1.1 Grundtatbestände wirtschaftlichen Handelns..... | 24 |
| 1.1.1 Zusammenhang zwischen Bedürfnissen und Gütern | 24 |
| 1.1.2 Produktionsfaktoren und ihr Einsatz nach dem ökonomischen Prinzip | 27 |
| 1.1.3 Der Kraftfahrzeugbetrieb in der arbeitsteiligen Wirtschaft | 29 |
| 1.1.4 Stellung der Unternehmen im einfachen Wirtschaftskreislauf..... | 31 |
| 1.2 Organisation und Aufgaben eines Kraftfahrzeugbetriebs | 32 |
| 1.2.1 Leistungsangebot eines Kraftfahrzeugbetriebs | 32 |
| 1.2.2 Aufbauorganisation eines Kraftfahrzeugbetriebs | 33 |
| 1.2.3 Aufgaben der Geschäftsleitung und der Abteilungen | 37 |
| 1.2.4 Leitungssysteme – wer hat wem was zu sagen?..... | 41 |
| 1.2.5 Projektorganisation – Teams auf Zeit | 44 |
| 1.2.6 Informelle Organisation – wer kennt wen? | 46 |
| 1.3 Vertretungsmacht – Entlastung und Motivation | 47 |
| 1.3.1 Handlungsvollmacht – nur für gewöhnliche Rechtsgeschäfte | 48 |
| 1.3.2 Prokura – auch für außergewöhnliche Rechtsgeschäfte | 49 |
| 1.4 Rechtsformen von Kraftfahrzeugbetrieben..... | 50 |
| 1.4.1 Handelsrechtliche Grundlagen – Kaufleute, Firma und Handelsregister | 51 |
| 1.4.2 Bestimmungsgründe für die Wahl der Rechtsform | 55 |
| 1.4.3 Einzelunternehmen – alleine schalten und walten | 56 |
| 1.4.4 Kommanditgesellschaft – mitgegangen, aber nicht mitgehangen | 58 |
| 1.4.5 Gesellschaft mit beschränkter Haftung – wer hat das Sagen? | 61 |
| 1.4.6 Aktiengesellschaft – ideal für Großunternehmen | 66 |
| 1.5 Geschäftspartner in der Kraftfahrzeugbranche | 72 |
| 1.5.1 Innen- und Außenorganisation im Überblick | 73 |
| 1.5.2 Direkter Vertrieb durch Hersteller und Importeure | 73 |
| 1.5.3 Vertrieb durch Handelsorganisationen der Hersteller und Importeure | 73 |
| 1.5.4 Vertrieb durch Handelsvertreter – Agenturgeschäft | 75 |
| 1.5.5 Vertrieb über das Internet – Vertriebsweg der Zukunft?..... | 75 |
| 1.5.6 Vertrieb durch freie Kraftfahrzeugbetriebe | 76 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1.5.7 | Vertrieb durch Großbetriebsformen des Einzelhandels – Super Retailing | 77 |
| 1.5.8 | Wettbewerbsregeln auf dem Kraftfahrzeugmarkt – Gruppenfreistellung | 78 |
| 2 | Berufsausbildung im dualen System | 96 |
| 2.1 | Berufsausbildungsvertrag – Niederschrift erforderlich | 97 |
| 2.1.1 | Duales System – zwei Lernorte | 98 |
| 2.1.2 | Form und Mindestinhalte des Ausbildungsvertrags | 100 |
| 2.1.3 | Rechte und Pflichten nach dem Berufsbildungsgesetz | 101 |
| 2.1.4 | Beginn und Ende des Berufsausbildungsverhältnisses | 103 |
| 2.2 | Jugendarbeitsschutzgesetz – Schutz des jugendlichen Arbeitnehmers | 105 |
| 2.2.1 | Geltungsbereich | 106 |
| 2.2.2 | Wesentliche Schutzvorschriften | 106 |
| 2.2.3 | Überwachung der Vorschriften des JArbSchG | 107 |
| 2.3 | Arbeitssicherheit und Unfallschutz am Arbeitsplatz | 108 |
| 2.3.1 | Definition und Grundlagen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes. ... | 108 |
| 2.3.2 | Organisation des betrieblichen Arbeits- und Gesundheitsschutzes ... | 109 |
| 2.3.3 | Maßnahmen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes | 110 |
| 2.3.4 | Betriebliches Gesundheitsmanagementsystem (BGM) | 115 |
| 2.4 | Tarifvertrag – Garant des sozialen Friedens | 117 |
| 2.4.1 | Abschluss und Beendigung des Tarifvertrags | 117 |
| 2.4.2 | Arten und Funktionen des Tarifvertrags | 119 |
| 2.4.3 | Tarifverhandlungen mit Kampfmaßnahmen | 121 |
| 2.5 | Mitwirkung und Mitbestimmung der Arbeitnehmer | 126 |
| 2.5.1 | Ebenen der Mitbestimmung im Überblick | 126 |
| 2.5.2 | Mitwirkungsrechte des einzelnen Arbeitnehmers | 127 |
| 2.5.3 | Betriebsrat – Interessenvertretung der Arbeitnehmer vor Ort | 128 |
| 2.5.4 | Jugend- und Auszubildendenvertretung – nur mit Betriebsrat | 130 |
| 2.5.5 | Betriebsvereinbarung – Arbeitgeber mit Betriebsrat | 131 |

LERNFELD 2

Bestände und Erfolgsvorgänge erfassen und den Jahresabschluss vorbereiten 144

| | | |
|----------|---|------------|
| 1 | Das Rechnungswesen im Autohaus | 144 |
| 1.1 | Aufgaben des Rechnungswesens | 144 |
| 1.2 | Das Inventar | 146 |
| 1.3 | Die Bilanz | 149 |
| 2 | Buchungen auf Bestandskonten | 157 |
| 2.1 | Wertveränderungen in der Bilanz | 157 |
| 2.2 | Auflösung der Bilanz in Konten | 159 |
| 2.3 | Aktive und passive Bestandskonten | 161 |
| 2.4 | Abschluss der Bestandskonten | 163 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 3 | Organisation der Buchführung | 170 |
| 3.1 | Der Kontenrahmen | 170 |
| 3.2 | Bearbeitung von Belegen | 173 |
| 3.3 | Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung | 177 |
| 3.4 | Grundbuch, Hauptbuch, Nebenbücher | 178 |
| 4 | Die Erfolgskonten | 184 |
| 4.1 | Aufwendungen..... | 184 |
| 4.2 | Erträge | 186 |
| 4.3 | Abschluss der Erfolgskonten | 187 |
| 5 | Die Umsatzsteuer mit Prozentrechnen | 194 |
| 5.1 | Prozentrechnen..... | 194 |
| 5.2 | Umsatzsteuer..... | 196 |
| 5.3 | Abschluss der Umsatzsteuerkonten | 200 |
| 6 | Vorbereitung des Jahresabschlusses | 204 |
| 7 | Der Jahresabschluss | 226 |

LERNFELD 3

| | |
|---|-----|
| Teile und Zubehör beschaffen und lagern | 234 |
|---|-----|

| | | |
|----------|---------------------------------------|------------|
| 1 | Die Beschaffung | 234 |
| 1.1 | Die Beschaffungsanbahnung | 235 |
| 1.1.1 | Prozessübersicht..... | 235 |
| 1.1.2 | Bedarfsermittlung..... | 237 |
| 1.1.3 | Einkaufsdisposition | 238 |
| 1.1.4 | Sortimentsplanung..... | 238 |
| 1.1.5 | Mengenplanung..... | 240 |
| 1.1.6 | Zeitplanung | 242 |
| 1.1.7 | Bezugsquellenermittlung | 245 |
| 1.2 | Die Vorbereitung der Bestellung | 246 |
| 1.2.1 | Warenanpreisung | 247 |
| 1.2.2 | Die Anfrage | 248 |
| 1.2.3 | Das Angebot | 250 |
| 1.2.4 | Inhalte des Angebots | 252 |
| 1.2.5 | Angebotsbearbeitung..... | 260 |
| 1.3 | Beschaffungsdurchführung | 264 |
| 1.3.1 | Bestellung..... | 264 |
| 1.3.2 | Auftragsbestätigung..... | 265 |
| 1.3.3 | Wareneingang | 266 |
| 1.3.4 | Störungen des Kaufvertrags | 267 |
| 2 | Die Lagerhaltung | 279 |
| 2.1 | Grundlagen der Lagerhaltung | 279 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 2.2 | Organisation eines Lagers..... | 284 |
| 2.3 | Wirtschaftlichkeit des Lagers | 290 |
| 2.3.1 | Lagerkennzahlen | 292 |
| 2.3.2 | Bedeutung der Lagerkennzahlen..... | 299 |
| 3 | Der Absatz | 308 |
| 3.1 | Verbrauch und Verkauf | 308 |
| 3.2 | Allgemeine Geschäftsbedingungen | 310 |
| 4 | Der Zahlungsverkehr und der Wareneinkauf | 319 |
| 4.1 | Zahlungsmittel | 319 |
| 4.2 | Zahlungsarten | 320 |
| 4.2.1 | Barzahlung | 321 |
| 4.2.2 | Halbbare Zahlung | 322 |
| 4.2.3 | Bargeldlose Zahlung..... | 323 |
| 4.2.4 | Halbbare und bargeldlose Zahlung mit Scheck | 326 |
| 4.2.5 | Zahlungen mit Girokarte, per Kreditkarte oder Electronic Cash, kontaktlosem Zahlverfahren, ELV/Sepa-Lastschriftverfahren und Home- bzw. Onlinebanking | 328 |
| 4.2.6 | Weitere Zahlungsmöglichkeiten | 332 |
| 4.3 | Der Wareneinkauf | 334 |
| 4.4 | Währungsrechnen beim Wareneinkauf | 338 |
| 5 | Umweltschutz im Autohaus | 343 |
| 5.1 | Allgemeine Aspekte | 343 |
| 5.2 | Umweltschutz beim Einkauf..... | 345 |
| 5.3 | Umweltschutz beim Transport..... | 346 |
| 5.4 | Umweltschutz bei der Lagerung | 348 |
| 5.5 | Umweltgerechte Entsorgung | 350 |
| 6 | EDV im Autohaus | 355 |
| 6.1 | Grundlagen..... | 355 |
| 6.2 | Warenwirtschaftssysteme..... | 361 |

LERNFELD 4

| | | |
|----------|---|------------|
| | Teile und Zubehör verkaufen | 365 |
| 1 | Das Sortiment | 365 |
| 1.1 | Sortimentsaufbau und Sortimentsbegriffe..... | 366 |
| 1.2 | Sortimentspolitik | 368 |
| 2 | Produktplatzierung und -präsentation | 370 |
| 2.1 | Produktpräsentation im Autohaus | 371 |
| 2.2 | Präsentation von Neuwagen in Schauräumen..... | 373 |
| 2.3 | Visual Merchandising | 374 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 3 | Kundenerwartungen | 377 |
| 3.1 | Kundenerwartungen an die Automobilkauffrau/den Automobilkaufmann ... | 378 |
| 3.2 | Erwartungen an das Autohaus und seine Produkte | 380 |
| 4 | Verbale und nonverbale Kommunikation | 384 |
| 4.1 | Die Sprache. | 385 |
| 4.1.1 | Gesprächsstörer. | 385 |
| 4.1.2 | Gesprächsförderer | 387 |
| 4.1.3 | Kundenorientierte Sprache. | 388 |
| 4.2 | Körpersprache | 391 |
| 5 | Richtiges Verhalten in unterschiedlichen Gesprächssituationen | 396 |
| 5.1 | Frageformen. | 397 |
| 5.2 | Situationsgerechte Kontaktaufnahme. | 400 |
| 6 | Bedarfsermittlung bei beratungsintensiven Produkten | 405 |
| 6.1 | Vertrauensauslöser verwenden | 406 |
| 6.2 | Direkte Bedarfsermittlung | 407 |
| 6.3 | Indirekte Bedarfsermittlung. | 408 |
| 7 | Kaufmotive ermitteln und passende Produkte vorführen | 411 |
| 7.1 | Kaufmotive und Nutzenerwartungen | 412 |
| 7.2 | Produkte vorführen | 414 |
| 8 | Mit Argumenten vom Produkt und Preis überzeugen | 419 |
| 8.1 | Produkt- und kundenbezogene Verkaufsargumente | 420 |
| 8.1.1 | Produktbezogene Verkaufsargumente. | 420 |
| 8.1.2 | Kundenbezogene Verkaufsargumente | 421 |
| 8.2 | Motiv- und umweltbezogene Verkaufsargumente. | 422 |
| 8.2.1 | Motivbezogene Verkaufsargumente | 423 |
| 8.2.2 | Umweltbezogene Verkaufsargumente. | 423 |
| 8.3 | Argumentationstechnik. | 424 |
| 8.4 | Preisgespräche überzeugend führen | 425 |
| 8.4.1 | Das Preis-Leistungs-Verhältnis. | 425 |
| 8.4.2 | Die richtige Preisargumentation verhindert Preisschocks. | 426 |
| 8.4.3 | Preisvorstellungen des Kunden beachten. | 427 |
| 9 | Kundeneinwände und Verkaufsabschluss | 431 |
| 9.1 | Gründe für Kundeneinwände. | 431 |
| 9.2 | Methoden der Einwandbehandlung. | 433 |
| 9.3 | Der Verkaufsabschluss. | 435 |
| 9.3.1 | Der Kunde signalisiert Kaufbereitschaft | 435 |
| 9.3.2 | Abschlusstechniken | 436 |
| 9.3.3 | Abschlussverstärker sichern die Kaufentscheidung des Kunden ab ... | 437 |
| 10 | Besondere Verkaufssituationen bewältigen | 441 |
| 10.1 | Verkauf von Zubehör | 442 |
| 10.2 | Alternativangebote richtig unterbreiten | 443 |

| | | |
|---|--|------------|
| 10.3 | Kunden mit Begleitpersonen | 444 |
| 10.4 | Reklamation und Umtausch | 447 |
| 10.4.1 | Reklamationen | 447 |
| 10.4.2 | Umtausch | 450 |
| 10.5 | Kaufvertragsstörungen | 455 |
| 10.6 | Kommunikation mit Vertragspartnern bei Kaufvertragsstörungen..... | 455 |
| 10.6.1 | Mahnwesen | 455 |
| 10.6.2 | Verjährung | 459 |
| 11 | Der Warenverkauf | 462 |
| 11.1 | Buchung des Warenverkaufs | 462 |
| 11.2 | Abschluss der Wareneinkaufs- und Warenverkaufskonten | 467 |
| 12 | Währungsrechnen und Privatbuchungen | 469 |
| 12.1 | Währungsrechnen beim Warenverkauf | 469 |
| 12.2 | Eigenverbrauch, Privatentnahmen, Privateinlagen | 470 |
| 13 | Buchungen beim Zahlungsverkehr | 474 |
| 13.1 | Zahlungsverkehr mit Lieferanten und Kunden..... | 474 |
| 13.2 | Zahlungsformen | 475 |
| 13.3 | Buchung von Zahlungseingängen und Zahlungsausgängen..... | 476 |
| 13.4 | Zahlung mit Skontoabzug | 479 |
| 13.5 | Kontoführungsgebühren und Nebenkosten des Geldverkehrs..... | 483 |
| 13.6 | Rücksendungen und Gutschriften..... | 484 |
| ENGLISCH – LERNFELD 3 | | |
| Teile und Zubehör beschaffen und lagern | | 491 |
| 1 | Anfragen in englischer Sprache verfassen und Korrespondenzen führen | 491 |
| 1.1 | Schreiben in ausländischer Sprache verfassen | 491 |
| 1.2 | Formulieren einer Anfrage | 495 |
| ENGLISCH – LERNFELD 4 | | |
| Teile und Zubehör verkaufen | | 499 |
| 1 | Kunden in fremder Sprache beraten | 499 |
| 1.1 | Cockpit-Handbuch (Manuals – Book of Instructions) | 499 |
| 1.2 | Gespräche am Telefon führen (On the Phone) | 502 |
| 1.3 | Gespräche im Verkaufsraum (Receiving a Visitor and Sales Talks) | 505 |
| 1.3.1 | Besucher empfangen (Receiving a Visitor) | 505 |
| 1.3.2 | Verkaufsgespräche führen (Sales Talks)..... | 507 |
| Glossary | | 512 |
| Sachwortverzeichnis | | 518 |
| Bildquellenverzeichnis | | 525 |

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 |