

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 Unternehmergegesellschaft (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..... Methodischer Hinweis – morphologischer Kasten	405
	Methodischer Hinweis – Brainstorming.....	406
	Methodischer Hinweis – Methode 6-3-5 (Brainwriting)	408
6.1.5	Reaktive und proaktive Produktpolitikstrategien	409
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