

Hug
Kaier
Schmid
Speth

Betriebswirtschaft für das kaufmännische Berufskolleg I



9. Auflage 2023

Merkur 
Verlag Rinteln



KB 1 Lernsituation 1

1.

S. 22

Handlungsleitendes Prinzip der Agenda 2030	Nachhaltige Entwicklungsziele
Mensch	
Planet	
Wohlstand	
Frieden	
Partnerschaft	



Kompetenztraining 4

S. 51

	Kontrollfragen	Antworten
S	Was genau soll erreicht werden?	
M	Woran kann die Zielerreichung gemessen werden?	
A	Wird das Ziel von den Beteiligten akzeptiert?	
R	Ist das gewünschte Ziel erreichbar?	
T	In welchem Zeitrahmen soll das Ziel erreicht werden?	

Daraus lässt sich das Unternehmensziel für die Sport-Burr KG folgendermaßen formulieren:

**Kompetenztraining 9****S. 54**

Ziel	Maßnahme	Abgleich SDGs
Erweiterung des Angebots elektrifizierter Antriebskonzepte.	40 % der Audi Neufahrzeuge verfügen über einen elektrifizierten Antrieb.	
Sicherstellung der Verfügbarkeit von Schnellladeinfrastruktur entlang der Langstreckenverkehrsachsen in Europa und den USA zur Förderung der Langstreckentauglichkeit von Elektrofahrzeugen.	Infrastrukturausbau in Kooperation mit verschiedenen Partnern in Europa und den USA als Anschubleistung für Elektrofahrzeuge.	
Erhöhung der Verkehrssicherheit.	Weiterentwicklung von Technologien hin zum autonomen Fahren.	
Nachhaltigkeit in die Lieferantenbeziehung integrieren.	Schulungen aller Mitarbeiter der Beschaffung, um für Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferantenbeziehung zu sensibilisieren.	
Alle Werke CO ₂ -neutral.	Planung und Umsetzung von standortspezifischen Maßnahmenpaketen zur Zielerreichung.	
Methodische und inhaltliche Aktualisierung der Berufsausbildung und Weiterbildung.	Beibehaltung der Ausbildungszahlen und Weiterbildungstage auf hohem Niveau.	
Förderung von Chancengleichheit.	Steigerung des Frauenanteils in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands auf 8 % und in der zweiten Führungsebene auf 16 %.	

Quelle: Audi AG, Nachhaltigkeitsbericht 2018 – Zwischenbericht, Ingolstadt 2018.



Kompetenztraining 19

Standortfaktoren	Gewich- tung	Standort							
		I		II		III		IV	
		Punkte	Gewichtete Punkte	Punkte	Gewichtete Punkte	Punkte	Gewichtete Punkte	Punkte	Gewichtete Punkte
Grundstück									
Verkehrsanbindung									
Arbeitsbeschaffung									
Infrastruktur									
Summe der Punkte	100								

Aufgrund der höchsten Gesamtpunktzahl von _____ sollte sich der Sport-Burr KG für den Standort _____ entscheiden.



Kompetenztraining 20

S. 104



Quelle: obs/Fachverband Kartonverpackung für flüssige Nahrungsmittel e. V.

Erläuterung der Wertschöpfungskette von Getränkekartons:

[illegible]



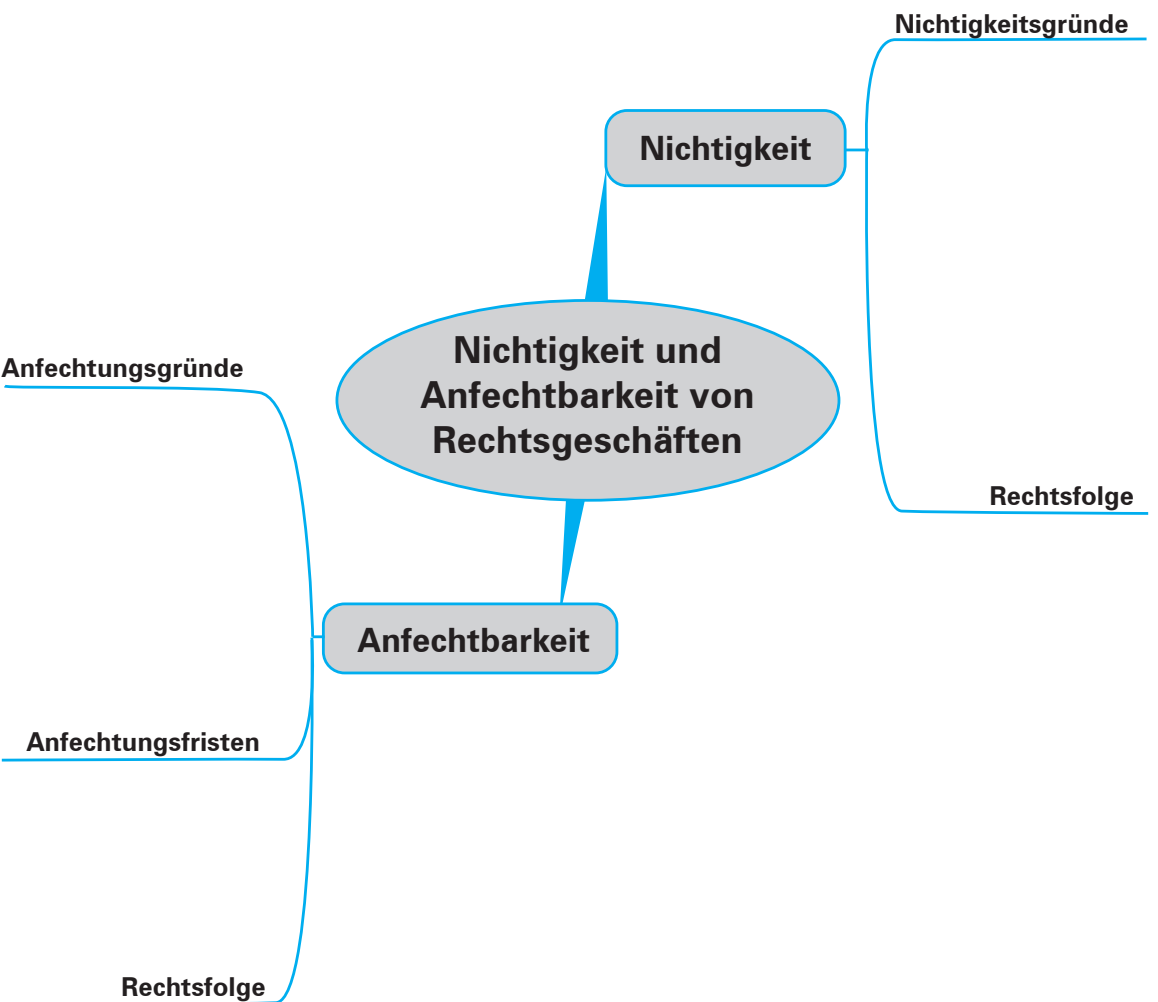
Lernsituation 3



Datum: _____

Sehr geehrter Herr _____

Bankverbindungen:
Commerzbank Ulm
IBAN: DE85 6304 0053 0041 4400 18 BIC: COBADEFFXXX
Sparkasse Ulm
IBAN: DE61 6305 0000 0041 4500 75 BIC: SOLADES1ULM





Lernsituation 6

Ulmer Büromöbel AG

Bankverbindungen:
Commerzbank Ulm
IBAN: DE85 6304 0053 0041 4400 18 BIC: COBADEFFXXX
Sparkasse Ulm
IBAN: DE61 6305 0000 0041 4500 75 BIC: SOLADES1ULM



Kompetenztraining 34

S. 172

6.	Art des Anspruchs	Voraussetzungen
6.1	Mangelbeseitigung	
6.2	Ersatzlieferung	
6.3	Mangelbeseitigung + Schadensersatz neben der Leistung	
6.4	Minderung	
6.5	Minderung + Schadensersatz neben der Leistung	
6.6	Rücktritt vom Vertrag	
6.7	Rücktritt vom Vertrag + Schadensersatz statt der Leistung	



2.

© MERKUR VERLAG RINTELN – Merkurbuch 0578



4.

© MERKUR VERLAG RINTELN – Merkurbuch 0578



Kompetenztraining 37

S. 182

5.

Nr.	Vereinbarte Zahlungsbedingung	Spätester Zahlungstermin
5.1	Zahlbar innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum unter Abzug von 3 % Skonto, Ziel 30 Tage ab Rechnungsdatum (zweiseitiger Handelskauf).	
5.2	Ziel 20 Tage ab Rechnungsdatum (zweiseitiger Handelskauf).	
5.3	Sofort (zweiseitiger Handelskauf).	
5.4	Sofort (einseitiger Handelskauf, kein Hinweis auf „30-Tage-Regel“).	
5.5	Keine Zahlungsbedingungen vereinbart (zweiseitiger Handelskauf).	
5.6	Keine Zahlungsbedingungen vereinbart (einseitiger Handelskauf, mit Hinweis auf „30-Tage-Regel“).	
5.7	Keine Zahlungsbedingungen vereinbart (einseitiger Handelskauf, Hinweis auf „30-Tage-Regel“ fehlt).	



2.


	Aus Sicht des Zahlungspflichtigen		Aus Sicht des Zahlungsempfängers	
	Vorteile	Nachteile	Vorteile	Nachteile
SEPA-Basis-Lastschriftverfahren				
SEPA-Überweisung				
SEPA-Dauerauftrag				
Girocard (Debitkarte)				
Kreditkarte				



Kompetenztraining 42

S. 215

2.

SEPA-Überweisung		SOLADES1ULM		Nur für Überweisungen in Deutschland, in andere EU-/EWR-Staaten und in die Schweiz sowie nach Monaco in Euro.	
		Sparkasse Ulm			
Angaben zum Zahlungsempfänger: Name, Vorname/Firma (max. 27 Stellen, bei maschineller Beschriftung max. 35 Stellen)					
IBAN Bei Überweisungen in Deutschland immer 22 Stellen → sonstige Länder 15 bis max. 34 Stellen					
BIC des Kreditinstituts/Zahlungsdienstleisters (8 oder 11 Stellen)					
Die Angabe des BIC kann entfallen, wenn die IBAN des Zahlungsempfängers mit DE beginnt.					
Betrag: Euro, Cent					
Kunden-Referenznummer - Verwendungszweck, ggf. Name und Anschrift des Zahlers - (nur für Zahlungsempfänger)					
noch Verwendungszweck (insgesamt max. 2 Zeilen à 27 Stellen, bei maschineller Beschriftung max. 2 Zeilen à 35 Stellen)					
Angaben zum Kontoinhaber: Name, Vorname/Firma, Ort (max. 27 Stellen, keine Straßen- oder Postfachangaben)					
IBAN Prüfziffer Bankleitzahl des Kontoinhabers Kontonummer (ggf. links mit Nullen auffüllen)					
16					
Datum		Unterschrift(en)			



	Vorteile	Nachteile
Primär- forschung		
Sekundär- forschung		



KB 3 Lernsituation 4

S. 253

1.

Listenpreis	
= Zieleinkaufspreis	
= Bareinkaufspreis	
= Einstandspreis	
= Einstandspreis pro kg	

Das Angebot der Kaffeerösterei Arabica KG ist um _____ EUR/kg _____ als der Einstandspreis der Tchibo GmbH.

2. 2.1

	Einfaktorenvergleich	Mehrfaktorenvergleich
Pro		
Kontra		



KB 3 **Lernsituation 4 (Fortsetzung)**

S. 253

2.2 Ablauf bei der Erstellung einer Entscheidungsbewertungstabelle beim Mehrfaktorenvergleich:

2.3 Begründung:

3. Entscheidung:



Kompetenztraining 51

S. 256

3.

Bezeichnungen	Lieferer Nr. 3102	Lieferer Nr. 3103	Lieferer Nr. 3108
Listeneinkaufspreis _____	_____ _____	_____ _____	_____ _____
= Zieleinkaufspreis _____	_____ _____	_____ _____	_____ _____
= Bareinkaufspreis _____ _____	_____ _____ _____	_____ _____ _____	_____ _____ _____
= Einstandspreis	_____	_____	_____



Kompetenztraining 52

S. 259

1.

Ermittlung des Einstandspreises	Betriebshygiene GmbH	Chemische Betriebe Schneider KG	LHANDANG 4PLUS1 INDUSTRY CO., LTD
Listenpreis für 300 Liter _____	_____	_____	_____
= Zieleinkaufspreis _____	_____	_____	_____
= Bareinkaufspreis _____	_____	_____	_____
= Einstandspreis _____	_____	_____	_____

2.

ENTSCHEIDUNGSBEWERTUNGSTABELLE – Angebotsvergleich							
Kriterien	Gewichtung der Kriterien	Betriebshygiene GmbH		Chemische Betriebe Schneider KG		LHANDANG 4PLUS1 INDUSTRY CO., LTD	
		Pkte.	gewichtete Punkte	Pkte.	gewichtete Punkte	Pkte.	gewichtete Punkte
1. Preis							
2.							
3.							
4.							
5.							
6.							
Summe der Punkte	100						

Erläuterung zu den Punktespalten: 5 ≙ sehr gut; 4 ≙ gut; 3 ≙ befriedigend; 2 ≙ ausreichend; 1 ≙ schlecht.



2. 2.1 ABC-Analyse, Tabelle 1

Artikel- gruppe	Jahres- bedarf in Stück	Preis je ME in EUR	Verbrauchs- menge in % des Gesamt- verbrauchs	Verbrauchs- wert in EUR	Verbrauchswerte in % des gesamten Verbrauchswertes	Rang nach Verbrauchswert
Summe						

ABC-Analyse, Tabelle 2

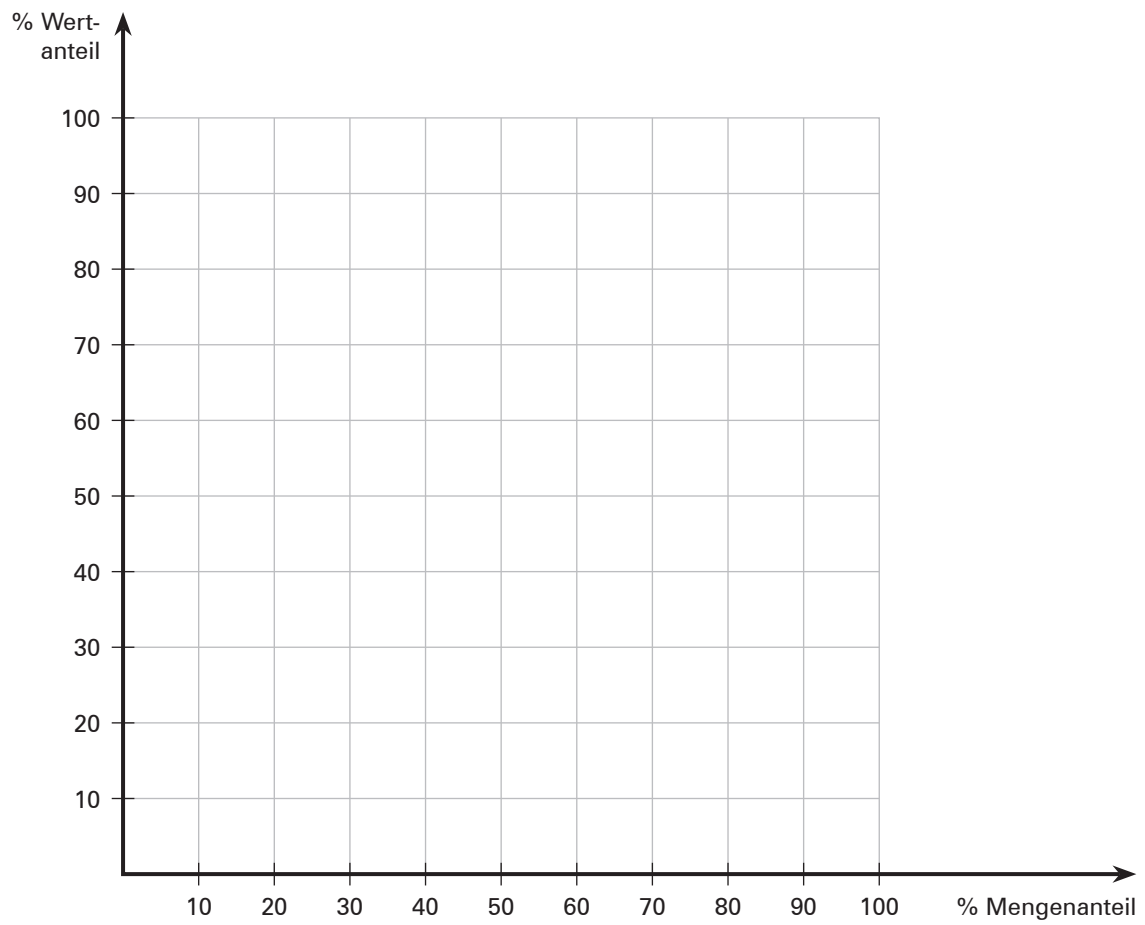
Artikel- gruppe	Jahres- bedarf in Stück	Preis je ME in EUR	Verbrauchs- menge in % des Gesamt- verbrauchs	Verbrauchs- wert in EUR	Verbrauchs- werte in % des gesamten Verbrauchs- wertes	Kumu- lierter Wert- anteil in %	Kumu- lierter Mengen- anteil in %	ABC- Klasse	Wert- anteil in %	Mengen- anteil in %
Summe										



KB 3 Lernsituation 5 (Fortsetzung)

S. 261

2.3





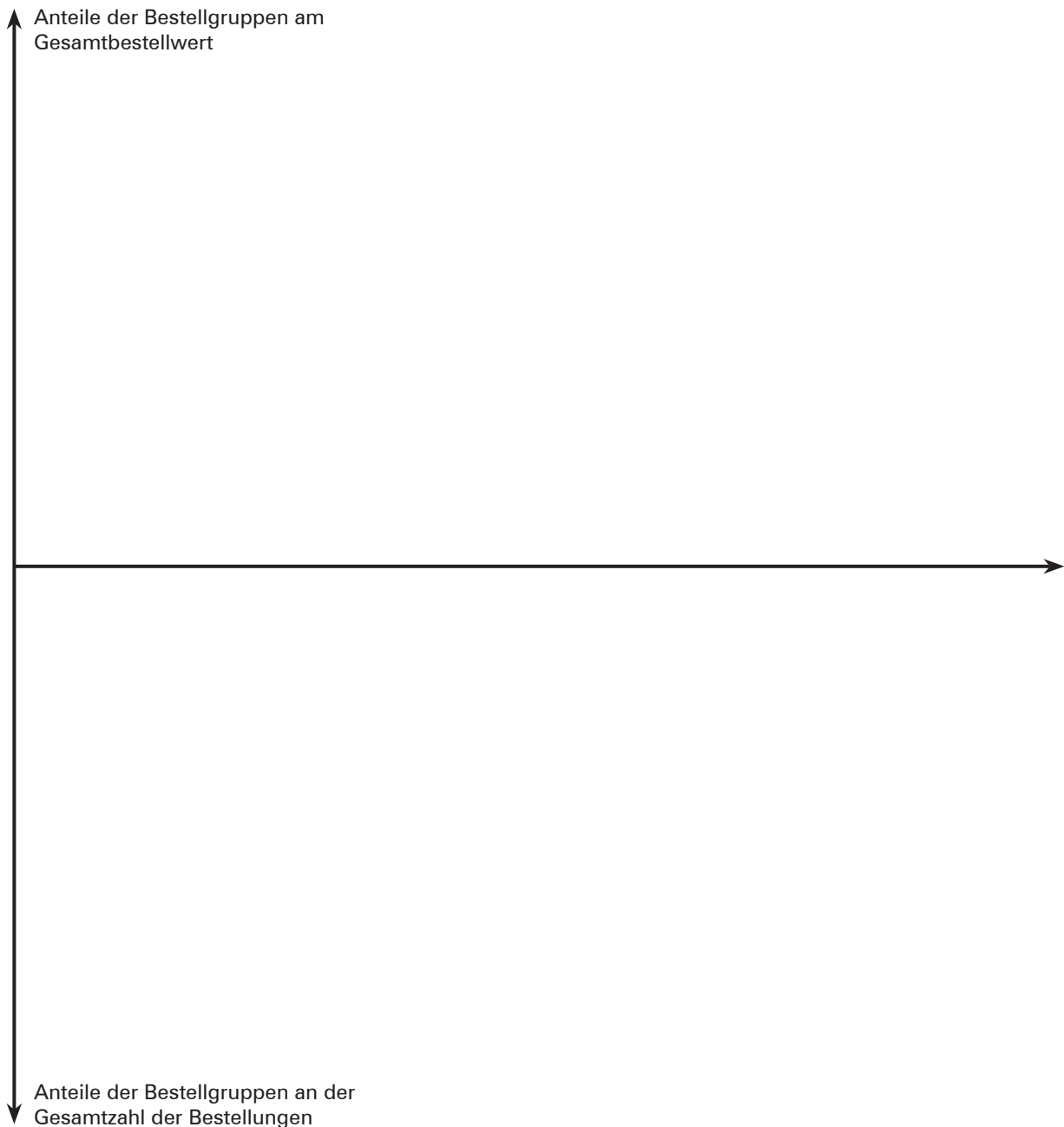
Kompetenztraining 53

S. 265

2. 2.1

Bestellgrößenstruktur		
Bestellwerte	Anteile der Bestellgruppen an der Gesamtzahl der Bestellungen	Anteile der Bestellgruppen am Gesamtbestellwert (Gesamtauftragswert)
2.1.1		
2.1.2		
2.1.3		

2.2





KB 3 Lernsituation 7

S. 271

1.

	Ein Beschaffungsvorgang	Mehrere kleinere Bestellungen
Vorteile		
Nachteile		

2.

Bestellmenge in Paar	Anzahl der Bestellungen	Bestellkosten in EUR	Lagerhaltungs- kosten in EUR	Gesamtkosten in EUR
1				
2				
3				
4				
5				
6				



Kompetenztraining 57

S. 277

1. Erläuterung der optimalen Bestellmenge:

2. 2.1

Bestellmenge in Stück	Anzahl der Bestellungen	Bestellkosten in EUR	Durchschn. Lagerbestand in Stück	Durchschn. Lagerbestand in EUR	Lagerhaltungskosten in EUR	Gesamtkosten in EUR
50						
100						
150						
200						
250						
300						
350						
400						
450						
500						

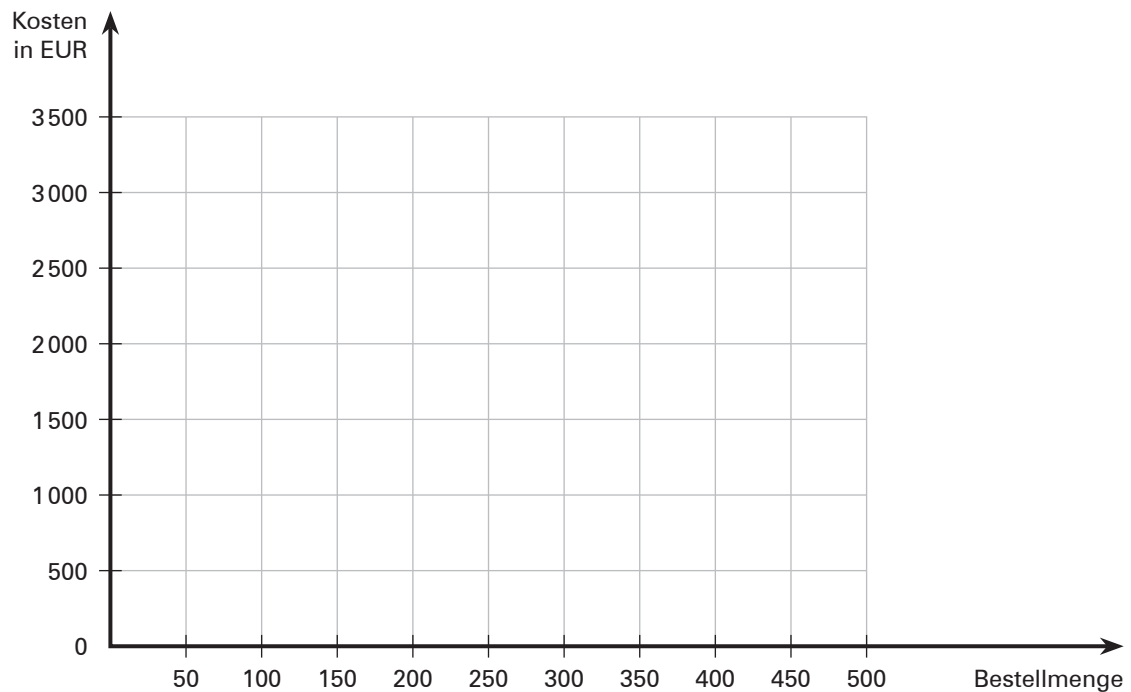
2.2

Bestellmenge in Stück	Anzahl der Bestellungen	Bestellkosten in EUR	Durchschn. Lagerbestand in Stück	Durchschn. Lagerbestand in EUR	Lagerhaltungskosten in EUR	Gesamtkosten in EUR
50						
100						
150						
200						
250						
300						
350						
400						
450						
500						

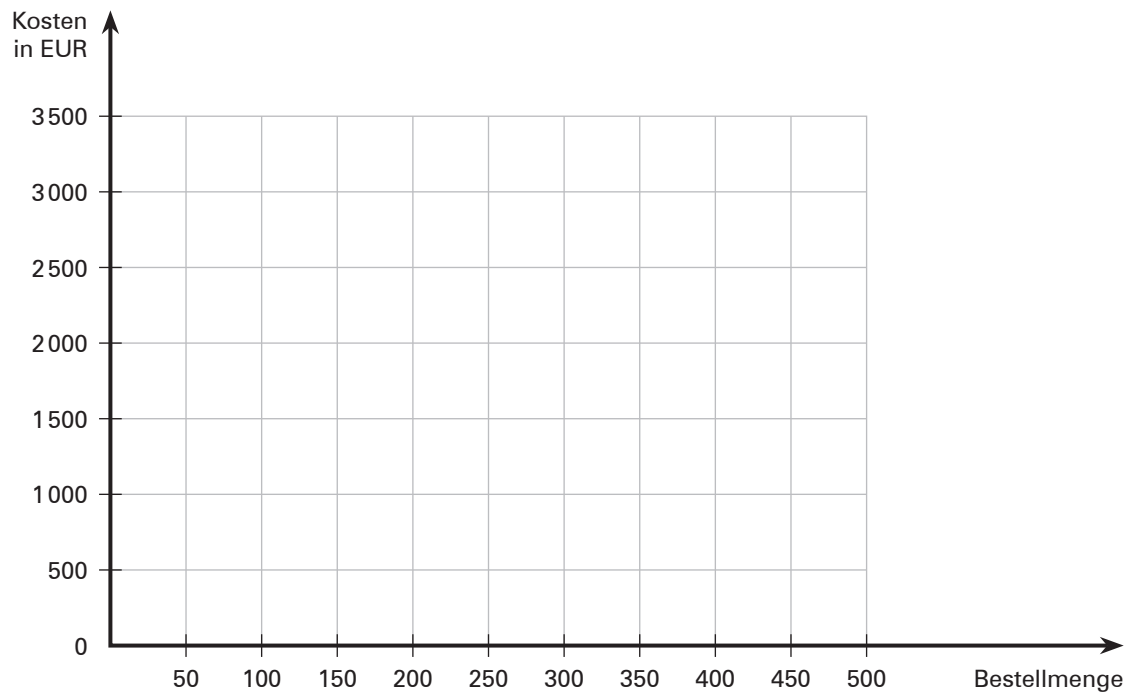


Kompetenztraining 57 (Fortsetzung)

3. Zu 2.1



Zu 2.2



[illegible]



Kompetenztraining 58

S. 278

2. 2.1

Bestell- menge	Bestellhäufig- keit pro Jahr	Durchschnitt- licher Lager- bestand	Lager- kosten	Fixe Bestell- kosten	Summe aus Lager- und Bestellkosten
10 000					
20 000					
30 000					
40 000					
50 000					
60 000					

Ergebnis: Die optimale Bestellmenge beträgt _____ Einheiten.



Kompetenztraining 59

S. 279

3.

Anzahl der Bestellungen	Bestellmenge	Durchschnittlicher Lagerbestand in Stück	Durchschnittlicher Lagerbestand in EUR	Lagerhaltungskosten in EUR	Bestellkosten in EUR	Gesamtkosten in EUR



Kompetenztraining 62

S. 300

2. 2.1

Umschlags- häufigkeit	Durchschnittliche Lagerdauer	Durchschnittlicher Lager- bestand	Lagerkosten



Kompetenztraining 64

S. 306

6.

	Mahnung erforderlich?	Begründung
6.1		
6.2		
6.3		
6.4		
6.5		
6.6		
6.7		
6.8		

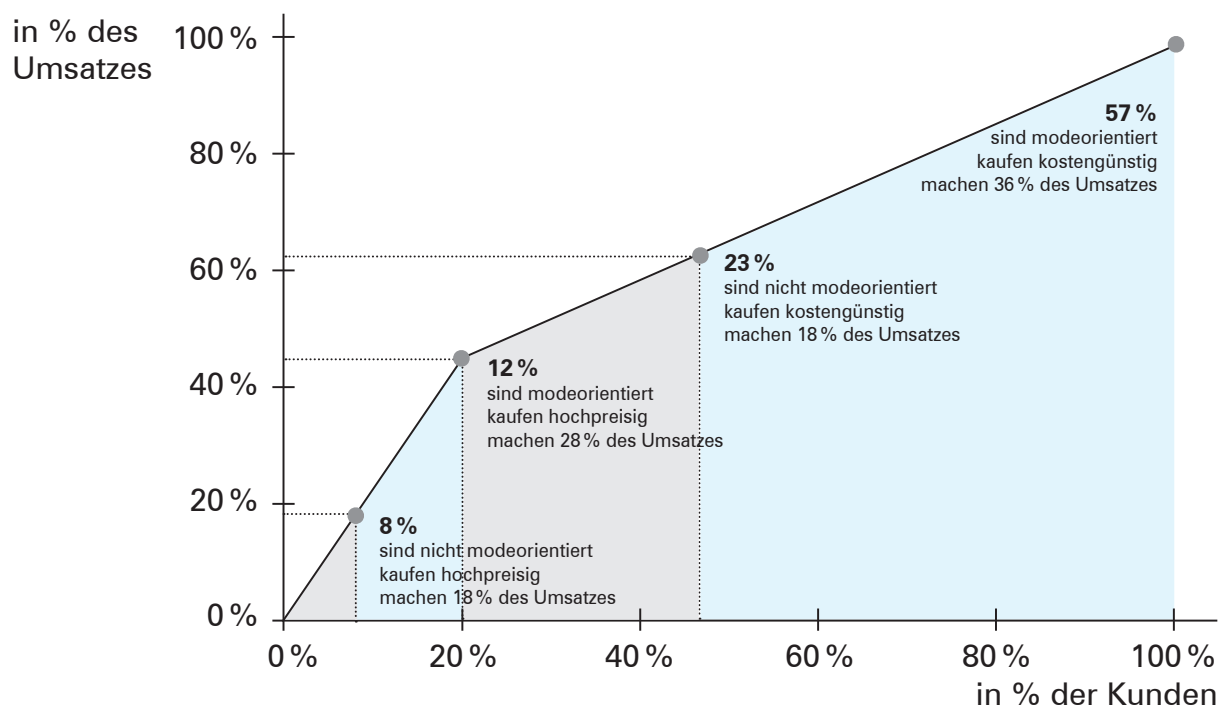


Kompetenztraining 64 (Fortsetzung)

7.	Aufgabe	Voraussetzungen
7.1	Bestehen auf Vertragserfüllung	
7.2	Bestehen auf Vertragserfüllung und Schadensersatz wegen Verzögerung der Leistung	
7.3	Rücktritt vom Vertrag	
7.4	Schadensersatz statt der Leistung	
7.5	Ersatz vergeblicher Aufwendungen	

Kompetenztraining 73

1.



Quelle: In Anlehnung an Ramme, Iris: Marketing, 2. Aufl., Stuttgart 2004, S. 75.

Erläuterung:

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

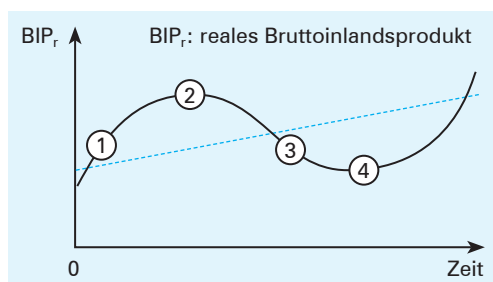


Kompetenztraining 74

S. 338

1. Unter Konjunktur versteht man

2. 2.1



Konjunkturphasen:

① _____

② _____

③ _____

④ _____

2.2

Konjunkturphase	Verhalten der Wettbewerber und der Kunden

3. 3.1

Faktoren für Konjunkturaufschwung	
Begründung	



Kompetenztraining 74 (Fortsetzung)

4. 4.1	Faktoren für Konjunkturabschwung	
4.2	Begründung	

5. 5.1

Marktpotenzial	Absatzpotenzial
Marktvolumen	Absatzvolumen

5.2

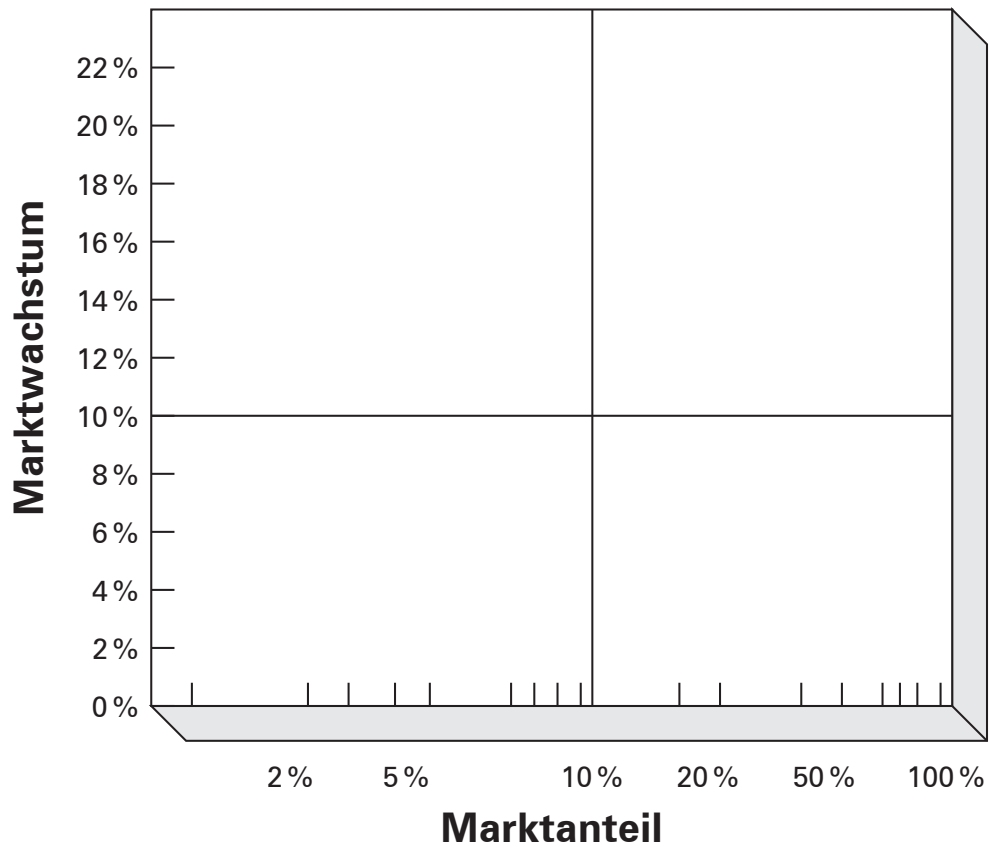
Marktanteil	
Beschreibung und Formel	
Beispiel	



Kompetenztraining 79

S. 368

5.





Kompetenztraining 84

S. 380

1. 1.1

Erlös/St. in EUR	Absetzbare Menge	Umsatz in EUR	K_f k_v	Kosten 30 000,00 EUR 18,00 EUR	Gewinn/Verlust in EUR

Ergebnis: Den maximalen Gewinn in Höhe von _____ EUR erzielt das Unternehmen
bei einem Preis von _____ EUR.

1.2 Erläuterung der Konsumentenrente am vorgegebenen Beispiel:

1.3

	Erlöse ohne Preisdif- ferenzierung in EUR	Erlöse mit 2 Teilmärkten und differenzierten Preisen in EUR
Umsatzerlöse		
Kosten		
Gewinn		
Gewinnsteigerung		



Kompetenztraining 85

S. 406

3.

Werbeslogan	Verwender	Suggestierter Nutzen	Dahinterliegende Botschaft
<i>Mit dem Zweiten sieht man besser</i>	ZDF		
<i>Alles Gute für Ihr Kind</i>	Alete		
<i>Vorsprung durch Technik</i>	Audi		
<i>Think different. Switch!</i>	Apple		
<i>Mit Maggi macht das Kochen Spaß</i>	Maggi		
<i>Wohnst du noch oder lebst du schon?</i>	Ikea		
<i>Ihr guter Stern auf allen Straßen</i>	Mercedes-Benz		
<i>Bezahlen Sie mit Ihrem guten Namen</i>	American Express		
<i>Spiegelleser wissen mehr</i>	Der Spiegel		
<i>Schrei vor Glück</i>	Zalando		



KB 4 Lernsituation 8

1.

Gewinnsituation der Alternativen	Handlungsreisender	Handelsvertreter
Umsatzerwartung in Stück		
Preis/Stück in EUR		
Erlöse in EUR		
Investitionen in EUR		
Fixkosten in EUR (3 Jahre)		
Variable Stückkosten in EUR		
Gesamtkosten		
Gesamt-Stückkosten		
Gewinn pro Stück in EUR		
Gesamtgewinn in EUR (Erlöse – Gesamtkosten)		

S. 409



KB 4 Lernsituation 8

2.

Anforderungen des Unternehmens	Diesen Anforderungen entspricht	
	der Handlungsreisende (Punkte)	der Handelsvertreter (Punkte)
1. Unmittelbarer Kontakt Hersteller – Einzelhändler		
2. Einsatzbereitschaft		
3. Möglichkeit zur Marktbeobachtung		
4. Ansehen beim Kunden (Image)		
5. Möglichkeit zum Vertrieb von Komplementärartikeln		
6. Branchenkenntnis		
7. Möglichkeit zur Tätigkeitskontrolle		
8. Weisungsgebundenheit		
9. Eigeninteresse am Umsatz		
10. Marktausschöpfung		
11. Voller Einsatz für ein Produkt		
12. Gewissenhaftigkeit		
Gesamtpunkte		

S. 410



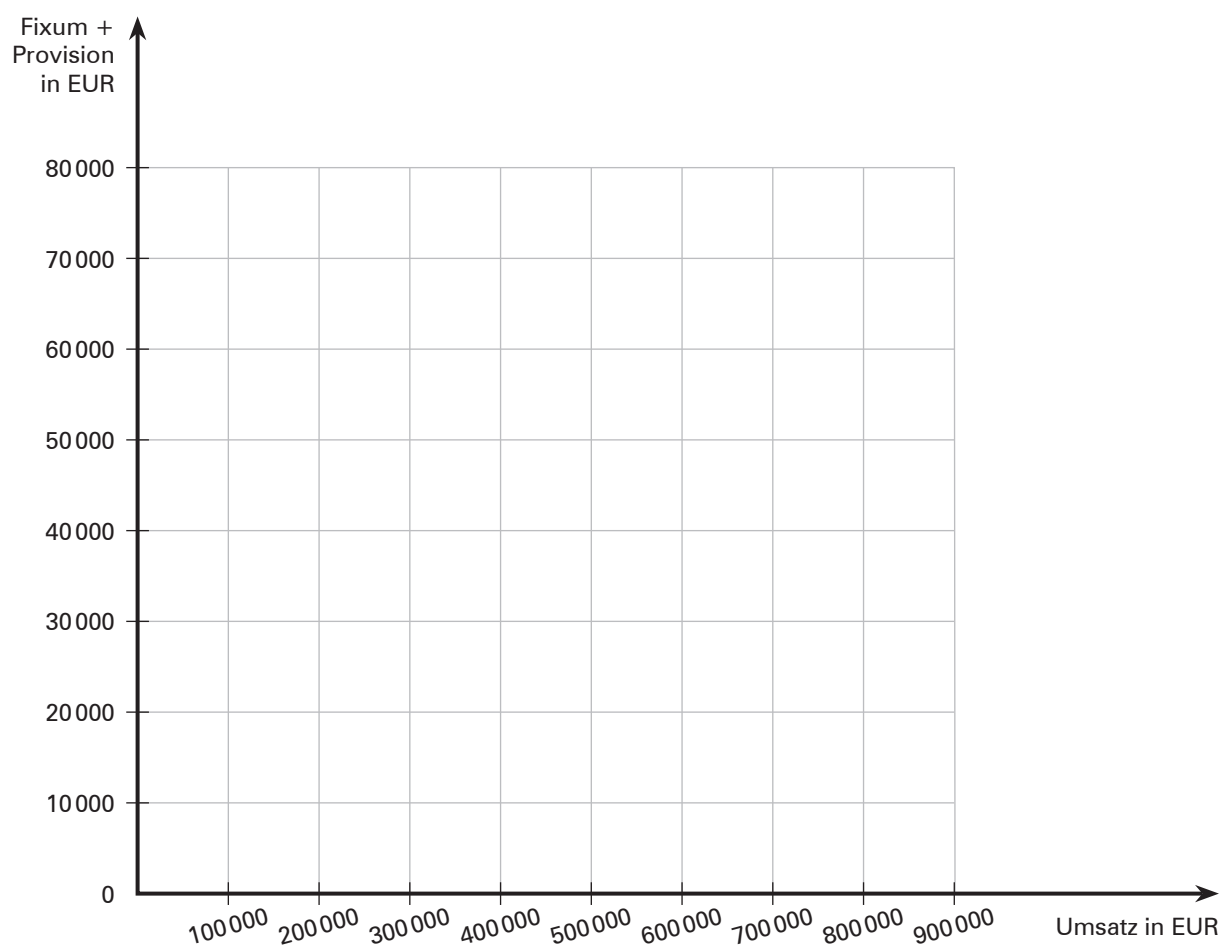
Kompetenztraining 91

S. 418

3. 3.1

Umsatz	Kosten für Handlungsreisende			Kosten für Handelsvertreter (Provision)
	Fixum	Provision	insgesamt	

3.2





Kompetenztraining 94

S. 426

5.

Marketinginstrumente	Herrenseife	Damenseife
Produktpolitik am Beispiel Farbe und Duft		
Preispolitik		
Distributionspolitik		
Kommunikationspolitik		