



Anita Hattenhorst, Klaus Walter, Bernd Weidtmann

Prüfungswissen Einzelhandel

Abschlussprüfung Teil 1 und 2

7. Auflage

Die in diesem Produkt gemachten Angaben zu Unternehmen (Namen, Internet- und E-Mail-Adressen, Handelsregistereintragungen, Bankverbindungen, Steuer-, Telefon- und Faxnummern und alle weiteren Angaben) sind i. d. R. fiktiv, d. h., sie stehen in keinem Zusammenhang mit einem real existierenden Unternehmen in der dargestellten oder einer ähnlichen Form. Dies gilt auch für alle Kunden, Lieferanten und sonstigen Geschäftspartner der Unternehmen wie z. B. Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen und andere Dienstleistungsunternehmen. Ausschließlich zum Zwecke der Authentizität werden die Namen real existierender Unternehmen und z. B. im Fall von Kreditinstituten auch deren IBANs und BICs verwendet.

Die in diesem Werk aufgeführten Internetadressen sind auf dem Stand zum Zeitpunkt der Drucklegung. Die ständige Aktualität der Adressen kann vonseiten des Verlages nicht gewährleistet werden. Darüber hinaus übernimmt der Verlag keine Verantwortung für die Inhalte dieser Seiten.

service@westermann.de
www.westermann.de

Bildungsverlag EINS GmbH
Ettore-Bugatti-Straße 6-14, 51149 Köln

ISBN 978-3-427-01411-9

westermann GRUPPE

© Copyright 2018: Bildungsverlag EINS GmbH, Köln

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Prüfungswissen: Die Idee

Das Problem	Auszubildende im Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel müssen sich für Klassenarbeiten, innerbetriebliche Leistungsüberprüfungen und natürlich die Abschlussprüfungen eine Fülle von Lerninhalten aneignen und einprägen, um erfolgreich zu bestehen. Zwar sind oft eigene Aufzeichnungen aus der Berufsschule, Lehrbücher sowie Aufgabensammlungen in teilweise großem Umfang vorhanden. Diese verfügen aber in aller Regel nicht über den zur Vorbereitung auf eine Prüfung überzeugenden, lernwirksamen Aufbau.
Die Problemlösung	Prüfungswissen ist ein neuartiges Arbeitsbuch im Doppelseitenprinzip. Parallel zu programmierten Aufgaben und offenen Fragen gibt es einen systematischen Überblick über das für die Prüfung wichtige Wissen. Abgestimmt mit den Lehrplänen und den Prüfungsverfahren der Länder ermöglicht Prüfungswissen eine kompakte und zielgerichtete Wiederholung – vom einzelnen Thema bzw. Lerngebiet bis hin zum gesamten Prüfungsstoff. Prüfungswissen kann also sowohl prüfungsvorbereitend als auch ausbildungsbegleitend genutzt werden.

Prüfungswissen: Möglichkeiten und Grenzen

Was Prüfungswissen leisten kann und was es nicht leisten will
<ul style="list-style-type: none"> ▶ bereitet auf die schriftliche (und mündliche) Prüfung vor ▶ frischt vorhandenes Wissen auf ▶ deckt eventuelle Wissenslücken auf ▶ regt zur Auseinandersetzung mit den Lerninhalten an ▶ verringert Unsicherheiten über die Inhalte der Prüfung 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ersetzt nicht die gründliche Auseinandersetzung mit komplexen Lerninhalten ▶ ist kein Lehrbuchersatz ▶ ermöglicht keine „last minute“-Prüfungsvorbereitung ▶ will keinen unrealistischen, schnellen Prüfungserfolg vortäuschen

Prüfungswissen: Aufbau, Merkmale und Elemente

Grundlagen	Auswahl, Aufbau und Aufbereitung der Lerninhalte berücksichtigen den Stoffkatalog der Aufgabenstelle für kaufmännische Abschlussprüfungen (AkA) ebenso wie den entsprechenden Rahmenlehrplan und die Lehrpläne der einzelnen Bundesländer .		
Doppelseite mit Kernwissen und Fragen	Der Inhalt	Kernwissen (linke Seite)	Aufgaben (rechte Seite)
		<ul style="list-style-type: none"> ▶ enthält über 800 Fragen und deren Beantwortung ▶ gibt eine Übersicht über die Inhalte eines einzelnen Themas ▶ enthält Übersichten, Tabellen, Definitionen und Beispiele – lerngerecht und kompakt aufbereitet ▶ hebt wichtige Begriffe und Aussagen besonders hervor 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ bestehen aus mehr als 1000 (programmierten) Fragen: <ul style="list-style-type: none"> – Einfachauswahl-, – Mehrfachauswahl-, – Reihenfolge- und – Zuordnungsaufgaben ▶ beziehen sich jeweils auf das Kernwissen, das auf der linken Seite abgebildet ist
	Das Prinzip	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Die Aufgabenseite bezieht sich inhaltlich auf die gegenüberliegende Kernwissenseite. ▶ Die Kernwissenseite bezieht sich inhaltlich auf die gegenüberliegende Aufgabenseite. 	
	Lösungen	Der Lösungsteil enthält in übersichtlicher Darstellung alle Ergebnisse der programmierten Aufgaben.	
Doppelseite mit Ausgangsfall	Den neuen Anforderungen entsprechend wird die geforderte berufliche Handlungskompetenz im Bereich der Geschäftsprozesse im Einzelhandel prozessorientiert abgefragt. Praxisbezogene komplexe Aufgaben sind in diesem Teil Ausgangspunkt für unterschiedliche Fragestellungen. Die ausführliche Lösung steht direkt neben der Fragestellung.		
	Das Prinzip	Ausgangsfall	
		Fragen	Lösungen

Für die Arbeit mit diesem Prüfungswissen wünschen Ihnen viel Erfolg:

Autoren und Verlag
-----------------	------------

4 Inhaltsverzeichnis

Einführung: Seitenaufbau Typ I

Doppelseite mit Kernwissen und geschlossenen Fragen ..	7
--	---

Verkauf und Werbemaßnahmen

Waren- und Dienstleistungsangebot

Sortimentsaufbau und -gestaltung	8
Internet/Intranet	10
Innerbetrieblicher Informationsfluss	12

Warenpräsentation und Werbemaßnahmen

Werbegrundsätze/Werbeerfolgskontrolle	14
Public Relations/Absatzwerbung	16
UWG/LSchIG	18
Regeln zur Warenpräsentation	20
Verkaufsförderung	22
Rechtsschutz/Preisauszeichnung	24
Marktforschung/Marktgrößen	26
Marketingmix/Produktzyklus	28
Sortimentspolitik/Preispolitik/CRM	30

Verkaufen von Waren

Kaufmotive	32
Verkaufsgespräche	34
Handelsvertreter/Kommissionär	36
Zustellung von Waren	38
Betriebsformen des Einzelhandels	40
Reklamations- und Beschwerdemanagement	42

Servicebereich Kasse

Kasse vorbereiten/Kassieren	44
Zahlungsmöglichkeiten	46
electronic cash/Scheck	48
Kassierregeln/Kassiervorgänge	50

Warenwirtschaft und Kalkulation

Warenbestandskontrolle/Warenannahme und Lagerung

Aufgaben und Ziele	52
Leistungen des Warenwirtschaftssystems	54
Aufgaben der Lagerhaltung	56
Lagerkennziffern	58
Inventur/Inventar	60
Maßnahmen zur Kontrolle des Lagers	62

Preiskalkulation

Dreisatz	64
Prozentrechnen	66
Durchschnittsrechnen/Verteilungsrechnen	68
Bezugskalkulation/Verkaufskalkulation	70
Verkürzte Kalkulationsverfahren	72
Rückwärtskalkulation/Differenzkalkulation	74
Preisgestaltung/Preisdifferenzierung	76

Wirtschafts- und Sozialkunde

Grundlagen des Wirtschaftens

Ziele erwerbswirtschaftlicher Betriebe	78
Aufgaben des Einzelhandels	80
Bedürfnisse/Güter	82
Ökonomisches Prinzip	84

Kooperation/Konzentration	86
Güter- und Geldströme	88
Markt und Preis	90
Verbraucherschutz	92

Rechtliche Rahmenbedingungen des Wirtschaftens

Rechtsordnung/Rechtssubjekte	94
Rechtsobjekte/Besitz und Eigentum	96
Rechtsgeschäfte (1)	98
Rechtsgeschäfte (2)	100
Vertragsanbahnung	102
Zustandekommen des Kaufvertrages	104
Inhalt des Kaufvertrages	106
Vertragsfreiheit/AGB	108
Kaufvertragsarten	110
Schlechtleistung	112
Nicht-Rechtzeitig-Lieferung	114
Annahmeverzug	116
Nicht-Rechtzeitig-Zahlung	118
Verjährung	120

Menschliche Arbeit im Betrieb

Aufbauorganisation	122
Berufsständische Organisationen	124
Grundlagen	126
Berufsausbildung	128
Arbeitsvertrag	130
Vollmachten	132
Tarifrecht (1)	134
Tarifrecht (2)	136
Berufsbildungsgesetz	138
Kündigungsschutz	140
Sonstige Arbeitnehmerschutzrechte	142
Sozialversicherungen	144
Betriebsrat/JAV	146
Betriebliche Mitbestimmung	148

Arbeitssicherheit, Umweltschutz

Arbeitsschutzbestimmungen	150
Ökologische Maßnahmen	152

Geschäftsprozesse im Einzelhandel

Modellunternehmen

Doppelseite mit Ausgangssituation	154
---	-----

Organisation, Leistungen und Aufgaben

Organisation des Ausbildungsbetriebes	156
Handlungsvollmacht/Prokura	158
Zinsrechnen	160
Zins-Skonto-Vergleich	162
Kaufvertragsarten	164
Kaufvertrag/Nicht-Rechtzeitig-Zahlung	166
Kaufvertrag/Nicht-Rechtzeitig-Lieferung	168
Kaufvertrag/Schlechtleistung	170

Kernprozesse des Einzelhandels

Sortimentsgestaltung/Einkaufsplanung	172
Anfrage/Angebot	174
Angebotsvergleiche	176
Warenannahme/Warenwirtschaftssystem	178
Warenlagerung/Bestandsüberwachung	180
Preisangabenverordnung/Kassenabwicklung	182

Unterstützender Prozess Rechnungswesen

Kalkulation/Vereinfachte Kalkulationsverfahren	184
Verkaufskalkulation	186
Rückwärtskalkulation/Differenzkalkulation	188
Statistik/Abwicklung Einkauf	190

Unterstützender Prozess Personalwesen	
Gehaltsabrechnung	192
Unterstützender Prozess Marketing	
Marktforschung	194
Werbeziele.....	196
Qualitätssichernde Maßnahmen	
Prozessoptimierung.....	198
Controlling	
Aufgaben des Controllings.....	200

Einführung: Seitenaufbau Typ II

Doppelseite mit Kernwissen und geschlossenen Fragen ..	203
--	-----

Geschäftsprozesse im Einzelhandel

Organisation, Leistungen und Aufgaben	
Geschäftsgründung und Businessplan	204
Kaufleute	206
Firma/Handelsregister	208
Einzelunternehmen	210
Offene Handelsgesellschaft.....	212
Kommanditgesellschaft	214
Gesellschaft mit beschränkter Haftung	216
Grundbegriffe der Finanzierung.....	218
Kreditsicherung/Leasing.....	220
Insolvenz.....	222

Kernprozesse des Einzelhandels	
Einkaufsplanung (1).....	224
Einkaufsplanung (2).....	226
Onlinehandel	228

Unterstützende Prozesse	
Aufgaben des Rechnungswesens	230
Belegkontrolle.....	232
Umsatzsteuer	234
Betriebsstatistik	236
Kostenrechnung	238
Kurzfristige Erfolgsrechnung/DB-Rechnung.....	240
Daten/Datenverarbeitungssystem	242
Textverarbeitung (1).....	244
Textverarbeitung (2).....	246
Präsentationstechniken	248
Tabellenkalkulation (1)	250
Tabellenkalkulation (2)	252
Personalpapiere	254
Ausbildungs-/Arbeitsvergütung	256
Gehaltsabrechnung	258
Einkommensteuer/Steuerklassen.....	260
Sonderausgaben/außergewöhnliche Belastungen/Werbungskosten	262
Teamarbeit.....	264
Moderationsmethoden	266
Lern- und Arbeitstechniken	268

Lösungen	270
-----------------------	-----

Sachwortverzeichnis	277
----------------------------------	-----

Was ist ein „Netzwerk“ im DV-Bereich? Nennen Sie die Vorteile und unterscheiden Sie Netzwerkarten.

Begriff	Ein „Netzwerk“ oder „Rechnernetz“ besteht aus zwei oder mehreren Rechnern, die durch Leitungen oder per Funk miteinander verbunden sind und über eine spezielle Sprache/Software (Protokolle) miteinander kommunizieren können. Sie sind die technische Voraussetzung für Internet oder Intranet.
Vorteile	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Austausch von Daten zwischen den verschiedenen DV-Geräten ▶ Kosteneinsparung durch gemeinsame Nutzung von Hardware, z.B. Server, Drucker ▶ Kosteneinsparung durch gemeinsame Nutzung von Software
Arten	<ul style="list-style-type: none"> ▶ LAN (engl. „local area networks“) sind örtliche Netze und verbinden die Computer eines Gebäudes oder eines anderen räumlich abgegrenzten Bereichs, z.B. Firmengelände; ▶ WAN („wide area networks“) sind Netze, die Computer an entfernten Standorten oder auf der ganzen Welt miteinander verbinden, z.B. über das Internet (siehe unten). ▶ WLAN (engl.: wireless local area network) ist ein drahtloses (= wireless) Funknetz, das von einem lokalen Router/Server aus alle Endgeräte (z.B. Drucker, Tablets, Smartphones) in einem Gebäudekomplex miteinander verbindet, die sich in dieses Netzwerk einloggen – entweder mit einem Passwort (verschlüsselt) oder frei zugänglich (Hotspot) – und die damit einen Zugang zum Internet bekommen.

Geben Sie eine Übersicht über das Internet.

Begriff	Das Internet (engl. Interconnected Network) ist ein weltweites Netzwerk voneinander unabhängiger verschiedener Netzwerke. Es dient der Kommunikation und dem Austausch von Informationen. Jeder Rechner eines Netzwerkes (z.B. eines Unternehmens) kann dabei grundsätzlich mit jedem anderen Rechner eines anderen Netzwerkes (z.B. eines anderen Unternehmens oder einer Behörde) kommunizieren. Die Kommunikation der einzelnen Rechner erfolgt über definierte Protokolle (vereinheitlichte Sprachen).
Technische Voraussetzungen	<p>Privatpersonen greifen auf das Internet über einen Internetprovider zu. Unternehmen oder staatliche Einrichtungen sind eher per Standleitung mit dem Internet verbunden. Jeder Rechner erhält zu diesem Zweck eine IP-Adresse, (= Internet Protokoll-Adresse). Am Netz teilnehmende Personen benötigen mindestens</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ein internetfähiges Gerät (PC, Tablet, Smartphone), ▶ einen Telefonanschluss, das kann ein Festnetz- oder Mobilfunkanschluss sein, ▶ einen Anschluss an einen Provider oder einen eigenen Zugang per Standleitung in das Internet, ▶ ein Programm, das den Zugriff auf und die Darstellung von Daten ermöglicht (Browser).
Funktionsweise	Der Benutzer wählt sich per Mausclick im Internet an. Um einen bestimmten Rechner ansprechen zu können, muss der Nutzer eine Adresse (Domainname) eingeben, z.B. „http://www.beispiel.de“. Das zuständige Internetprotokoll identifiziert diesen Rechner mit einer eindeutigen IP-Adresse, z.B. 234.231.71.123. Diese Adresse ist wie eine Telefonnummer zu verstehen. Jeder Rechner kann so identifiziert werden.
Anwendungsmöglichkeiten/ Dienste	<p>Je nachdem, was der Anwender vorhat, kann er unterschiedliche Dienste aktivieren bzw. daran teilnehmen. Das Internet selbst stellt lediglich die Infrastruktur dafür zur Verfügung.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ World Wide Web: Das „www“ dient zum Betrachten von Webseiten. Das erforderliche Protokoll ist das http (Hypertext Transfer Protocol). Das Unternehmen kann sich selbst und sein Absatzprogramm präsentieren. Kunden können Bestellungen aufgeben (wichtig im Versandhandel). ▶ E-Mail: Dieser Dienst ermöglicht es, elektronische Briefe zu versenden. Es stehen verschiedene Protokolle dafür zur Verfügung, z.B. SMTP (Simple Mail Transfer Protocol). Per E-Mail können Bestellungen bei Lieferanten aufgegeben werden oder Anfragen erfolgen. ▶ Dateitransfer: Mit dem FTP (File Transfer Protocol) können Dateien von einem Rechner zum anderen übertragen werden („download“). Formulare von Behörden oder Wareninformationen von Lieferanten können auf diese Weise auf den eigenen Rechner geladen werden. ▶ Chat: Chatdienste ermöglichen die Echtzeitkommunikation in Schriftform. Auf diese Weise kann z.B. eine Kommunikation mit einem Lieferanten schriftlich erfolgen, sofern dies nötig ist. <p>Telefonieren (Voice over IP, kurz VoIP), Radio und Fernsehen sowie die Durchführung von Videokonferenzen sind weitere Dienste und damit Anwendungsmöglichkeiten des Internets.</p>

Erklären Sie die Besonderheiten eines Intranets.

Begriff	Ein Intranet ist ein Netzwerk, das auf den gleichen Techniken wie das Internet basiert. Es kann jedoch nur von einer festgelegten Gruppe von Menschen genutzt werden, z.B. von allen Mitarbeitern eines Unternehmens oder einer Behörde. Der Zugriff muss nicht räumlich begrenzt sein. Bei Unternehmen mit Standorten in verschiedenen Ländern können deshalb alle Mitarbeiter auf dasselbe Intranet zugreifen. <i>Beispiel: Alle Mitarbeiter eines Warenhauskonzerns mit 200 Filialen können über ein Intranet miteinander kommunizieren.</i>
Voraussetzungen	Hardwaremäßig sind die gleichen Voraussetzungen erforderlich wie beim Internet. Der Anwender muss das TCP/IP als Netzwerkprotokoll, die Internetdienste als Anwendungsbasis und einen Webbrowser als universelle Benutzeroberfläche einsetzen.
Anwendungsmöglichkeiten	Mitarbeiter von Unternehmen können Bestands- und Preisabfragen vornehmen, sich mit anderen Mitarbeitern per Chat, E-Mail oder Video in Verbindung setzen, personenbezogene Informationen herunterladen (z.B. Personaleinsatzplan) oder Warenkundeeinformationen vom Server abrufen.

1 Ordnen Sie die folgenden Begriffe den unten stehenden Aussagen zu:

- 1 **Provider**
- 2 **Browser**
- 3 **Suchmaschine**
- 4 **E-Mail**
- 5 **Webseite**

- a. Bild- und/oder Textinformationen, die ein Internetnutzer zur allgemeinen Verfügbarkeit ins Netz stellt.
- b. Unternehmen, das professionell und gewerbsmäßig Anschlüsse zum Internet für Endbenutzer herstellt.
- c. Bild- und/oder Textinformationen, die ein Internetnutzer einem bestimmten anderen Nutzer an dessen elektronischen Briefkasten sendet.
- d. Dieser Dienst kann zumeist kostenlos in Anspruch genommen werden und dient der Orientierung des Internetnutzers.
- e. Ein Programm, das den Zugriff auf im Internet abgestellte Informationen ermöglicht.

2 Welche der folgenden Anwendungsmöglichkeiten kann das Internet nicht leisten?

- 1 Überweisungen ermöglichen
- 2 Übermittlung von originalgetreuen Vorlagen
- 3 Buchung von Reisen
- 4 Abruf von Rechtsauskünften
- 5 Personalabrechnungen durchführen

3 Welcher der folgenden Gegenstände wird nicht für die Teilnahme am Internet benötigt?

- 1 Personal Computer
- 2 Telefonanschluss
- 3 ISDN-Karte
- 4 CD-ROM-Laufwerk
- 5 Tastatur

4 Welche der nachstehenden Abkürzungen trifft auf ein Netz zu, das Computer an sehr entfernten Standorten miteinander verbinden kann?

- 1 MAN
- 2 LAN
- 3 TAN
- 4 CAD
- 5 WAN

5 Welche der folgenden Erläuterungen trifft nicht auf das Intranet zu?

- 1 Mehrere Rechner stehen untereinander in Verbindung.
- 2 Dieses Netzwerk kann nur von bestimmten Personen genutzt werden.
- 3 Mitarbeiter eines Unternehmens können damit kommunizieren.

- 4 Hierbei handelt es sich um ein firmeninternes Netzwerk, das auch über Ländergrenzen hinaus technisch möglich ist.
- 5 Dieses Netzwerk ist frei zugänglich, d. h., es steht im Prinzip allen Menschen zur Verfügung.

6 Welche der folgenden Hardwarekomponenten wird nicht benötigt, um ein lokales Netzwerk in einem Betrieb aufzubauen?

- 1 mindestens ein Computer als Server
- 2 mindestens ein Computer als Client
- 3 Laserdrucker
- 4 Netzwerkadapter für die Computer
- 5 Kabelverbindung zwischen den Computern

7 Welche der folgenden Aussagen trifft auf den Begriff „World Wide Web“ zu?

- 1 Es handelt sich um ein System, das die Darstellung von Webseiten in einem Netzwerk ermöglicht.
- 2 Dies ist ein firmen- oder behördeninternes Netzwerk, das im Prinzip von allen Mitarbeitern genutzt werden kann.
- 3 Dieser Dienst ermöglicht eine schriftliche Echtzeitkommunikation, die aufgezeichnet werden kann.
- 4 Hiermit ist es möglich, Dateien aus dem Netz herunterzuladen und Dateien an andere Benutzer zu versenden (Daten Transfer Protokoll).
- 5 Weltweites Netzwerk, das andere Netzwerke miteinander verbindet.

8 Welche der folgenden Komponenten ist nicht grundsätzlich erforderlich für die Teilnahme am Internet?

- 1 internetfähiges Gerät, z. B. ein Tablet-PC oder ein Smartphone,
- 2 Joystick, das ist ein multifunktionales Eingabegerät für einen Computer,
- 3 Festnetz- oder Mobilfunkanschluss,
- 4 Provider, der einen Zugang zum Internet ermöglicht,
- 5 Browser, ein Programm, das den Zugriff auf und die Darstellung von Daten ermöglicht.

9 Welche der folgenden Bezeichnungen trifft auf die Abkürzung „WLAN“ zu?

- 1 web local area network
- 2 wide local area network
- 3 wild local area network
- 4 wireless local area network
- 5 white local area network

Nennen und erläutern Sie Nutzungsmöglichkeiten der betrieblichen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten anhand von Beispielen.

Infobrett	Das Infobrett, manchmal auch „Schwarzes Brett“ genannt, wird in der Nähe der Kantine oder des Personaleingangs angebracht. Darauf sind Mitteilungen angebracht, die jeden Mitarbeiter der Filiale erreichen sollen, z. B. neue Mitarbeiter werden mit Foto vorgestellt, Aktionen der Mitbewerber oder eigene Aktionen werden ausgehängt, Personalangelegenheiten werden bekannt gegeben.
Rundschreiben	Rundschreiben dienen entweder ebenfalls der Information aller Mitarbeiter oder einer begrenzten Gruppe (z. B. nur Einkäufer, nur die Abteilung DOB, nur eine Filiale), z. B. neue Konditionen eines großen Lieferanten, Warnhinweise vor bestimmtem Kundenverhalten.
Mitarbeiterzeitung	Die Mitarbeiterzeitung gibt es wegen der hohen Kosten nur in Großunternehmen mit zahlreichen Filialen. Dort dient sie dann dazu, das gesamte Unternehmen betreffende Informationen weiterzugeben, z. B. Berichte über die geschäftliche Entwicklung, neue Strategien oder Informationen aus der Branche.
Warenkundeinformationen	Vor allem bei neuen Produkten müssen die entsprechenden Mitarbeiter informiert werden. Da umfangreiche Schulungen zu teuer sind, liefern die Hersteller oder Großhändler zuweilen genaue Warenkundeinformationen, die über die bloße Gebrauchsanleitung hinausgehen. Sie enthalten z. B. Hinweise über das Material, Nutzungsmöglichkeiten, Argumente für Kundengespräche.
Rufanlage	Die Rufanlage ermöglicht es, von der Marktleitung, dem Personalbüro oder der Information aus über Lautsprecher Durchsagen zu machen, die sich auf <ul style="list-style-type: none"> ▶ Kunden beziehen, z. B. Hinweise auf Aktionen, besonderen Service oder Ladenschluss, ▶ Mitarbeiter beziehen, z. B. Aufforderungen an bestimmte Mitarbeiter, andere Personen per Telefon zu kontaktieren, verschlüsselte Warnhinweise (Feuer).
Telefon	Telefone, zumeist als Wandtelefone in jeder Abteilung angebracht, ermöglichen es den Mitarbeitern, Informationen einzuholen, z. B. Preis- oder Wareninformationen, oder um sich zu melden, wenn sie über die Rufanlage ausgerufen worden sind. Vielfach werden Mitarbeiter, die im Betrieb sehr viel unterwegs sind, mit einem Handy oder mit einem schnurlosen Telefon ausgestattet.
E-Mail/Messaging	Die E-Mail ist im Prinzip ein Brief, der innerhalb des Internets oder des Intranets von einem Absender an einen Empfänger geschrieben werden kann. Man kann an die E-Mail alle beliebigen Informationen anfügen, z. B. Bilddateien, Textdateien, Tabellen, Grafiken u. Ä. (Instant) Messaging ist eine Sonderform der elektronischen Nachrichtenübermittlung, bei der die Nachrichten sofort versendet werden und unmittelbar beim Empfänger ankommen, wobei Media-Dateien oder Dokumente angehängt werden können (z. B. WhatsApp, Join, Simple).

Unterscheiden Sie Datensicherung und Datenschutz.

Datensicherung	Die Datensicherung umfasst alle Maßnahmen eines Unternehmens zum Schutz der Daten vor Verlust, Beschädigung, Verfälschung und unerlaubtem Zugriff unberechtigter Personen. Folgende Maßnahmen werden ergriffen: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Organisatorische Maßnahmen <ul style="list-style-type: none"> – Zugangs- und Abgangskontrollen, z. B. durch offen getragene Ausweise – bauliche Maßnahmen, z. B. besonders feuergeschützte Räume – regelmäßige Sicherung der angefallenen Daten auf externe Datenträger ▶ Softwaremaßnahmen <ul style="list-style-type: none"> – Zugangsberechtigung zu Datenendstationen nur über im Programm hinterlegte Passwörter (Zugangscodes) – Plausibilitätskontrollen bei der Eingabe von Daten, z. B. bei der Überprüfung der Eingabe anhand vorgegebener Größen (Datum, Preis) – Prüfziffernverfahren, z. B. bei der EAN-Nummer (letzte Ziffer) – Summen- und Vollständigkeitskontrollen ▶ Hardwaremaßnahmen <ul style="list-style-type: none"> – Zugang zu den Tastaturen und Geräten nur mit Schlüsseln, z. B. an Kassen oder Datenendgeräten – Überschreibschutz bei Datenträgern – technische Prüfbitkontrolle bei der Übertragung von Daten
Datenschutz	Der Datenschutz umfasst alle Maßnahmen eines Unternehmens, einer Behörde oder sonstigen Organisation zum Schutz aller personenbezogenen Daten vor Missbrauch durch unberechtigte Übertragung und Weitergabe oder unberechtigten Zugriff. Hinzu kommt der Schutz des einzelnen Menschen vor der Sammlung von individuellen Daten über seine Person. Folgende Maßnahmen werden ergriffen: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Rechte der betroffenen Bürger und Mitarbeiter <ul style="list-style-type: none"> – Kenntnisrecht ist das Recht des Bürgers zu wissen, wer Daten über ihn in welchem Umfang besitzt und an wen diese Daten ggf. weitergegeben werden. – Berichtigungsrecht ist das Recht, unzutreffend gespeicherte Daten korrigieren zu lassen. – Lösungsrecht ist das Recht, unzulässig gespeicherte Daten löschen zu lassen. ▶ Datengeheimnis Personen, die mit personenbezogenen Daten zu tun haben, werden zum Schweigen darüber verpflichtet. ▶ Technische oder organisatorische Maßnahmen Diejenigen Betriebe und Einrichtungen, die personenbezogene Daten verarbeiten, haben die geeigneten Maßnahmen zu treffen, die den Datenschutz gewährleisten.

1 Kennzeichnen Sie unten stehende Aussagen mit einer**1, wenn es sich um Aussagen zur Datensicherung handelt,****2, wenn es sich um Aussagen zum Datenschutz handelt.**

- a. Die unberechtigte Übertragung und Weitergabe oder der unberechtigte Zugriff personenbezogener Daten steht hierbei im Vordergrund.
- b. Hierbei sollen die Daten selbst vor Verlust, Beschädigung, Verfälschung und unerlaubtem Zugriff geschützt werden.
- c. Es handelt sich um Maßnahmen zum Schutz aller personenbezogenen Daten.
- d. Die Privatsphäre der Personen soll durch den Missbrauch von Daten geschützt werden.
- e. Sämtliche Daten eines Unternehmens sollen durch geeignete Maßnahmen geschützt werden.
- f. Dazu gehört auch der Schutz des einzelnen Menschen vor der Sammlung von individuellen Daten über seine Person.

2 Welche der folgenden Maßnahmen dient nicht der Sicherung von Daten?

- 1 Die Kassenmitarbeiter müssen sich vor Aufnahme der Tätigkeit an der Kasse mit einem Passwort anmelden.
- 2 Die Datenträger mit den Daten des Tages werden abends in einem feuerfesten Tresor verschlossen.
- 3 Von allen Programmen, die in einem Unternehmen eingesetzt werden, existieren Sicherheitskopien.
- 4 Jeder Kunde erhält nach Abschluss des Kassiervorgangs einen Beleg.
- 5 Jede EAN-Nummer ist mit einer Prüfziffer ausgestattet, um nicht zutreffende Erfassungen zu verhindern.

3 Welche der folgenden Informationen eignen sich nicht für den Aushang am Infobrett des Unternehmens in der Kantine?

- 1 Neue Mitarbeiter werden mit Name, Foto und Arbeitsgebiet vorgestellt
- 2 Kalkulationszuschläge und Handelsspannen der verschiedenen Warengruppen des Unternehmens werden bekannt gemacht.
- 3 Es wird über aktuelle Aktionen der Mitbewerber aus der Branche berichtet.
- 4 Eine Betriebsvereinbarung über die Urlaubsplanung des kommenden Jahres wird veröffentlicht.
- 5 Die Unfallverhütungsvorschriften der Berufsgenossenschaft werden ausgehängt.

4 Eine Mitarbeiterzeitung erfüllt verschiedene Aufgaben. Welche der folgenden Aufgaben erfüllt die Mitarbeiterzeitung nicht?

- 1 Die Mitarbeiterzeitung kann Nachrichten über die Branche, das Unternehmen, die aktuellen Ziele und die Geschäftslage vermitteln.
- 2 Eine Mitarbeiterzeitung soll der Verbesserung der Kommunikation des Unternehmens mit den Mitarbeitern dienen.

3 Die Mitarbeiterzeitung befriedigt das Bedürfnis der Mitarbeiter nach Informationen über das Unternehmen, in dem sie arbeiten.

4 Die Mitarbeiterzeitung sollte aktuelle Nachrichten aus Politik und Zeitgeschehen veröffentlichen.

5 In der Mitarbeiterzeitung können offene Stellen im Unternehmen ausgeschrieben werden, auf die sich interessierte Mitarbeiter bewerben können.

5 In einem bundesweit vertretenen Filialunternehmen sollen alle Mitarbeiter eines Bundeslandes aufgrund einer tarifvertraglichen Angelegenheit informiert werden. Welche der folgenden Informationsmöglichkeiten sollte die Personalabteilung hierfür nicht einsetzen?

- 1 Aushang der neuen tariflichen Regelung an den Infobrettern aller betroffenen Filialen
- 2 Rundschreiben an alle betroffenen Filialen mit der Bitte, dieses zu kopieren und den Mitarbeitern auszuhändigen
- 3 Veröffentlichung der neuen tariflichen Regelungen in der Mitarbeiterzeitung
- 4 E-Mail an alle betroffenen Mitarbeiter
- 5 Whats App-Nachricht auf die Handys der Mitarbeiter

6 Im Rahmen der Datensicherung werden**1 organisatorische Maßnahmen,****2 Softwaremaßnahmen,****3 Hardwaremaßnahmen****unterschieden.**

Ordnen Sie den folgenden Maßnahmen zu, um welche Art der Maßnahmen es sich handelt.

- a. Zugangsberechtigung zu Datenendstationen nur über Passwörter (Zugangscode)
- b. bauliche Maßnahmen, z. B. besonders feuergeschützte Räume
- c. Zugang zu den Tastaturen und Geräten nur mit Schlüsseln
- d. Plausibilitätskontrollen bei der Eingabe von Daten
- e. Zugangs- und Abgangskontrollen, z. B. durch offen getragene Ausweise
- f. regelmäßige Sicherung der angefallenen Daten
- g. Summen- und Vollständigkeitskontrollen
- h. Prüfziffernverfahren
- i. Überschreibschutz bei Magnetbändern

7 Welche der folgenden Durchsagen eignet sich nicht für die Nutzung der Rufanlage eines Warenhauses?

- 1 Hinweis auf Sonderangebote
- 2 Ausrufen eines Mitarbeiters
- 3 Hinweis, dass in der Spielwarenabteilung das Kind einer Kundin seine Mutter sucht
- 4 Offene Meldung, dass es im 2. Stock brennt mit dem Hinweis, das Haus so schnell wie möglich zu verlassen
- 5 Hinweis auf Ladenschluss, verbunden mit guten Wünschen für die Kunden

Nennen Sie wichtige Werbemittel und Werbeträger.

Werbemittel	Werbemittel sind die verkörperten Werbebotschaften. Zu den Werbemitteln zählen: Anzeigen, Fernsehspots, Flugblätter, Prospekte, Plakate, Warenproben, Beilagen, Schaufensterwerbung, Werbefilme, Werbedias, Preisausschreiben.
Werbeträger	Werbeträger sind die personellen und stofflichen Streumittel, die die Botschaft (Inhalt der Werbemittel) an die Zielgruppe herantragen. Zu den Werbeträgern zählen: Zeitungen, Zeitschriften, Fernseher, Adressbücher, Litfaßsäulen, Hörfunk, T-Shirts, Hauswände, Vitrinen, Messen, Verkehrsmittel.

Nennen Sie wichtige Werbegrundsätze.

Wirksamkeit	Das definierte Werbeziel soll erreicht werden. Dafür ist es notwendig, dass die Werbung genau geplant wird und folgende Fragekomplexe berücksichtigt werden: „Wer soll umworben werden, wo, wie, womit soll geworben werden?“
Wirtschaftlichkeit	Auch Entscheidungen im Rahmen der Werbung unterliegen dem ökonomischen Prinzip, d. h., das angestrebte Werbeziel soll mit möglichst geringem Einsatz erreicht werden.
Wahrheit	Die Werbung soll sachlich richtig informieren und nicht falsche oder irreführende Angaben verkünden. Zum einen ist es ein Verstoß gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, zum anderen kann von enttäuschten Kunden langfristig ein Schaden ausgehen, der größer ist als der kurzfristige Erfolg durch unwahre Angaben.
Klarheit	Die Werbebotschaft muss für die Empfänger klar und leicht verständlich sein.

Erläutern Sie, über welche Punkte im Rahmen einer Werbeplanung sich ein Werbetreibender Klarheit verschaffen muss. Erklären Sie die Werbeerfolgskontrolle.

Zielgruppe	Aus der Allgemeinheit wird eine Teilgruppe herausgewählt, an die sich die Werbung richtet. Die Entscheidung, wer zu dieser Zielgruppe zählt, orientiert sich an den Werbezielen, die optimal erfüllt werden sollen. Zielgruppen können z. B. sein: Sportler, Hausbesitzer, Weintrinker, Gewerbetreibende.	
Werbegebiet	Das Werbegebiet (Streugebiet) hängt ab von dem Wohnort der Zielgruppe, der Höhe der Werbekosten, den Möglichkeiten der Distribution. Für einen Einzelhändler z. B. genügt die Anzeige in einer Lokalzeitung. Ein Reiseveranstalter für Kreuzfahrten muss überregionale Werbung betreiben.	
Werbezeitraum	Die Festlegung der Werbezeit (Streuzzeit) kann unterschiedlich sein; so ist die Entscheidung für eine einmalige Werbeaktion, aber auch für ständige oder unregelmäßige Werbeaktionen denkbar.	
Werbeetat	Die für die Werbung geplanten Ausgaben können sich nach verschiedenen Kriterien richten, z. B. <ul style="list-style-type: none"> ▶ Ausrichtung am erwirtschafteten Gewinn des Vorjahres: Man spricht von prozyklischer Werbung, wenn höhere Gewinne = höhere Werbeausgaben, niedrigere Gewinne = niedrige Werbeausgaben bedingen. Man spricht von antizyklischer Werbung, wenn höhere Gewinne = niedrige Werbeausgaben, niedrigere Gewinne = höhere Werbeausgaben bedingen. ▶ Ausrichtung an den Werbemaßnahmen der Konkurrenz ▶ Ausrichtung an den Werbezielen ▶ Ausrichtung an der Finanzlage 	
Werbeerfolgskontrolle	ökonomischer Werbeerfolg	Der ökonomische Werbeerfolg ist für die Überprüfung der Werbeaktion wichtig, jedoch in der Praxis sehr schwierig. So können z. B. die Steigerung des Umsatzes, die Erhöhung des Marktanteils auch durch andere Faktoren wie Produktverbesserung, Geschmackswandel, Konjunkturaufschwung usw. bedingt sein.
	Außerökonomischer Werbeerfolg	Der außerökonomische Werbeerfolg hat das Verhalten der Umworbenen als Untersuchungsgegenstand. Ein Stufenmodell, das die Wirksamkeit der Werbemaßnahme überprüft, ist die sogenannte AIDA-Formel: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Attention: Die Aufmerksamkeit soll auf das Produkt gelenkt werden. Das Produkt muss bekannt gemacht werden, damit die Käufer von seiner Existenz wissen. ▶ Interest: Das Interesse an dem Produkt soll geweckt werden. Die interessierten Käufer müssen weitere Informationen über das Produkt erhalten. ▶ Desire: Es soll der Wunsch geweckt werden, das Produkt zu besitzen. Die Werbung soll erreichen, dass das Produkt aufgrund der Produktinformationen positiv bewertet wird. ▶ Action: Es soll eine Kaufhandlung ausgelöst werden. Die Schaffung des positiven Produktimages soll dazu führen, dass das Produkt bei Bedarf gekauft wird.

1 Überprüfen Sie die folgenden Aussagen im Rahmen einer Werbekampagne.

Tragen Sie die Ziffern vor den zutreffenden Aussagen in die Kästchen ein.

- 1 Die Werbung sollte so gestaltet sein, dass alle Bundesbürger angesprochen werden.
- 2 Von der Festlegung der Zielgruppe ist es abhängig, was in der Werbebotschaft übermittelt werden soll.
- 3 Werbung in Fachzeitschriften eignet sich deshalb besonders gut, weil ganz bestimmte Zielgruppen angesprochen werden.
- 4 In der Einführungsphase eines Produktes intensive Werbeaktionen durchzuführen, ist nicht ökonomisch, da das Produkt nicht bekannt ist.

2 Überprüfen Sie die folgenden Feststellungen zum Werbeetat und zur Werbeerfolgskontrolle.

Welche Feststellung ist nicht zutreffend?

Tragen Sie die Ziffer in das Kästchen ein.

- 1 Die Ausrichtung des Werbeetats orientiert sich auf jeden Fall an den Werbezielen, eine Ausrichtung an den Werbemaßnahmen der Konkurrenz ist nicht denkbar.
- 2 Man spricht von prozyklischer Werbung, wenn im Vergleich zum erwirtschafteten Gewinn des Vorjahres bei höheren Gewinnen auch die Werbeausgaben erhöht werden bzw. bei niedrigeren Gewinnen die Werbeausgaben gesenkt werden.
- 3 Der Werbeerfolg kann z. B. aufgrund von Befragungen oder Beobachtungen festgestellt werden.
- 4 Die Werbeerfolgskontrolle kann sich an psychologischen Werbezielen orientieren, d. h., sie versucht, das Verhalten der Umworbenen auszuwerten und festzustellen.

3 Welche der folgenden Aussagen zu den Werbegrundsätzen trifft nicht zu?

Tragen Sie die Ziffer vor der nicht zutreffenden Aussage in das Kästchen ein.

- 1 Der Werbegrundsatz der Wirtschaftlichkeit drückt aus, dass das angestrebte Werbeziel mit möglichst geringem Einsatz erreicht werden soll.
- 2 Der Grundsatz der Wirksamkeit sagt aus, dass die Werbung sachlich richtig informiert und keinen Verstoß z. B. gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb darstellt.
- 3 Der Grundsatz der Klarheit besagt, dass der Empfänger die Werbebotschaft klar und unmissverständlich versteht.

4 Ein Unternehmer überprüft zwei Möglichkeiten, Werbung zu betreiben:

A: Aufgrund einer Direktwerbung könnten alle 12000 Interessenten angeschrieben werden. Die Kosten für den Versand betragen 9600,00€, für Prospekte und Antwortkarten wird ein Betrag von 32400,00€ eingeplant.

B: Die Teilnahme an einer Messe ist möglich. Die Kosten dafür betragen 56000,00€. Der Stand wird von 5000 Messteilnehmern besucht.

a. Überprüfen Sie die Kosten pro Kontaktchance.

Tragen Sie die Ziffer vor der zutreffenden Antwort in das Kästchen ein.

- 1 Die Kosten pro Kontaktchance auf der Messe sind um 7,70€ höher als die Kosten pro Kontaktchance für die Direktwerbung.
- 2 Die Kosten pro Kontaktchance auf der Messe betragen 11,20€, die Kosten pro Kontaktchance für die Direktwerbung betragen 0,35€.
- 3 anderes Ergebnis

b. Wie hoch sind die Kosten pro Antwort, wenn 2% der Interessenten bei der Direktwerbung antworten und 10% der Messebesucher ein Fachgespräch führen?

Tragen Sie die Ziffer vor der zutreffenden Aussage in das Kästchen ein.

- 1 Die Kontaktkosten je Messeggespräch sind größer als die Kosten je Antwort in der Direktwerbung.
- 2 Bei dieser Betrachtung betragen die Kontaktkosten je Messeggespräch 112,00€, je Kontakt in der Direktwerbung 142,86€.
- 3 anderes Ergebnis

5 Überprüfen Sie die folgenden Zuordnungen.

Tragen Sie die Ziffer der nicht zutreffenden Zuordnung in das Kästchen ein.

Wenn alle Zuordnungen zutreffend sind, tragen Sie eine 5 in das Kästchen ein.

Werbemittel	Werbeträger
1 Plakat	Hauswand, Litfaßsäule
2 Fernsehspot	Fernseher
3 Anzeige	Zeitung
4 Etikett	T-Shirt

6 Welche der folgenden Aussagen zum Werbeträger trifft zu?

- 1 Werbeträger sind die verkörperten Werbebotschaften.
- 2 Werbeträger sind die personellen und stofflichen Streumittel, die eine Botschaft an eine Zielgruppe herantragen.
- 3 Werbeträger sind Werbefilme.
- 4 Werbeträger sind immer Gegenstände.

Beschreiben Sie die Positionen einer Gehaltsabrechnung und ermitteln Sie die Nettovergütung.

MONIKA SCHULZ e. Kffr. – GESCHENKARTIKEL				
Entgeltabrechnung			Monat: Januar 20..	
Giesselmann, Rüdiger Ringstr. 8 04209 Leipzig Pers. Nr.: 104 Abteilung: Versand		Persönliche Daten: Steuerklasse: eins Kinderzahl: 0 Kinderfreibeträge: 0 Konfession: ev. Freibetrag (mtl./jährl.): 120,00 / 1 440,00 ⑯		
Brutto		Abzüge		
Entgelt	3 000,00 ①	<i>Gesetzliche Abzüge:</i>		
VL-Zulage	20,00 ②	Lohnsteuer	463,91 ④	
einmalige Sonderzuwendung	300,00 ③	Kirchensteuer	41,75	
		Solidaritätszuschlag	25,51	
		Rentenversicherung Arbeitnehmer	308,76 ⑤	
		Krankenversicherung Arbeitnehmer	275,56 ⑥	
		Arbeitslosenversicherung Arbeitnehmer	49,80 ⑦	
		Pflegeversicherung Arbeitnehmer	50,63 ⑧	
		<i>Persönliche Abzüge:</i>		
		Vermögenswirksame Leistungen	40,00 ⑨	
		Gehaltsvorschuss	200,00 ⑩	
Gesamt	3 320,00	Gesamt	1 455,92	
Auszahlungsbetrag	sozialvers.-pflichtiges Entgelt	steuerpflichtiges Entgelt	Sozialvers.-Beiträge/ Arbeitnehmer	Sozialvers.-Beiträge/ Arbeitgeber
1 864,08 ⑪	3 320,00 ⑫	3 200,00 ⑬	684,75 ⑭	643,25 ⑮

Erläuterungen:

- ① Die Höhe des Entgeltes ist im Tarifvertrag der entsprechenden Branche festgelegt bzw. wurde einzelvertraglich ausgehandelt.
- ② Zuschuss des Arbeitgebers zu den vermögenswirksamen Leistungen ⑨ des Arbeitnehmers, der im Tarifvertrag festgelegt ist bzw. vom Arbeitgeber freiwillig gezahlt wird.
- ③ sonstige Leistungen des Arbeitgebers (z. B. 13. Monatsgehalt, Kontoführungsgebühren), die sowohl steuer- als auch sozialversicherungspflichtig sind
- ④ Die Lohn- und Kirchensteuer sowie der Solidaritätszuschlag werden mithilfe der elektronischen Lohnsteuerabzugsmerkmale ermittelt (notwendige Angaben: ⑬, Steuerklasse, Kinderfreibeträge).
- ⑤ Beitragshöhe: 18,6 % (2018) von ⑫. Dieser Beitrag wird je zur Hälfte vom Arbeitgeber und vom Arbeitnehmer aufgebracht (Arbeitnehmeranteil demnach 9,3 %).
- ⑥ Beitragshöhe: Arbeitnehmer = 8,3 % (einschließlich Krankenkassen-Sonderbeitrag, in diesem Fall von 1,0 %) Arbeitgeber = 7,3 % (2018)
- ⑦ Beitragshöhe: 3,0 % (2018) von ⑫ (Arbeitgeber und Arbeitnehmer je zur Hälfte 1,5 %)
- ⑧ Beitragshöhe: 2,55 % (2018) von ⑫ (Arbeitgeber und Arbeitnehmer je zur Hälfte 1,275 %), kinderlose Versicherte zahlen

einen Aufschlag von 0,25 %, wenn sie über 23 Jahre alt sind, also insgesamt einen Arbeitnehmeranteil von 1,525 %.

- ⑨ Sparbeiträge des Arbeitnehmers, die vermögenswirksam angelegt werden (z. B. Bausparverträge, Erwerb von Kapitalbeteiligungen)
- ⑩ individuelle Abzüge wie z. B. Tilgung eines Arbeitgeberdarlehens, Lohnpfändung
- ⑪ Dieser Betrag wird auf das Girokonto des Arbeitnehmers überwiesen (Gesamtbruttoentgelt – Gesamtabzüge = Auszahlungsbetrag).
- ⑫ ist i. d. R. mit dem Gesamtbruttoentgelt identisch
- ⑬ Vom Gesamtbruttoentgelt wird der monatliche Steuerfreibetrag ⑯ abgezogen. Der Steuerfreibetrag ist den elektronischen Lohnsteuerabzugsmerkmalen des Arbeitnehmers zu entnehmen.
- ⑭ Summe der Sozialversicherungsbeiträge ⑤ + ⑥ + ⑦ + ⑧ des Arbeitnehmers
- ⑮ Der Arbeitgeber trägt zur Hälfte den Beitrag für die Rentenversicherung, 9,3 % (2018), Krankenversicherung 7,3 % (2017), Arbeitslosenversicherung, 1,5 % (2017) und die Pflegeversicherung, 1,275 % (2018). Summe: 19,375 %.
- ⑯ Der Freibetrag wird auf Antrag beim Finanzamt den elektronischen Lohnsteuerabzugsmerkmalen hinzugefügt.

1 Welche der folgenden Positionen einer Entgeltabrechnung erhöht den auszahlenden Betrag?

- 1 Lohnsteuer
- 2 Kirchensteuer
- 3 Vermögenswirksame Leistungen des Arbeitnehmers
- 4 Zulage des Arbeitgebers zu den vermögenswirksamen Leistungen
- 5 Arbeitnehmeranteil zur Sozialversicherung

2 Prüfen Sie nachfolgende Berechnungen.

Tragen Sie die Ziffer der nicht zutreffenden Berechnung in das Kästchen ein.

- 1 Entgelt
+ vermögenswirksame Zulage des Arbeitgebers
+ sonstige Leistungen des Arbeitgebers (soweit sie nicht steuerfrei sind)

= steuerpflichtiges Entgelt (ohne Freibetrag auf der Lohnsteuerkarte)

- 2 Lohnsteuer
+ Kirchensteuer
+ Solidaritätszuschlag
+ Arbeitnehmeranteil zur Krankenversicherung
+ Arbeitnehmeranteil zur Rentenversicherung
+ Arbeitnehmeranteil zur Arbeitslosenversicherung
+ Arbeitnehmeranteil zur Pflegeversicherung

= gesetzliche Abzüge vom gesamten Bruttogehalt

- 3 gesamtes Bruttoentgelt
– gesamte Abzüge
+ verrechneter Gehaltsvorschuss

= Auszahlungsbetrag

- 4 Arbeitnehmeranteil zur Sozialversicherung
+ Arbeitgeberanteil zur Sozialversicherung (inkl. Beiträge für die Unfallversicherung)

= gesamte Sozialversicherungsbeiträge

- 5 $\frac{\text{jährlicher Steuerfreibetrag}}{12} = \text{monatlicher Steuerfreibetrag}$

3 Welches der unten stehenden Entgelte ist steuer- und sozialversicherungsfrei?

- 1 Bruttoentgelt
- 2 Mehrarbeitsvergütung
- 3 Kontoführungsgebühren
- 4 50% Zuschlag zum Grundlohn für Sonntagsarbeit
- 5 Urlaubsgeld

4 Welcher Beitrag gehört nicht zu den Sozialversicherungsbeiträgen?

Beitrag für

- 1 Arbeitslosenversicherung
- 2 Rentenversicherung
- 3 gesetzliche Unfallversicherung
- 4 Krankenversicherung
- 5 Lebensversicherung

5 Welche der nachstehenden Entgelte sind steuer- und sozialversicherungsfrei?

- 1 Bruttogehalt
- 2 Überstunden-Zuschlag
- 3 Zuschuss des Arbeitgebers zu den vermögenswirksamen Leistungen des Arbeitnehmers
- 4 Lohnfortzahlung im Krankheitsfall
- 5 Zuschläge für Nachtarbeit

6 Welche der aufgeführten Belastungen trägt der Arbeitnehmer allein?

- 1 Arbeitslosenversicherungsbeiträge
- 2 Lohnsteuer
- 3 Rentenversicherungsbeiträge
- 4 Krankenversicherungsbeiträge
- 5 Beiträge zur gesetzlichen Unfallversicherung

7 Welche der folgenden Angaben hat für die Berechnung der Abzüge bzw. des Auszahlungsbetrages keine Bedeutung?

- 1 Bruttoentgelt
- 2 Steuerklasse
- 3 Geschlecht
- 4 Vermögenswirksame Leistungen des Arbeitnehmers
- 5 Anzahl der Kinderfreibeträge

8 Bei welchen Positionen kann es sich nicht um einen Abzug vom Bruttomonatsverdienst handeln?

- 1 Gehalts-/Lohnpfändungen
- 2 Beiträge des Arbeitnehmers zur betrieblichen Altersversorgung
- 3 Beiträge des Arbeitgebers zur betrieblichen Altersversorgung
- 4 Rentenversicherungsbeitrag des Arbeitnehmers
- 5 Beitrag für die gesetzliche Unfallversicherung

9 Ein Mitarbeiter (Bruttogehalt 2500,00€) ist 25 Jahre alt und kinderlos. Seine Krankenkasse erhebt einen zusätzlichen Beitragssatz für die Arbeitnehmer in Höhe von 0,9%. Berechnen Sie die Höhe des Beitrages für die Krankenversicherung (2018)

- a. für den Arbeitnehmer,
- b. für den Arbeitgeber.

die Höhe des Beitrages für die Pflegeversicherung (2017)

- c. für den Arbeitnehmer,
- d. für den Arbeitgeber.

- 30/360-Methode 160
- Ablauforganisation 157
- Absatzwerbung 16
- abstrakter Schaden 114
- Aktiva 230
- Allgemeine Geschäftsbedingungen 108
- Allgemeinverbindlichkeitserklärung 136
- Alternativangebote 34
- anfechtbare Rechtsgeschäfte 100
- Anfrage 102
- Angebot 90, 102
- Angebotsvergleich 175, 177
- angemessene Nachfrist 112
- Angestellte 132
- Anlagevermögen 60
- Annahmeverzug 116
- Antrag 104
- Arbeiter 132
- Arbeitgeberverbände 134
- Arbeitsagentur 124
- Arbeitsgericht 124, 126
- Arbeitslosenversicherung 144, 193
- Arbeitsplatzsicherung 78
- Arbeitsrecht 126
- Arbeitsrecht, individuelles 126
- Arbeitsrecht, kollektives 126
- Arbeitsschutz 142
- Arbeitsschutzbestimmungen 151
- Arbeitssicherheit 150
- Arbeitsvergütung 256
- Arbeitsvertrag 130
- Arbeitszeit 128
- Arbeitszeitschutz 142
- arglistige Täuschung 100
- Artikeldatei 54
- Artikeldaten 52
- Artvollmacht 132
- Aufbauorganisation 123, 157
- Aufgaben des Einzelhandels 80
- Ausbildungsordnung 138
- Ausbildungsvergütung 256
- Auslaufsortiment 8
- Außendienstpromotion 22
- außergewöhnliche Belastungen 262
- Aussperrung 136
- Auszubildende 132
- B2B (Business to Business) 228
- B2C (Business to Consumer) 228
- bargeldlose Zahlung 46
- Barzahlung 46
- Bedarf 84
- Bedienungssystem 20
- Bedürfnisse 82, 84
- Beglaubigung, öffentliche 98
- Beitragsnachweis 254
- Belastungen, außergewöhnliche 262
- Berufsausbildung 138
- Berufsausbildungsvertrag 128
- Berufsschule 128
- berufsständische Organisatoren 125
- Beschwerde 42
- Beschwerdemanagement 42
- Besitz 96
- Besitzkonstitut 96
- Bestandsdaten 242
- Bestandsüberwachung 181
- Bestellmenge 224
- Bestellung 102
- Bestellungsannahme 168
- Bestellzeitpunkt 224
- Betriebshierarchie 122
- Betriebsrat 146, 148
- Betriebsstatistik 236
- Betriebsvereinbarung 148
- Betriebsversammlung 148
- Beurkundung, notarielle 98
- Bewegungsdaten 242
- Bezugskalkulation 70
- Bezugspreis 70, 102
- Bezugsquelle 226
- BGB-Gesellschaft 210
- Bilanz 230
- Bonus 76
- Brainstorming 266
- Buchführung 230
- Bundeselterngeld- und -elternzeitgesetz 142
- Bundesurlaubsgesetz 126, 142
- bürgerlicher Kauf 110
- Bürgschaftskredit (verstärkter Personalkredit) 220
- Businessplan 204
- Chat 10
- Controlling 200
- Couponing 44
- Customer-Relationship-Management 30
- Darlehensvertrag 100
- Datei 242
- Dateitransfer 10
- Daten 242
- Datenfeld 242
- Datensatz 242
- Datenschutz 12
- Datensicherung 12
- Datenverarbeitung 242
- Deckungsbeitrag 201, 240
- Deckungsbeitragsrechnung 240
- Dienstleistungen 82
- Differenzkalkulation 74, 189
- Discountgeschäft 40
- Dreisatz 64
- Drohung, widerrechtliche 100
- Durchschnittsrechnen 69
- E-Commerce 228
- Eigenbelege 233
- Eigenfinanzierung 218
- Eigenkapital 60
- Eigentum 96
- Eigentumsvorbehalt 106
- Einigungsstelle 148
- Einkaufsdisposition 54
- Einkaufsplanung 173, 224, 227
- Einkaufszentrum 40
- Einkunftsarten 260
- einseitiger Handelskauf 110

- Einstandspreis 70, 72, 102
- Einzelkosten 238
- Einzelunternehmen 210
- Electronic Cash 48
- Elektronische Lohnsteuerabzugsmerkmale (ELStAM) 254
- ELV (Elektronisches Lastschriftverfahren) 44
- E-Mail 10, 12
- Erfolgsrechnung, kurzfristige 240
- Erfüllungsgeschäft 104
- Erfüllungsort 106
- EU-Methode 160
- Excel 250, 252

- Fachgeschäft 40
- Falschlieferteilung 112
- Fernabsatzvertrag 92
- Filialgeschäft 40
- Finanzamt 124
- Finanzierung 218
- Firma 208
- fixe Kosten 201, 238
- Fixkauf 110
- Formkaufmann 206
- Frachtführer 38
- Franchising 86
- Freizeichnungsklauseln 104
- Fremdbelege 233
- Fremdfinanzierung 218
- Fusion 86

- Gattungskauf 110
- Gefahrübergang 106, 116
- Gehalt 256
- Gehaltsabrechnung 193, 258
- Gehaltsgruppe 192
- GeldKarte 48
- Geldstrom 88
- Gelegenheitsgesellschaft 86
- Gemeinkosten 238
- Gemischwarengeschäft 40
- Gerichtsstand 106
- Geschäftsfähigkeit 94
- Geschäftsgründung 205
- Gesellschaft des bürgerlichen Rechts 210
- Gesellschaft mit beschränkter Haftung 216
- Gesundheitsschutz 150
- Gewährleistungsansprüche 112
- Gewerkschaften 134
- Gewinn 78
- Gewinneinkünfte 260
- girocard 48
- Günstigkeitsprinzip 126, 130
- Güter 82
- Güterstrom 88
- gutgläubiger Erwerb 96

- halbbare Zahlung 46
- Handelskauf, einseitiger 110
- Handelskauf, zweiseitiger 110
- Handelsmarken 8
- Handelsregister 208
- Handelsspanne 72
- Handels- und Wettbewerbsverbot 130
- Handelsvertreter 36
- Händlerpromotion 22
- Handlungskosten 70, 238
- Handlungsvollmacht 132, 159
- Handwerksinnung 124
- Haustürgeschäft 92
- Herstellermarken 8
- Höchstbestand 58

- IBAN 46
- individuelles Arbeitsrecht 126
- Industrie- und Handelskammer 124
- Infobrett 12
- Insolvenz 222
- Interessengemeinschaft 86
- Internet 10
- Internethandel 228
- Intranet 10
- Inventar 60
- Inventur 60, 62
- Investition 218
- irreführende Werbung 18
- Istkaufmann 206

- Jugendarbeitsschutzgesetz 128
- Jugend- und Auszubildendenvertretung 146
- juristische Personen 94

- Kalkulationsabschlag 72
- Kalkulationsfaktor 72
- Kalkulationsverfahren 72
- Kalkulationsverfahren, vereinfachtes 185
- Kalkulationszuschlag 72
- kalkulatorische Rückrechnung 74
- Kannkaufmann 206
- Kapitalgesellschaften 210
- Kartell 86
- Kasse 44, 50
- Kassenabrechnung 50, 183
- Kauf auf Abruf 110
- Kauf auf Probe 110
- Kauf, bürgerlicher 110
- Kaufhaus 40
- Kaufleute 206
- kaufmännisches Mahnverfahren 118
- Kauf nach Probe 110
- Kaufvertrag 104, 106
- Kaufvertragsarten 165
- Kauf zur Probe 110
- Kernsortiment 8
- Kiosk 40
- Kirchensteuer 193
- Klauseln, unwirksame 108
- Kleinpreisgeschäft 40
- kollektives Arbeitsrecht 126
- Kommanditgesellschaft 214
- Kommanditist 214
- Kommissionär 36
- Kommunalverwaltung 124
- Komplementäre 214
- konkludentes Handeln 98
- konkreter Schaden 114
- Konsumgüter 82
- Kontextmenü 244

- Konzern 86
 Kooperation 86
 Kosten, fixe 201, 238
 Kostenrechnung 238
 Kostenstellen 238
 Kosten- und Leistungsrechnung 230
 Kosten, variable 201, 238
 Krankenversicherung 144, 193
 Kreditkarte 44
 Kreditsicherung 220
 Kreisdiagramm 236
 Kreishandwerkerschaft 124
 Kreislaufwirtschaftsgesetz 152
 Kundendaten 52
 Kundendienstleistungen 76
 Kundenorientierung 32
 Kündigung 128, 130
 Kündigungsschutz 146
 Kündigungsschutzgesetz 140
 kurzfristige Erfolgsrechnung 240
- Ladenöffnungszeiten 18
 Lagerbestand 58
 Lagerbuchführung 62
 Lagerdauer 58
 Lagerhalter 38
 Lagerhaltung 56
 Lagerkontrolle 62
 Lagerumschlagshäufigkeit 58
 Lagerzinssatz 58
 Lastschriftverkehr 46
 Leasing 220
 Leihvertrag 100
 Leitungssysteme 122
 Lern- und Arbeitstechniken 268
 Lieferantendatei 54
 Lieferungsbedingungen 106
 Limitrechnung 226
 Liniendiagramm 236
 Lohn-/Gehaltstarifverträge 134
 Lohnsteuer, Berechnung der 193
 Lohnsteuerklassen 260
- Mahnbescheid 118
 Mahnung 114, 118
 Mahnverfahren,
 kaufmännisches 118
 Mängel 112
 Manteltarifverträge 134
 Markenartikel 8
 Markenzeichen 24
 Marketingmix 28
 Markt 90
 Marktforschung 26, 195
 Marktgrößen 27
 Marktpreisbildung 90
 Meldebestand 58
 Mengendaten 242
 Minderung 112
 Mindestbestand 58
 Mindestlohn 256
 Mini-GmbH 216
 Mitarbeiterzeitung 12
 Mitbestimmung 148
- Moderation 264, 266
 Mutterschutz 142
 Mutterschutzgesetz 142
- Nachbesserung 112
 Nachfrage 84, 90
 Nachfrist, angemessene 112
 natürliche Personen 94
 Nettoverkaufspreis 72
 Netzwerk 10
 nichtige Rechtsgeschäfte 100
 Nicht-Rechtzeitig-Lieferung 114, 169, 173
 Nicht-Rechtzeitig-Zahlung 118, 167
 notarielle Beurkundung 98
- offene Handelsgesellschaft 212
 öffentliche Beglaubigung 98
 öffentliches Recht 94
 öffentliche Versteigerung 116
 ökologische Ziele 152
 ökonomisches Prinzip 84
 Onlinehandel 228
 Onlineshop 228
 Ordnungsdaten 242
 Organigramm 122, 156
 Organisatoren, berufsständische 125
- Pachtvertrag 100
 Passiva 230
 Personalpapiere 237, 255
 Personalplanung 192
 Personengesellschaften 210
 Personen, juristische 94
 Personen, natürliche 94
 Pflegeversicherung 144, 193
 Planung 230
 Platzierungsregeln 20
 POS (Point-of-Sale) 44
 PowerPoint 248
 Prämie 256
 Präsentation 248, 268
 Preisangabenverordnung 182
 Preisauszeichnung 24
 Preisbildung 91
 Preisdatei 54
 Preisklasse 172
 Preispolitik 30, 76
 privates Recht 94
 Produktionsgüter 82
 Produktivität 78
 Produktzyklus 28
 Prokura 132, 158
 Provision 256
 Prozentrechnen 67, 69
 Prozentrechnung 160
 Prozessoptimierung 199
 Public Relations (PR) 16
 Push-and-pull-System 22
- Qualitätsmangel 112
 Quantitätsmangel 112
- Rabatt 76
 Rackjobber 86

- Rahmentarifverträge 134
- Randsortiment 8
- Rechte 82, 96
- Recht, öffentliches 94
- Recht, privates 94
- Rechtsfähigkeit 94
- Rechtsgeschäfte 98
- Rechtsgeschäfte, anfechtbare 100
- Rechtsgeschäfte, nichtige 100
- Rechtsobjekte 96
- Rechtsordnung 94
- Rechtsschutz 24
- Rechtssubjekte 94
- Reklamation 42
- Rennerliste 199
- Renner/Penner-Liste 199
- Rentabilität 78, 80
- Rentenversicherung 144
- Rentenversicherungsbeitrag,
 Berechnung des 193
- Reservelager 56
- RFID 52
- Rückwärtskalkulation 74, 189
- Rufanlage 12
- Rundschreiben 12

- Sachen 96
- Säulendiagramm 236
- Schaden, abstrakter 114
- Schadenersatz 112, 114
- Schaden, konkreter 114
- Scheck 48
- Schenkungsvertrag 100
- Schlechtleistung 171
- Schlichtung 136
- Schriftform 98
- Schulden 60
- Schwerbehinderte 142
- Sektoren der Wirtschaft 78
- Selbstbedienungssystem 20
- Selbstfinanzierung 218
- Selbsthilfeverkauf 116
- Selbstkosten 70
- SEPA 46
- Shop-in-the-Shop 40
- Sicherheit am Arbeitsplatz 150
- Sicherungsübereignung 220
- Skonto 76
- Sofortkauf 110
- Solidaritätszuschlag 193
- Sonderausgaben 262
- Sortimentsaufbau 8
- Sortimentsbereinigung 8
- Sortimentsbreite 8
- Sortimentserweiterung 8
- Sortimentsgestaltung 173
- Sortimentspolitik 30
- Sortimentstiefe 8
- Sortimentsverjüngung 8
- Sozialplan 148
- Sozialversicherung 144
- Spediteur 38
- Spezialgeschäft 40
- Spezifikationskauf 110

- Stabliniensystem 157
- Stammdaten 242
- Statistik 191, 230, 236
- Steuerpflicht 260
- Streik 136
- Stück- oder Spezieskauf 110
- Supermarkt 40

- Tabellenkalkulation 250
- Tarifrecht 134
- Täuschung, arglistige 100
- Teamarbeit 264
- Telefon 12
- Terminkauf 110
- Textverarbeitung 244

- Überschusseinkünfte 260
- Umlaufvermögen 60
- Umweltfaktoren 152
- Umweltschutz 152
- Umweltverträglichkeit 78
- unlauterer Wettbewerb 18
- unwirksame Klauseln 108
- Urlaub 142

- variable Kosten 201, 238
- Verbraucherdarlehen 92
- Verbrauchermarkt 40
- Verbraucherpromotion 22
- Verbraucherschutz 92
- Verbrauchsgüterkauf 112
- vereinfachte Kalkulationsverfahren 185
- Verjährung 120
- Verkaufsargumentation 34
- Verkaufsdatenanalyse 224
- Verkaufsdatenerfassung 52
- Verkaufsförderung 22
- Verkaufsgespräch 32, 34
- Verkaufskalkulation 187
- Verkaufslager 56
- Verkaufsstatistiken 54
- Verkauf zum laufenden Preis 116
- vermögenswirksame Leistungen 193
- Verpflichtungsgeschäft 104
- Versandhandel 40
- Versteigerung, öffentliche 116
- Vertragsfreiheit 108, 130
- Vertragsstrafe 114
- Verteilungsrechnen 69
- Vollmacht 158
- Vorwahlsystem 20
- Vorwärtskalkulation 74

- Warenannahme 62, 178, 179, 180
- Warenbeschaffung 224
- Wareneingang 54
- Wareneingangskontrolle 181
- Wareneinlagerung 62
- Warenhaus 40
- Warenkundeinformationen 12
- Warenlagerung 181
- Warenpräsentation 20
- Warenwirtschaft 52
- Warenwirtschaftssystem 54, 179, 199

Werbegrundsätze 14
Werbemittel 14
Werbeträger 14
Werbeziele 197
Werbung, irreführende 18
Werbungskosten 262
Werkvertrag 100
Wettbewerb 32
widerrechtliche Drohung 100
Willenserklärung 98, 104
Wirtschaftlichkeit 78
Wirtschaftskreislauf 88
Word 245
World Wide Web 10
Zahlung, bargeldlose 46
Zahlung, halbbare 46
Zahlungsverkehr 46
Zeugnis 254
Zinsrechnen 161
Zinsrechnung 160
Zins-Skonto-Vergleich 163
Zusatzlager 56
Zusendung von unbestellten Waren 104
zweiseitiger Handelskauf 110

Bildquellenverzeichnis:

BC GmbH Verlags- und Medien-, Forschungs- und Beratungsgesellschaft, Wiesbaden: S. 150.1–150.8, 151

Umschlagfoto: stock.adobe.com, Dublin (WavebreakmediaMicro)