

Iris Faßbender-Busch

Reihenkonzept: Sabine Dietlmeier, Manuela Schmidt

Sicher vorbereiten und bestehen

Prüfungsvorbereitung zur Abschlussprüfung
Kauffrau/Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement Teil 1

4. 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.

© 2026 Westermann Berufliche Bildung GmbH, Ettore-Bugatti-Straße 6-14, 51149 Köln
service@westermann.de, www.westermann.de

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen bzw. vertraglich zugestanden Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Wir behalten uns die Nutzung unserer Inhalte für Text und Data Mining im Sinne des UrhG ausdrücklich vor. Nähere Informationen zur vertraglich gestatteten Anzahl von Kopien finden Sie auf www.schulbuchkopie.de.

Für Verweise (Links) auf Internet-Adressen gilt folgender Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt dieser externen Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie daher auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Inhalte treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail davon in Kenntnis zu setzen, damit beim Nachdruck der Verweis gelöscht wird.

Druck und Bindung: Westermann Druck GmbH,
Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig

ISBN 978-3-427-**43752**-9

Sie stehen kurz vor dem 1. Teil der Abschlussprüfung „Kauffrau/Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement“?

Dann ist dieses Prüfungsvorbereitungsbuch genau das Richtige für Sie!

Seit dem 1. August 2020 gibt es ein novelliertes Berufsbild. Die Neuordnung des Berufsbildes hat zum Ziel, die Bestandteile der Ausbildung zu aktualisieren und die geänderten Anforderungen des virtuellen Zeitalters einzubinden. So wird jetzt insbesondere Wert auf digitale Inhalte gelegt. Damit werden die veränderten Kompetenzanforderungen in den unterschiedlichen Bereichen elektronischer Geschäftsprozesse und E-Commerce berücksichtigt. Zudem sollen die Handlungskompetenzen in Bezug auf projektorientiertes Arbeiten verstärkt werden.

Die Abschlussprüfung wird in einer gestreckten Form durchgeführt. Die Prüfung besteht aus einem Teil 1, der ca. nach der Hälfte der Ausbildungszeit stattfindet, und einem Teil 2 zum Ende der Ausbildung.

Dieses Prüfungsvorbereitungsbuch soll Sie dabei unterstützen, sich auf den ersten Teil der Prüfung vorzubereiten und den bereits erlernten Unterrichtsstoff zu wiederholen und zu vertiefen.

Der Aufbau dieses Buches orientiert sich am Ausbildungsrahmenplan, sowie dem Prüfungskatalog der Aka und den damit zu vermittelnden Fertigkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten während der ersten 13 Monate der Ausbildungszeit und den damit verbundenen Themengebieten.

Welche Themengebiete beinhaltet Teil 1 der Abschlussprüfung?

Der erste Teil der Abschlussprüfung beinhaltet den Prüfungsbereich:
Organisieren des Warensortiments und von Dienstleistungen

In diesem Rahmen sollen Sie nachweisen, dass Sie, mit Kenntnis der gesetzlichen und unternehmerischen Rahmenbedingungen, sachkundig die Beschaffung und den Verkauf von Waren und Dienstleistungen planen und durchführen können. Dazu gehört die Einordnung des Großhandels in die Gesamtwirtschaft sowie die Beschaffung von Informationen über Bedarfe und Absatzchancen. Des Weiteren sollen Sie in der Lage sein, Angebote einzuholen und zu vergleichen, Waren zu bestellen und Dienstleistungen zu beauftragen.

Kundenanfragen zu bearbeiten und Verkaufsgespräche zu führen sowie Angebotserstellung und Auftragsbearbeitung sind ebenfalls Bestandteil der Prüfung.

Schließlich sollen Sie die rechtlichen Regelungen zum Datenschutz und zur Datensicherheit in Zusammenhang mit Kundendaten kennen.

Wie hilft Ihnen dieses Buch bei der Prüfungsvorbereitung?

Das Buch startet mit einer Einführung über die Arten und Funktionen des Groß- und Außenhandelsmanagements. Anschließend finden Sie zu den genannten prüfungsrelevanten Themen Aufgaben und Lösungen sowie ausführliche Erläuterungen. Viele komplexe Zusammenhänge werden durch Abbildungen anschaulich gemacht.

So können Sie nicht nur Ihr vorhandenes Wissen wiederholen und trainieren, sondern gleichzeitig eventuell vorhandene Verständnislücken schließen. Dabei besteht der größte Teil aus gebundenen Aufgaben, da sich so mehr Wissen vermitteln lässt.

Auf jeder Seite finden Sie in der Kopfzeile auf der linken Seite das Lernfeld des Prüfungsbereichs und auf der rechten Seite das behandelte Thema. Dazu finden Sie auf der Vorderseite mehrere Aufgaben, bei denen Sie Ihre Lösung direkt eintragen können. Wenn Sie umblättern, sehen Sie auf der Rückseite die Lösungen zu den Aufgaben (in grauer Schrift) und die Erklärungen (in schwarzer Schrift). Meistens gibt es hier auch Schaubilder, die den Ablauf oder Zusammenhang übersichtlich zusammenfassen.

Abschließend finden Sie noch eine Probeproofung, bei der Sie Ihr Wissen unter Beweis stellen können. Die Prüfung setzt sich, wie von der IHK vorgegeben, zu 75 % aus offenen und zu 25 % aus gebundenen Aufgaben zusammen. Die abschließende Bewertung orientiert sich an den IHK-Vorgaben.

Am Ende des Buches befindet sich zudem ein Stichwortverzeichnis, in dem Sie gezielt nach Aufgaben und Erläuterungen zu bestimmten Themen suchen können.

Ob Sie die Themen in der Reihenfolge bearbeiten, die das Buch vorgibt, oder einzelne Themengebiete aufgreifen wollen, bleibt Ihnen überlassen.

Auf jeden Fall kann dieses Buch Sie bei Ihrer Prüfungsvorbereitung unterstützen.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei Ihrer Prüfung!

Iris Faßbender-Busch

P.S.: Sollten Sie bei einer Lösung einmal anderer Meinung sein, so lassen Sie es uns wissen und schreiben Sie uns eine Mail an: service@westermann.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3	Prüfungsgebiet Verkauf kundenorientiert planen und durchführen	
Das Modellunternehmen	5	Warenwirtschaftssystem	79
Prüfungsgebiet Das Unternehmen präsentieren		Auftragsdaten	81
Funktionen des Großhandels in der Gesamtwirtschaft	7	Bonitätsprüfung	83
Arten und Stellung des Großhandels in der Absatzkette	9	Stammdaten und Bewegungsdaten	85
Betriebsformen des Groß- und Außenhandels	11	Datenschutz und Datensicherheit	87
E-Commerce	13	ABC-Analyse	89
		Angebot	91
Prüfungsgebiet Warensortiment zusammenstellen und Dienstleistungen anbieten		Lieferungs- und Zahlungsbedingungen	93
Sortimentsbegriffe	15	Allgemeine Geschäftsbedingungen	95
Produktlebenszyklus – ergänzende Angebote	21	Erfüllungsort und Bonität	97
Sortimentskooperation	23	DIN 5008 – Angebot	99
Faktoren für die Zusammensetzung des Sortiments	25	Leasing	101
Dienstvertrag und Werkvertrag	27	Verkaufsgespräche führen	103
Wartungsverträge und Serviceleistungen	29	Die Kundschaft unter Nutzung von Produktinformationen beraten	105
Nachhaltigkeit	31	Der Ablauf des Verkaufsprozesses	109
		Präsentation von Zubehör planen und umsetzen	11
Prüfungsgebiet Einkauf von Waren und Dienstleistungen marktorientiert planen, organisieren und durchführen		Prüfungsgebiet Arbeitsorganisation projekt- und teamorientiert planen und steuern	
Optimale Bestellmenge und Bestellzeit	33	Teambildung – Kommunikation	113
Bezugsquellenermittlung	41	Projektplanung	115
Rechtliche Grundlagen von Verträgen	43	Projektdurchführung	117
Kaufvertrag	45	Präsentation	119
Zertifizierung	51	Kreativitätstechniken und Zeitmanagement	121
Lieferkettensorgfaltspflichtsgesetz (LkSG)	53		
Angebotsvergleich	55	Probepprüfung Organisieren des Warensortiments und von Dienstleistungen	123
Verpackung	59	Bildquellenverzeichnis	135
Wert- und Gewichtsspesen	61	Sachwortverzeichnis	136
Finanzierungsvorteil	63		
Prozentrechnung	65		
Angebotsauswertung	67		
E-Procurement	71		
Digitale Bezugsprozesse	73		
Künstliche Intelligenz in der Beschaffung	75		
Excel	77		

	Großhandel für Wägetechnik GWT GmbH
Geschäftssitz	Paul-Busch-Straße 6–14 50737 Köln
Registergericht Gründungsdatum	Amtsgericht Köln HRB 572 24.01.1967
Geschäftsführer/-innen Geschäftsanteile	• Oliver Strauch 100.000,00 € • Jeanice Bartak 80.000,00 € • Cynthia Garcia 60.000,00 €
Telefon Internet Kontakt	Zentrale 0221 37005-0 www.waegetechnik-koeln.de info@waegetechnik-koeln.de
Zertifizierung	DIN EN ISO 9001
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	59 Beschäftigte, davon: • 3 Geschäftsführer/-innen • 10 Beschäftigte Einkauf • 20 Beschäftigte Verkauf • 8 Beschäftigte Verwaltung • 15 Beschäftigte Lager • 3 Auszubildende
Bilanzsumme Umsatz	5.800.000,00 € 14.200.000,00 €

Geschäftszweck	• Vertrieb von Waagen und Wägeanlagen • Beratung und Planung von Wägeanlagen • Installation vernetzter Systeme
Lieferprogramm	• Fahrzeugwaagen • Sonderwaagen • Bodenwaagen • Tischwaagen • Präzisionswaagen • Zählwaagen • Palettenwaagen • Kranwaagen • Wägeterminals • Wiegehubwagen

Das Unternehmen

Die GWT GmbH wurde 1967 gegründet und ist seitdem in dritter Generation ein verlässlicher Partner für Industrie, Handel und Gewerbe.

59 Beschäftigte und jahrzehntelange Erfahrung sind ein Garant für Qualität.

Durch ständige Investitionen in Know-how und modernste Technik sind wir in der Lage, Ihnen maßgeschneiderte Waagen jeder Art und Größe einschl. EDV-Lösung, auch in Anbindung an vorhandene Systeme, anzubieten.

Gut durchdachte Arbeitsabläufe tragen entscheidend zur Qualität unserer Produkte oder Dienstleistungen bei. Ein wirksames Qualitätsmanagement berücksichtigt die speziellen Anforderungen und Perspektiven unseres Unternehmens.

Situation zur 1. Aufgabe

Nachdem Sie sich eine Übersicht über Ihren Ausbildungsbetrieb verschafft haben, fragen Sie sich nach den verschiedenen Funktionen, die ein Großhandelsbetrieb innerhalb der Gesamtwirtschaft erfüllt.

1. Aufgabe

- 1.1 Ordnen Sie die verschiedenen Funktionen des Großhandels den entsprechenden Beschreibungen zu, indem Sie die zugehörige Ziffer in das Kästchen eintragen.

Beschreibung

Weder Hersteller noch Einzelhändler oder Großverbraucher müssen die Ware lagern.

Die Dauer zwischen der Herstellung und dem Gebrauch oder Verbrauch wird überbrückt.

Die Käufer erhalten ein Zahlungsziel und müssen daher die erhaltene Ware erst später zahlen.

Durch die Verknappung der Ware im Herkunftsgebiet wird sie dort teurer.

Den Käufern werden verschiedene Waren in unterschiedlichen Qualitäten angeboten.

Die Entfernung zwischen dem Herstellungs- und Verbrauchsort wird überbrückt.

Die Weitergabe von Kundenwünschen führt zu Weiter-/Neuentwicklungen von Produkten.

Durch die Umgruppierung wird der Detailvertrieb für die Hersteller übernommen.

Den Kunden werden Verkäuferschulungen und Prospektmaterial angeboten.

Zuordnung

- 1 Mengenausgleich
- 2 Raumüberbrückung
- 3 Zeitüberbrückung
- 4 Absatzfinanzierung
- 5 Sortimentsbildung
- 6 Markterschließung
- 7 Veredelung/
Lagerhaltung
- 8 Service
- 9 Preisausgleich

Fortführung der Situation

Im Zusammenhang mit den verschiedenen Funktionen des Großhandels stellt ein Kollege einige Behauptungen auf.

- 1.2 Welche der unten aufgeführten Aussagen sind **falsch**? Tragen Sie die Ziffern vor den zwei falschen Aussagen in die Kästchen ein.

- 1 Die Preisausgleichsfunktion hat zur Folge, dass die Waren im Herkunftsgebiet günstiger werden und im Zielgebiet teurer.
- 2 Durch die Lagerhaltungsfunktion wird auch die Zeit zwischen der Herstellung und dem Ge-/Verbrauch einer Ware überbrückt.
- 3 Absatzfinanzierung bedeutet, dass Einzelhändler oder Großverbraucher die Ware beim Großhändler nicht bezahlen müssen.
- 4 Die Großhändler unterstützen die Einzelhändler bei der Bildung des Sortiments, indem sie ihnen verschiedene Waren anbieten.
- 5 Ohne den Großhandel müssten sich die Hersteller wahrscheinlich häufiger mit kleineren Bestellungen befassen.
- 6 Der Großhandel erbringt durch seine Funktionen wichtige Leistungen in der Gesamtwirtschaft.



Erläuterungen und Lösungen

1. Aufgabe

- 1.1 Lösung: 7, 3, 4, 9, 5, 2, 6, 1, 8
(siehe Schaubild rechts)

Der Großhandel erfüllt in der Gesamtwirtschaft eine Fülle von Funktionen. So ist es für uns normal, dass wir hierzulande im Geschäft Bananen kaufen können, obwohl sie in unseren Regionen nicht wachsen.

Der Großhandel kauft die Waren im Herstellungsgebiet, wo sie oft im Überfluss vorhanden sind, und lässt sie in Gebiete mit niedrigem Angebot bringen. Das Gleiche gilt für eine Vielzahl von Artikeln, nicht nur für Lebensmittel. Dadurch werden das Angebot und die Nachfrage nach diesen Artikeln mengenmäßig ausgeglichen. Durch diese Veränderung ändert sich auch der Preis in den jeweiligen Regionen.

Ebenso wird die Lagerhaltung zwischen der Herstellung und dem Ver- bzw. Gebrauch einer Ware durch den Großhandel übernommen.

Saisonartikel werden frühzeitig vom Großhandel bereitgestellt, sodass Einzelhändler und Großverbraucher rechtzeitig damit versorgt werden können (z. B. Weihnachtsartikel im Herbst, Gartenbedarf im Frühjahr).

Merke

Meistens werden mit einer Handlung mehrere Funktionen gleichzeitig erfüllt, so z. B. Raum- und Zeitüberbrückung oder Preis- und Mengenausgleich.

- 1.2 Lösung: 1, 3

- Die Preisausgleichsfunktion bewirkt, dass der Preis im Herkunftsland steigt, da das Angebot verknappt wird. Im Zielgebiet wird die angebotene Menge hingegen vergrößert, was eine Preissenkung zur Folge hat.
- Die Absatzfinanzierung bedeutet, dass die Kundinnen und Kunden lediglich ein Zahlungsziel erhalten, also später zahlen können, und nicht, dass sie gar nicht bezahlen müssen.

Funktionen des Großhandels**Markterschließung**

Aufgrund der Weitergabe von Erfahrungen und Wünschen seiner Kunden an die Hersteller wird die Grundlage für Neu- und/oder Weiterentwicklung von Produkten beschleunigt und somit neue Absatzmöglichkeiten (Märkte) geschaffen.

Sortimentsbildung

Es werden Waren verschiedenster Art und Güte für die Kundschaft bereitgestellt. So hat diese eine Vielzahl von Auswahlmöglichkeiten, um sich ihr Angebotssortiment zusammenzustellen.

Mengenausgleich

Beim Absatz-/Aufkaufgroßhandel werden Mengen umgruppiert. In Gebieten mit großem Angebot wird die angebotene Menge verkleinert und in angebotsschwachen Regionen vergrößert.

Preisausgleich

Durch Verkleinerung des Angebotsüberhangs in Gebieten mit großem Angebot (z. B. Kaffee in Kenia) erhöht sich dort der Preis. Die Vergrößerung des Angebots in Gebieten mit einem Nachfrageüberhang hat eine Preissenkung zur Folge (z. B. Kaffee wird in Deutschland günstiger).

Raumüberbrückung

Die Entfernung zwischen dem Ort der Herstellung/der Gewinnung einer Ware wird durch die Organisation des Transports überbrückt (bspw. werden Bananen aus Costa Rica in Deutschland angeboten).

Zeitüberbrückung

Die Zeit zwischen der Herstellung einer Ware und deren Verbrauch wird überbrückt.

Lagerhaltung

Während der Großhandel die Ware lagert, müssen sowohl Hersteller als auch Einzelhändler oder Großverbraucher die Ware nicht lagern. Währenddessen wird die Ware evtl. auch veredelt oder reift.

Absatzfinanzierung

Durch die Gewährung eines Zahlungsziels haben die Kunden die Möglichkeit, innerhalb dieser Zeit die Ware selber zu verkaufen und von den Erlösen die Rechnung zu bezahlen.

Service

Durch Kundenberatung sowie produkt- und kundenbezogene Serviceleistungen und verkaufsfördernde Maßnahmen werden die Kunden unterstützt.

Situation zur 3. bis 5. Aufgabe

Nachdem Sie sich nun einen Überblick im Hinblick auf die Beschaffungsplanung verschafft haben und den Sortimentsumfang hinsichtlich Breite und Tiefe unterscheiden können, lernen Sie nun mehr über das Sortimentsgerüst der GWT GmbH.

3. Aufgabe

Ordnen Sie den verschiedenen Erklärungen den entsprechenden Begriff des Sortimentsgerüsts zu, indem Sie die richtige Ziffer in die jeweiligen Kästchen eintragen.

Erklärung

Dieses Sortiment wird ergänzend zum Grundsortiment geführt.

☐

Hierbei handelt es sich um Artikel, die in Zukunft nicht mehr hergestellt werden.

☐

Dabei handelt es sich um Waren, die eventuell neu in das Sortiment aufgenommen werden.

☐

Damit wird der Hauptumsatz generiert und es wird auch Grundsortiment genannt.

☐

Diese Artikel werden hauptsächlich zu bestimmten Jahreszeiten nachgefragt.

☐

Zuordnung

- 1 Kernsortiment
- 2 Randsortiment
- 3 Saisonsortiment
- 4 Probesortiment
- 5 Auslaufsortiment

Fortführung der Situation

Innerhalb des Sortimentsgerüsts gibt es noch verschiedene Artikelarten. Die Unterteilung von Artikeln in verschiedene Gruppen sollen Sie im Folgenden vornehmen.

4. Aufgabe

Ordnen Sie den folgenden Beschreibungen die entsprechenden Begriffe zu.

Beschreibungen

Sie haben meist einen hohen Bekanntheitsgrad.

☐

Sie sind Selbstläufer und verkaufen sich sehr gut.

☐

Zuordnung

- 1 Markenartikel
- 2 Ersatzartikel
- 3 Impulsartikel
- 4 Ergänzungsartikel
- 5 Aktionsartikel
- 6 Rennerartikel
- 7 Pennerartikel

Der Kauf erfolgt spontan und ungeplant.

☐

Sie stehen in engem Zusammenhang mit dem Hauptartikel.

☐

Sie verkaufen sich schlecht bis gar nicht.

☐

Es handelt sich um eine Alternative zum verlangten Artikel.

☐

Der Verkauf der Artikel wird durch Preissenkungen forciert.

☐

Fortführung der Situation

Das Sortiment ist die Gesamtheit der angebotenen Waren und Dienstleistungen. Die systematische Gliederung des Sortiments erfolgt mit einer Sortimentspyramide.

5. Aufgabe

Ordnen Sie die Begriffe:

- 1 Sorte
- 2 Sortiments-/Warenbereich
- 3 Warengruppe (Gattung)
- 4 Artikel
- 5 Warenart (Artikelgruppe)

der untenstehenden Pyramide zu.



Nachdem Sie sich mit den unterschiedlichen Sortimentsbegriffen vertraut gemacht haben, geht es jetzt um die Fragen, wie viel und wann die entsprechende Ware bestellt werden soll. In diesem Zusammenhang sollen Sie für einige neu in das Sortiment aufgenommene Teile die optimale Bestellmenge ermitteln sowie geeignete Zeitpunkte für die Bestellung festlegen.

Wo liegt rechnerisch die optimale Bestellmenge?

Grundsätzlich unterscheidet man bei der Zeitplanung das Bestellrhythmusverfahren und das Bestellpunktverfahren.

Erläutern Sie den Unterschied zwischen dem Bestellrhythmus- und dem Bestellpunktverfahren.

Aufgrund mehrerer Kundennachfragen wird beabsichtigt, eine neuartige Präzisionswaage in das Sortiment aufzunehmen. Infolge von Erfahrungswerten wird mit einem Absatz von ungefähr 15 Waagen pro Woche (5 Arbeitstage) gerechnet. Da die Waagen zunächst von einem Hersteller aus Spanien bezogen werden, muss mit einer Lieferzeit von 5 Tagen gerechnet werden. Auf dem Transportweg kommt es häufig zu Verzögerungen, daher sollte im Lager stets ein Mindestbestand vorhanden sein, mit dem der Absatz von 4 Arbeitstagen überbrückt werden kann.

3.1 Ermitteln Sie den Meldebestand der Präzisionswaagen:

Abweichend von der Prognose wird die neue Präzisionswaage häufiger verkauft als ursprünglich angenommen. Der tägliche Absatz pendelt sich bei 5 Waagen pro Tag ein.

7

- 1 Der erhöhte Absatz hat keinen Einfluss auf den Meldebestand.
Es reicht, wenn die Bestellmenge erhöht wird.
- 2 Da sich der Mindestbestand nicht ändert, wird auch der Meldebestand beibehalten. Es besteht kein Handlungsbedarf.
- 3 Nur eine Verlängerung der Lieferzeit hätte Einfluss auf die rechnerische Ermittlung des Meldebestands. Da dies nicht der Fall ist, muss nichts unternommen werden.
- 4 Da man eine höhere Menge an Vorrat braucht, um die Lieferzeit zu überbrücken, sollte der Meldebestand erhöht werden.

Situation zur 6. und 7. Aufgabe

Der Absatz der neu in das Sortiment der GWT GmbH aufgenommenen Präzisionswaage hat sich stabilisiert und liegt bei 5 Stück pro Tag. Alle anderen Angaben sind gleichgeblieben (siehe Aufgabe 5).

Da die Waage aus dem Ausland bezogen wird, hat die Häufigkeit der Bestellungen einen großen Einfluss auf den Bezugspreis. Sie sollen nun mithilfe Ihrer neu erworbenen Kenntnisse die optimale Bestellmenge berechnen.

6. Aufgabe

Ermitteln Sie anhand der folgenden Tabelle die optimale Bestellmenge der Präzisionswaage. Gehen Sie dabei von einem Jahresbedarf von 780 Waagen aus. Die Bestellkosten je Bestellung liegen fix bei 120,00 €. Die Lagerkosten je Waage betragen 5,00 €.

Grundsätzlich fallen Lagerkosten für die Hälfte der Bestellmenge an.

Anzahl der Bestellungen	Bestellmenge in Stück	Lagerkosten in €	Bestellkosten in €	Gesamtkosten in €
1				
2				
3				
4				
5				
6				

Lösung: Die optimale Bestellmenge liegt bei Stück.

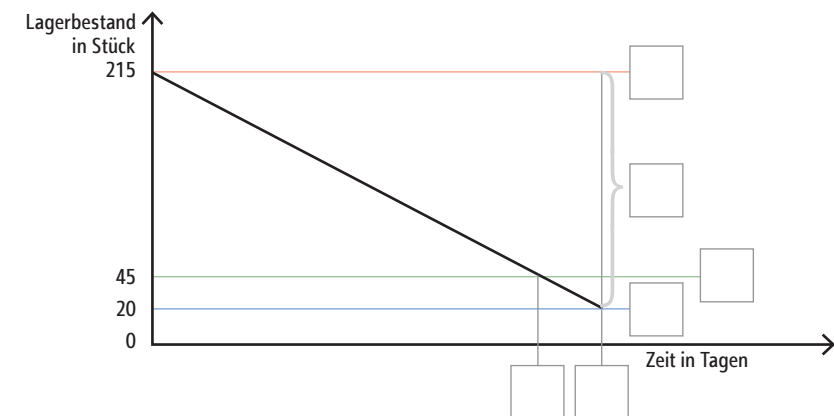
Fortführung der Situation

Nachdem Sie die optimale Bestellmenge errechnet haben, sollen Sie nun die voraussichtlichen Bestelltage für die Präzisionswaage festlegen. Ihnen steht hierfür folgende Grafik zur Verfügung.

7. Aufgabe

7.1 Ordnen Sie folgende Werte der Grafik zu, indem Sie die Zahl vor dem Wert in das entsprechende Kästchen in der Grafik eintragen.

1	Mindestbestand	4	Bestelltag
2	Meldebestand	5	Liefertag
3	Höchstbestand	6	optimale Bestellmenge



7.2 An welchem Tag (bei einem konstanten Bedarf von 5 Stück pro Tag) Tag wird der erste Bestelltag erreicht?

Warensortiment zusammenstellen und Dienstleistungen anbieten

1. Aufgabe

(10 Punkte, ca. 10 Minuten Bearbeitungszeit)

Situation

Die GWT GmbH beabsichtigt, ihr Kernsortiment zu erweitern, um noch besser auf spezielle Kundenbedürfnisse eingehen zu können. Dabei sollen auch alternative Lieferanten für bereits im Sortiment vorhandene Waagen gefunden werden.

1.1 Erläutern Sie den Unterschied zwischen Kern- und Randsortiment.

(4 Punkte)

1.2 Nennen Sie die 4 Fragen, die Sie sich bei der Beschaffungsplanung stellen.

(4 Punkte)

1.3 Nennen Sie 2 Gründe für die Sortimentserweiterung der GWT GmbH.

-

-

(2 Punkte)

Einkauf von Waren und Dienstleistungen marktorientiert planen, organisieren und durchführen

2. Aufgabe

(39 Punkte, ca. 40 Minuten Bearbeitungszeit)

Situation:

Sie werden damit beauftragt, an der Sortimentserweiterung mitzuwirken. Zunächst sollen Sie für einen bestimmten Waagentyp potenzielle Lieferanten finden und Anfragen versenden.

2.1 Welche rechtliche Bedeutung für das Zustandekommen eines Kaufvertrags hat eine Anfrage? ☐

- 1 Eine Anfrage ist ein Antrag im Sinne des Kaufvertrags.
- 2 Eine Anfrage hat keine rechtliche Bedeutung.
- 3 Anfragen können nur schriftlich gestellt werden.
- 4 Aufgrund einer Anfrage kommt ein Kaufvertrag zustande.
- 5 Eine Anfrage ist nur gültig, wenn sie an eine bestimmte Person gerichtet ist.

(3 Punkte)

2.2 Worin besteht der Unterschied zwischen einer bestimmten und einer unbestimmten Anfrage?

(3 Punkte)

Bildquellenverzeichnis

Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH), Bonn: 31.2, 32.1.

Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH, Köln: 31.6, 32.5.

Fairtrade Deutschland e.V., Köln: 31.1, 32.3.

iStockphoto.com, Calgary: jemastock 7.1.

Shutterstock.com, New York: Andrey_Popov 96.1; Boris15 35.1; Dim Tik 109.1; eamesBot 107.1; Kurpas, Viktoria 15.1; Lemola, Mikko 102.1; Maji Design 100.1; sasirin pamai 78.1; Semenchenko, Denis 112.1; Strelnikova, Irina 97.1; Trueffelpix 122.1; wsf-s 29.1; Zein, Bakhtiar 72.1.

stock.adobe.com, Dublin: alexlmx 103.1; andyller 95.1; antto 51.1; bonezboyz 122.3; BullRun Titel; ETAJOE 105.1; Heim, Ramona 91.1; Mickael 31.3, 32.6; robu_s 89.1; slowmoe82 71.1; stockpics 87.1; studio v-zwoelf 85.1; Vaclavek, Petr 122.2.

Umweltbundesamt, Dessau-Roßlau: 31.5.

United Nations, New York, NY: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/> „The content of this website has not been approved by the United Nations and does not reflect the views of the United Nations or its officials or Member States“ 32.4.

© **Europäische Union, Brüssel:** © European Union, 2019 31.4, 32.2.

Sachwortverzeichnis

A

ABC-Analyse 85
 Absatzfinanzierung 7
 Absatzgroßhandel 9
 Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) 91
 Alternativprodukte 21
 Anfrage 41, 45
 Angebot 45, 48, 87
 Angebotsauswertung 66, 67
 Angebotsvergleich 53, 55
 Anpreisung 45
 Artikelarten 18
 Aufkaufgroßhandel 9
 Auftragsbearbeitung 77
 Auktionen 71
 Auslaufsortiment 17
 Ausschreibungen 71

B

Bedarfsermittlung 100
 Beschaffungsplanung 15
 beschränkt geschäftsfähig 43
 Besitz 43
 Bestellkosten 39
 Bestellpunktverfahren 33, 36
 Bestellrhythmusverfahren 36
 Bestellung 45
 Bewegungsdaten 81
 Bezugsquellenermittlung 15, 41
 Bonität 93
 Bumerangmethode 103
 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) 83

D

Datenschutz 83
 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) 83

Datenschutzvorschriften 84
 Datensicherheit 83
 Dienstvertrag 27
 Differenzierung 19
 digitale Bezugsprozesse 71
 DIN 5008 95
 DIN EN ISO 9001:2015 51
 Direkter Absatz 9
 Diversifikation 19
 dualen System („grüner Punkt“) 57

E

E-Business 14
 E-Commerce 13, 70
 Eigentum 43
 Eigentumsübertragung 44
 Eigentumsvorbehalt 91
 Einwandbehandlung 103
 Elimination 19
 E-Procurement 69
 Erfüllungsort 93
 Ergänzungsartikel 22
 ERP-Systeme (Enterprise-Resource-Planning) 70, 75
 Exel 73
 Exporthandel 11

F

Feedback 111
 Finanzierungsvorteil 61
 Freizeichnungsklauseln 88
 Führungsstile 109
 Funktionen des Großhandels 7

G

Gerichtsstand 93
 Geschäftsfähigkeit 43

geschäftsunfähig 43
 geschlossene Frage 99
 Gewichtsspesen 59

I

Importhandel 11
 Indirekter Absatz 9

J

Ja-Aber-Methode 103
 Jahreszinssatz 61
 Juristische Personen 44
 Just-in-time-Belieferung 35, 36

K

Kalkulationsschema 53, 67, 73, 122
 Kaufvertrag 45, 47
 Kernsortiment 17
 Kommunikationsregeln 100, 109
 Komplementärgut 21
 Konfliktlösung 111
 Kooperationsformen 24
 Kreativitätstechniken 117
 Kreditfähigkeit 93
 Kreditwürdigkeit 93

L

Lagerhaltung 8
 Lagerhaltungskosten 39
 Leasing 97
 Lieferantenkredit 89
 Lieferungsbedingung 66, 89
 Lieferzeit 66

M

Markterschließung 7
 Meldebestand 33, 37
 Mengenausgleich 7
 Mengenplanung 15
 Modifikation 19

N

Nachhaltigkeit 31
 Nachteil-Vorteil-Methode 103
 Natürliche Personen 44
 nonverbalen Kontakt 99
 Nutzwertanalysen 55

O

offene Frage 99
 Online-Branchenverzeichnisse 71
 optimale Bestellmenge 33, 37

P

Präsentation 115
 Präsentation von Zubehör 107
 Preisausgleich 7
 Preisnachlässe 54
 Preisnennung 104
 Probesortiment 17
 Produktionsverbindungs-großhandel 9
 Produktlebenszyklus 21
 Projektablaufplan 112
 Projektdurchführung 112
 Projektplanung 111
 Projektplanungsprozess 112
 Projektsteuerungszyklus 113
 Projektstrukturplan 112
 Prozentrechnung 63

Q

Qualitätsmanagement 52

R

Rabatt 53
 Rackjobber 11
 Randsortiment 17
 Raumüberbrückung 7
 Rechtsfähigkeit 43, 44
 Regalzonen 107
 Rückfragemethode 103

S

Saisonsortiment 17
 Sandwichmethode 103
 Selbstmanagement 117
 Service 7
 Serviceleistungen 29
 Skonti 53
 Skonto 61, 90
 Sortimentsbegriffe 15
 Sortimentsbildung 7
 Sortimentsgerüst 17
 Sortimentsgroßhandel 11
 Sortimentskooperation 23
 Sortimentsplanung 15
 Sortimentspyramide 18
 Sortimentsvariationen 20
 Sortimentsveränderungen 20
 Spezialgroßhandel 11
 Streckengeschäft 11
 Substitutionsgut 21
 Supply Chain Management (SCM) 71, 75

T

Tabellenkalkulationsprogramme 74
 Teambildung 109

Trading-down 19
 Trading-up 19
 Transithandel 11

U

unbeschränkt geschäftsfähig 43

V

Vendor Managed Inventory (VMI) 71
 verbalen Kontakt 99
 Verkaufsargumentation 102
 Verkleinerungsmethode 103
 Verpackung 57
 Verpackungsgesetz (VerpackG) 57
 Verpackungskosten 88
 Verpflichtungsgeschäft 47
 Versandkosten 89
 Verzögerungsmethode 103

W

Warenpräsentation 102
 Warenwirtschaftssysteme 75
 Wartungsverträge 29
 Werkvertrag 27
 Wertspesen 59
 Wiederverkäferrabatt 53

Z

Zahlungsbedingung 66, 89
 Zeitmanagement 117
 Zeitplanung 15, 33
 Zeitüberbrückung 7
 Zentrale[n] Stelle Verpa-ckungsregister (ZSVR) 57
 Zertifizierung 51
 Zusatzprodukte 21