

*westermann*



Michael Sieber

# **Prüfungswissen KOMPAKT**

Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce

4. Auflage

Bestellnummer 28578

## Zusatzmaterialien

Für Lehrerinnen und Lehrer



BiBox Einzellizenz für Lehrer/-innen (Dauerlizenz): 978-3-427-28584-7  
BiBox Kollegiumslizenz für Lehrer/-innen (Dauerlizenz):  
978-3-427-28590-8  
BiBox Kollegiumslizenz für Lehrer/-innen (1 Schuljahr):  
978-3-427-28602-8

Für Schülerinnen und Schüler



BiBox Einzellizenz für Schüler/-innen (1 Schuljahr):  
978-3-427-28596-0  
BiBox Klassensatz PrintPlus (1 Schuljahr): 978-3-427-28608-0

## *westermann* GRUPPE

© 2024 Westermann Berufliche Bildung GmbH, Ettore-Bugatti-Straße 6-14, 51149 Köln  
[www.westermann.de](http://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. Nähere Informationen zur vertraglich gestatteten Anzahl von Kopien finden Sie auf [www.schulbuchkopie.de](http://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 978-3-427-28578-6

## Vorwort

Im Zuge der zunehmenden Digitalisierung hat sich auch der Verkauf von Waren und Dienstleistungen stark verändert. Vor diesem Hintergrund werden immer mehr Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen benötigt, die umfassend für die Bearbeitung der komplexen Geschäftsprozesse im Bereich Electronic Commerce qualifiziert sind. Mit dem Ausbildungsberuf „Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce“ wird dieser Anforderung Rechnung getragen. Ziel dieses Ausbildungsberufes ist es, bei den Auszubildenden eine ganzheitliche, prozessorientierte Handlungskompetenz im kaufmännischen Tätigkeitsspektrum mit dem Schwerpunkt E-Commerce zu entwickeln.

Das vorliegende Buch bietet für den Ausbildungsberuf „Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce“ in knapper Form eine übersichtliche Zusammenfassung der für die Abschlussprüfung relevanten Lerninhalte. Darüber hinaus werden auch die Prüfungsmodalitäten und die Gewichtung der einzelnen Themenbereiche in den einzelnen Fächern der Abschlussprüfung näher beleuchtet (siehe Kapitel „Prüfungsmodalitäten“).

Dieses Buch kann keine Lehrbücher ersetzen. Es ist vielmehr als Nachschlagewerk konzipiert, das eine straffe und ökonomische Prüfungsvorbereitung auf Klassenarbeiten und die Abschlussprüfung ermöglicht. Darüber hinaus kann es auch für den Unterricht an der Berufsschule eine hilfreiche Ergänzung sein. Das ausführliche Sachwortverzeichnis ermöglicht es, alle Inhalte schnell zu finden.

Verfasser und Verlag wünschen Ihnen nicht nur viel Erfolg mit diesem Buch, sondern auch die gewünschten Prüfungsergebnisse!

Bayreuth, im Herbst 2023

Michael Sieber

# Inhaltsverzeichnis

## Prüfungsmodalitäten

1. Gesamtüberblick .....	12
2. Prüfungsfach „Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung“ .....	13
3. Prüfungsfach „Wirtschafts- und Sozialkunde“ .....	14
4. Prüfungsfach „Geschäftsprozesse im E-Commerce“ .....	15
5. Prüfungsfach „Kundenkommunikation im E-Commerce“ .....	15
6. Mündliche Prüfung „Produktbezogene Prozesse im E-Commerce“ .....	16

## A **Wirtschafts- und Sozialkunde**..... **17**

<b>1 Volkswirtschaftliche Grundlagen .....</b>	<b>18</b>
1.1 Bedürfnisse, Bedarf, Nachfrage, Güter .....	18
1.2 Ökonomisches Prinzip .....	19
1.3 Ziele erwerbswirtschaftlicher Betriebe .....	20
1.4 Wirtschaftskreislauf.....	21
1.5 Begriff und Funktionen des Marktes .....	21
1.6 Kooperation und Konzentration .....	22
1.7 Produktionsfaktoren .....	24
1.8 Arbeitsteilung.....	25
1.9 Wirtschaftsordnungen .....	26
1.10 Wirtschaftspolitik .....	27
1.10.1 Wirtschaftspolitische Ziele.....	27
1.10.2 Konjunkturpolitik .....	28
1.10.3 Geldpolitik .....	30
<b>2 Rechtliche Rahmenbedingungen des Wirtschaftens .....</b>	<b>32</b>
2.1 Rechtliche Grundbegriffe .....	32
2.2 Arten und Form der Rechtsgeschäfte .....	34
2.3 Nichtig und anfechtbare Rechtsgeschäfte.....	35
2.4 Kaufvertrag .....	37
2.4.1 Zustandekommen und Inhalt des Kaufvertrags .....	37
2.4.2 Kaufvertragsarten.....	38
2.4.3 Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) .....	40
2.5 Zahlungsverkehr.....	41
2.6 Kaufvertragsstörungen.....	44
2.6.1 Nicht-Rechtzeitig-Lieferung (Lieferungsverzug).....	44

2.6.2	Schlechtleistung (mangelhafte Lieferung).....	45
2.6.3	Annahmeverzug.....	48
2.6.4	Nicht-Rechtzeitig-Zahlung (Zahlungsverzug).....	49
2.7	Mahnverfahren.....	50
2.8	Verjährung.....	52
2.9	Verbraucherschutz.....	53
2.10	Gewerbliche Schutzrechte.....	54
2.11	Handelsregister, Kaufmannseigenschaft, Firma.....	55
2.12	Rechtsformen der Unternehmen.....	56
2.12.1	Einzelunternehmung (e. K.).....	57
2.12.2	Offene Handelsgesellschaft (OHG).....	57
2.12.3	Kommanditgesellschaft (KG).....	58
2.12.4	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH).....	60
2.12.5	Aktiengesellschaft (AG).....	61
2.12.6	Eingetragene Genossenschaft (eG).....	62
2.13	Steuern und Versicherungen.....	63
<b>3</b>	<b>Menschliche Arbeit im Betrieb.....</b>	<b>65</b>
3.1	Berufsausbildungsvertrag.....	65
3.2	Arbeitsvertrag.....	65
3.3	Tarifrecht.....	66
3.4	Arbeitsschutzbestimmungen.....	68
3.4.1	Jugendarbeitsschutzgesetz.....	68
3.4.2	Kündigungsschutzgesetz.....	70
3.4.3	Mutterschutzgesetz.....	73
3.4.4	Arbeitsschutzgesetz und Arbeitszeitgesetz.....	73
3.5	Mitwirkung und Mitbestimmung der Arbeitnehmer/-innen.....	74
3.6	Handlungsvollmacht und Prokura.....	75
3.7	Sozialversicherungen.....	76
<b>4</b>	<b>Arbeitssicherheit und Umweltschutz.....</b>	<b>78</b>
4.1	Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit.....	78
4.2	Umweltschutz.....	80
<b>B</b>	<b>Geschäftsprozesse.....</b>	<b>82</b>
<b>1</b>	<b>Organisation.....</b>	<b>83</b>
1.1	Grundbegriffe.....	83

1.2	Aufbauorganisation.....	83
1.3	Ablauforganisation.....	86
<b>2</b>	<b>Beschaffung.....</b>	<b>86</b>
2.1	Bedarfsermittlung und Planung des Sortiments.....	86
2.2	Optimale Bestellmenge.....	87
2.3	Limitrechnung.....	89
2.4	Optimaler Bestellzeitpunkt.....	90
2.5	ABC-Analyse.....	92
2.6	Bezugsquellenermittlung.....	95
2.7	Anfrage.....	96
2.8	Angebot und Angebotsvergleich.....	96
2.9	Bestellung.....	97
2.10	Terminüberwachung.....	97
2.11	Zentraler und dezentraler Einkauf.....	98
<b>3</b>	<b>Absatz.....</b>	<b>98</b>
3.1	Grundbegriffe.....	98
3.2	Marktforschung.....	100
3.3	Marketing-Mix.....	101
3.3.1	Produkt- und Sortimentspolitik.....	101
3.3.2	Preis- und Konditionenpolitik.....	103
3.3.3	Kommunikationspolitik.....	103
3.3.4	Distributionspolitik.....	105
3.4	Rechtliche Vorgaben.....	106
3.4.1	Preisangabenverordnung (PAngV).....	106
3.4.2	Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG).....	106
3.5	Kooperationsmöglichkeiten.....	107
3.5.1	Rackjobber.....	107
3.5.2	Franchising.....	108
3.5.3	Verkauf von Kommissionsware.....	108
<b>4</b>	<b>Personalwirtschaft.....</b>	<b>109</b>
4.1	Ziele und Aufgaben.....	109
4.2	Personalbedarfsplanung.....	109
4.3	Personalbeschaffung.....	110
4.4	Personalverwaltung.....	112
4.5	Personalentwicklung.....	112

4.6	Gehaltsabrechnung.....	113
4.7	Personalfreisetzung.....	114
<b>5</b>	<b>Investition und Finanzierung .....</b>	<b>115</b>
5.1	Außen-, Innen-, Fremd- und Eigenfinanzierung .....	115
5.2	Kredite, Effektivzinsberechnung .....	116
5.3	Kreditsicherung .....	117
5.4	Leasing.....	118
5.5	Factoring.....	119
5.6	Unternehmenskrise, Zahlungsunfähigkeit (Insolvenz) .....	119
<b>C</b>	<b>Kundenkommunikation im E-Commerce .....</b>	<b>123</b>
<b>1</b>	<b>Grundlegende Vorüberlegungen .....</b>	<b>124</b>
1.1	Bewertung des Onlinehandels aus Kunden- und Händlersicht.....	124
1.2	Arten des E-Commerce .....	125
<b>2</b>	<b>Webshop-Gestaltung.....</b>	<b>127</b>
2.1	Erstellung von Internetseiten.....	127
2.2	Planung eines Webshops .....	130
2.3	Anforderungen an einen erfolgreichen Webshop.....	131
2.4	Shopsysteme.....	132
2.5	Layout eines Webshops.....	134
2.6	Barrierefreiheit im Webshop.....	136
2.7	Responsives Webdesign .....	138
2.8	Sortimentsdarstellung im Webshop.....	138
2.9	Webshop-Optimierung.....	141
<b>3</b>	<b>Online-Marktplätze .....</b>	<b>142</b>
3.1	Grundlagen.....	142
3.2	Online-Verkaufsplattformen .....	143
3.3	Online-Auktionsplattformen.....	145
3.4	Sharing-Economy-Plattformen .....	145
<b>4</b>	<b>Rechtliche Vorschriften im E-Commerce .....</b>	<b>146</b>
<b>5</b>	<b>Zahlungsmöglichkeiten im E-Commerce .....</b>	<b>148</b>
5.1	Auswahlkriterien für die Wahl der Zahlungsart .....	148

5.2	Klassische Zahlungsarten im Onlinehandel .....	149
5.3	Elektronische Bezahlsysteme im Onlinehandel.....	150
<b>6</b>	<b>Multi-Channel-, Cross-Channel und Omni-Channel-Strategie .....</b>	<b>152</b>
6.1	Wechselwirkung von stationärem Handel und Onlinehandel .....	152
6.2	Distributionsstrategien im Vergleich.....	152
6.3	Serviceleistungen .....	153
<b>7</b>	<b>Kommunikation mit Kundinnen und Kunden .....</b>	<b>154</b>
7.1	Kommunikation durch die Produktbeschreibung .....	154
7.2	Kommunikation im Kundengespräch .....	155
7.3	Umgang mit unzufriedenen Kundinnen und Kunden .....	158
<b>8</b>	<b>Verkauf zusätzlicher Artikel.....</b>	<b>160</b>
<b>9</b>	<b>Kennziffern im E-Commerce.....</b>	<b>161</b>
<b>10</b>	<b>Datenschutz im E-Commerce .....</b>	<b>162</b>
<b>D</b>	<b>Onlinemarketing.....</b>	<b>165</b>
<b>1</b>	<b>Erscheinungsformen des Onlinemarketings .....</b>	<b>166</b>
<b>2</b>	<b>Erfolgsfaktoren des Onlinemarketings .....</b>	<b>168</b>
2.1	Grundlegende und internet-spezifische Erfolgsfaktoren .....	168
2.2	Customer Relationship Management (CRM) .....	170
2.3	Brand Building (Markenaufbau) .....	172
2.4	Möglichkeiten zur Steigerung des Kundenwertes.....	172
2.5	Erfolgscontrolling .....	172
<b>3</b>	<b>Instrumente des Onlinemarketings .....</b>	<b>174</b>
3.1	Corporate-Website .....	174
3.2	Landingpage und Doorwaypage .....	175
3.3	Sales Funnel .....	176
3.4	Onlinewerbung .....	177
3.5	Search Engine Marketing (SEM).....	180
3.6	Content-Marketing .....	182
3.7	Social-Media-Marketing (SMM).....	183



3.8	E-Mail-Marketing.....	186
3.9	Mobile-Marketing.....	187
<b>E</b>	<b>Warenwirtschaft und Logistik .....</b>	<b>189</b>
<b>1</b>	<b>Warensortiment.....</b>	<b>190</b>
1.1	Sortimentspolitik.....	190
1.2	Sortimentsaufbau .....	190
1.3	Sortimentsumfang .....	190
1.4	Sortimentsstruktur .....	191
1.5	Sortimentsgestaltung .....	191
1.6	Warenkennzeichnungen.....	192
1.7	Herstellermarken und Handelsmarken.....	192
<b>2</b>	<b>Warenwirtschaft und Warenwirtschaftssystem .....</b>	<b>193</b>
2.1	Ziele und Aufgaben der Warenwirtschaft.....	193
2.2	Möglichkeiten der Datenerfassung .....	194
2.3	Warencodierung .....	195
<b>3</b>	<b>Wareneingang.....</b>	<b>195</b>
<b>4</b>	<b>Warenlagerung .....</b>	<b>196</b>
4.1	Aufgaben der Lagerhaltung.....	196
4.2	Anforderungen an ein Lager.....	196
4.3	Lagerarten .....	196
4.4	Lagerrisiken .....	197
4.5	Lagerbestandsarten .....	197
4.6	Lagerkosten.....	198
4.7	Lagerkennzahlen .....	198
4.8	Maßnahmen zur Verbesserung der Lagerkennzahlen .....	199
4.9	Hilfsmittel im Lager .....	199
4.10	Tätigkeiten im Lager.....	200
<b>F</b>	<b>Projektmanagement .....</b>	<b>203</b>
<b>1</b>	<b>Kommunikation und Kooperation.....</b>	<b>204</b>
1.1	Grundlagen der Kommunikation .....	204
1.2	Führungsstile und Management-Prinzipien .....	206
1.3	Teamarbeit .....	207

1.4	Präsentationstechnik.....	211
1.5	Verbale und nonverbale Gesprächsführung.....	213
1.6	Kreativitäts- und Bewertungstechniken.....	218
<b>2</b>	<b>Projektmanagement-Techniken .....</b>	<b>223</b>
2.1	Projektdefinition.....	223
2.2	Projektorganisation.....	224
2.3	Projektplanung.....	227
2.4	Projektcontrolling .....	230
2.5	Projektabschluss .....	231
<b>G</b>	<b>Kaufmännische Steuerung und Kontrolle .....</b>	<b>232</b>
<b>1</b>	<b>Aufgaben und Teilbereiche des Rechnungswesens .....</b>	<b>233</b>
<b>2</b>	<b>Kaufmännisches Rechnen .....</b>	<b>235</b>
2.1	Dreisatz .....	235
2.2	Durchschnittsrechnung.....	236
2.3	Verteilungsrechnung.....	237
2.4	Prozentrechnung.....	237
2.5	Währungsrechnung.....	240
2.6	Zinsrechnung.....	241
<b>3</b>	<b>Buchführung.....</b>	<b>243</b>
3.1	Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung.....	243
3.2	Inventur, Inventar .....	244
3.3	Bilanz, Bestandskonten .....	246
3.4	Organisation der Buchführung.....	248
3.5	Erfolgskonten, Gewinn und Verlustkonto (GuV).....	249
3.6	Warenkonten.....	250
3.7	Umsatzsteuer .....	251
3.8	Privatentnahmen und -einlagen .....	252
3.9	Einkaufs- und Verkaufsbuchungen .....	253
3.10	Anlagenwirtschaft .....	255
3.10.1	Kauf von Anlagegütern .....	255
3.10.2	Abschreibungen auf Sachanlagen .....	256
3.10.3	Geringwertige Wirtschaftsgüter.....	257
3.11	Jahresabschluss .....	258

<b>4</b>	<b>Kosten- und Leistungsrechnung (KLR)</b> .....	<b>260</b>
4.1	Handelskalkulation .....	260
4.1.1	Bezugskalkulation .....	260
4.1.2	Verkaufskalkulation .....	261
4.1.3	Verkürzte Kalkulationsverfahren .....	264
4.2	Teilkostenrechnung.....	265
4.2.1	Fixe und variable Kosten .....	265
4.2.2	Deckungsbeitragsrechnung.....	270
4.2.3	Break-Even-Point.....	271
4.3	Vollkostenrechnung .....	272
4.3.1	Abgrenzungsrechnung.....	272
4.3.2	Kostenstellenrechnung (BAB).....	278
4.3.3	Kostenträgerrechnung.....	281
<b>5</b>	<b>Statistik</b> .....	<b>285</b>
5.1	Aufgaben.....	285
5.2	Darstellungsmethoden .....	285
<b>6</b>	<b>Controlling</b> .....	<b>287</b>
6.1	Begriff und Aufgaben .....	287
6.2	Instrumente.....	288
6.3	Anwendungsbereiche .....	288
	Einzelhandelskontenrahmen (EKR) .....	291
	Bildquellenverzeichnis.....	295
	Sachwortverzeichnis .....	296

## Prüfungsmodalitäten

### 1. Gesamtüberblick

Die Abschlussprüfung für den Ausbildungsberuf „Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce“ wird in Form einer gestreckten Abschlussprüfung durchgeführt. Rechtliche Grundlage dafür ist die „Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann im E-Commerce und zur Kauffrau im E-Commerce“ in Verbindung mit dem Berufsbildungsgesetz.

#### Teil 1 (Mitte des 2. Ausbildungsjahres)

Prüfungsfach/Prüfungsanforderungen	Dauer (in Min.)	Gew.
Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung	90	25 %

#### Teil 2 (am Ende der Berufsausbildung)

Prüfungsfach/Prüfungsanforderungen	Dauer (in Min.)	Gew.
Geschäftsprozesse im E-Commerce	120	30 %
Kundenkommunikation im E-Commerce	60	15 %
Wirtschafts- und Sozialkunde	60	10 %
Projektbezogene Prozesse im E-Commerce (mündliche Prüfung)	20	20 %

In jedem der vier Prüfungsfächer sind höchstens 100 Punkte zu erreichen. Dabei gilt der folgende **Notenschlüssel**.

100–92 Punkte	Note 1 (sehr gut)
unter 92–81 Punkte	Note 2 (gut)
unter 81–67 Punkte	Note 3 (befriedigend)
unter 67–50 Punkte	Note 4 (ausreichend)
unter 50–30 Punkte	Note 5 (mangelhaft)
unter 30–0 Punkte	Note 6 (ungenügend)

Die Abschlussprüfung ist bestanden, wenn die Leistungen

1. im Gesamtergebnis von Teil 1 und Teil 2 der Abschlussprüfung mit mindestens „ausreichend“,
2. im Endergebnis von Teil 2 der Abschlussprüfung mit mindestens „ausreichend“,
3. in mindestens drei Prüfungsbereichen von Teil 2 der Abschlussprüfung mit mindestens „ausreichend“ und
4. in keinem Prüfungsbereich von Teil 2 der Abschlussprüfung mit „ungenügend“ bewertet worden sind.

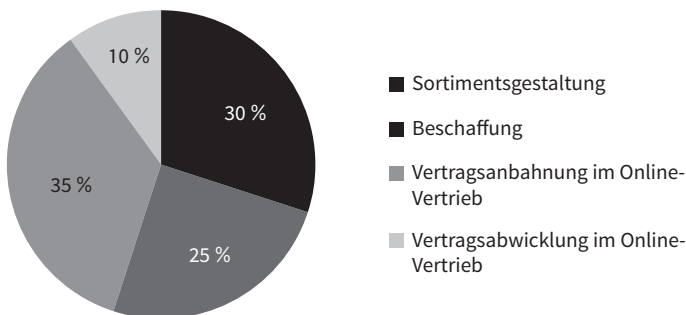
Auf Antrag des Prüflings ist die Prüfung in einem der mit schlechter als „ausreichend“ bewerteten schriftlichen Prüfungsbereiche des 2. Teils der Abschlussprüfung durch eine mündliche Prüfung von etwa 15 Minuten zu ergänzen, wenn dies für das Bestehen der Prüfung den Ausschlag geben kann (**Ergänzungsprüfung**). Bei der Ermittlung des Ergebnisses für diesen Prüfungsbereich sind das bisherige Ergebnis und das Ergebnis der mündlichen Ergänzungsprüfung im Verhältnis 2:1 zu gewichten.

## 2. Prüfungsfach „Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung“

Im Prüfungsfach „Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung“, das als Teil 1 der Abschlussprüfung zu absolvieren ist, soll der Prüfling nachweisen, dass er in der Lage ist,

- das Waren- und Dienstleistungsangebot im Onlinevertrieb kunden- und serviceorientiert mitzugestalten und zu bewirtschaften,
- die Beschaffung von Waren oder Dienstleistungen für den Onlinevertrieb zu unterstützen,
- Vertragsanbahnungen im Onlinevertrieb zu gestalten und Vertragsabschlüsse herbeizuführen und
- rechtliche Regelungen bei der Sortimentsbewirtschaftung, der Beschaffung und der Vertragsanbahnung einzuhalten.

### Schwerpunkte im Prüfungsfach „Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung“

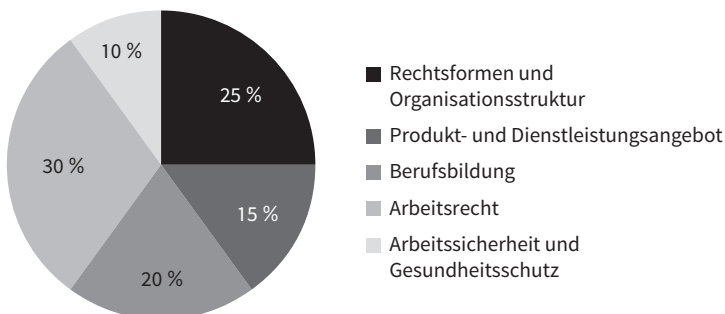


In Anlehnung an: „Prüfungskatalog für die IHK-Abschlussprüfungen – Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce vom 13. Dezember 2017“, AKA Nürnberg, 1. Auflage 2019

### 3. Prüfungsfach „Wirtschafts- und Sozialkunde“

Im Prüfungsfach „Wirtschafts- und Sozialkunde“ soll der Prüfling nachweisen, dass er in der Lage ist, allgemeine wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt darzustellen und zu beurteilen.

#### Schwerpunkte im Prüfungsfach „Wirtschafts- und Sozialkunde“



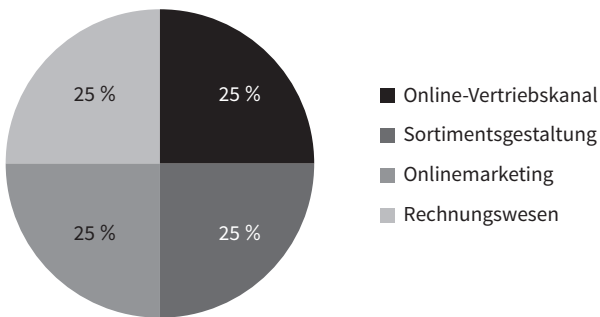
In Anlehnung an: „Prüfungskatalog für die IHK-Abschlussprüfungen – Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce vom 13. Dezember 2017“, AKA Nürnberg, 1. Auflage 2019

#### 4. Prüfungsfach „Geschäftsprozesse im E-Commerce“

Im Prüfungsfach „Geschäftsprozesse im E-Commerce“ soll der Prüfling nachweisen, dass er in der Lage ist,

- komplexe Arbeitsaufträge handlungsorientiert zu bearbeiten,
- fachliche und wirtschaftliche Zusammenhänge zu analysieren, Lösungen für Aufgabenstellungen zu entwickeln und dabei Instrumente der kaufmännischen Steuerung und Kontrolle zu nutzen,
- wirtschaftliche und technische Entwicklungen im Hinblick auf ihre Relevanz für den E-Commerce einzuschätzen,
- englische Informationen und Fachbegriffe situationsbezogen zu nutzen und
- rechtliche Regelungen bei den Geschäftsprozessen im E-Commerce einzuhalten.

##### Schwerpunkte im Prüfungsfach „Geschäftsprozesse im E-Commerce“



*In Anlehnung an: „Prüfungskatalog für die IHK-Abschlussprüfungen – Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce vom 13. Dezember 2017“, AKA Nürnberg, 1. Auflage 2019*

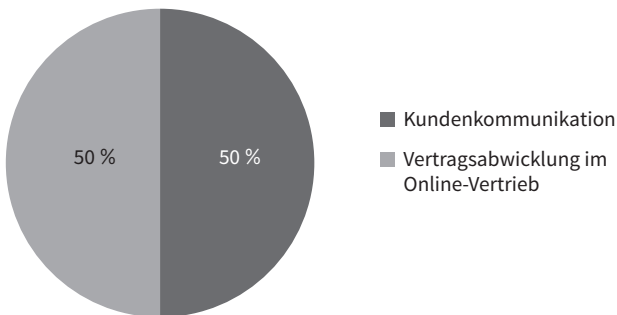
#### 5. Prüfungsfach „Kundenkommunikation im E-Commerce“

Im Prüfungsfach „Kundenkommunikation im E-Commerce“ soll der Prüfling nachweisen, dass er in der Lage ist,

- Kundenanliegen lösungsorientiert zu bearbeiten,
- bei der Vertragserfüllung entstehende Störungen zu bearbeiten,
- Rückabwicklungsprozesse zu organisieren,
- Kommunikationskanäle auszuwählen und zu steuern,

- Schnittstellen von Kommunikationskanälen zu berücksichtigen,
- Kommunikation mit Kunden zielgruppenorientiert und situationsgerecht zu gestalten, auszuwerten und zu optimieren und
- rechtliche Regelungen bei der Kundenkommunikation im E-Commerce einzuhalten.

### Schwerpunkte im Prüfungsfach „Kundenkommunikation im E-Commerce“



*In Anlehnung an: „Prüfungskatalog für die IHK-Abschlussprüfungen – Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce vom 13. Dezember 2017“, AKA Nürnberg, 1. Auflage 2019*

### 6. Mündliche Prüfung „Produktbezogene Prozesse im E-Commerce“

In der mündlichen Prüfung soll der Prüfling in einem fallbezogenen Fachgespräch nachweisen, dass er in der Lage ist,

- berufstypische Aufgabenstellungen zu erfassen,
- Probleme und Vorgehensweisen zu erörtern,
- Lösungswege zu entwickeln,
- kunden- und serviceorientiert zu handeln,
- praxisbezogene Aufgaben zu planen, durchzuführen und auszuwerten,
- projektorientierte Arbeitsweisen im E-Commerce anzuwenden und
- Kommunikations- und Kooperationsbedingungen zu berücksichtigen.

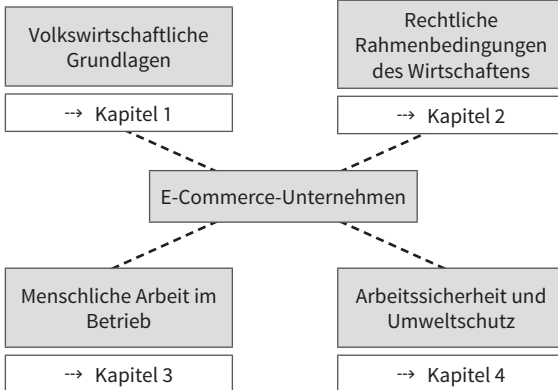


# A

## WIRTSCHAFTS- UND SOZIALKUNDE

### RECHTLICHE UND VOLKSWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

RAHMENBEDINGUNGEN



RAHMENBEDINGUNGEN

### RECHTLICHE UND VOLKSWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

# 1 Volkswirtschaftliche Grundlagen

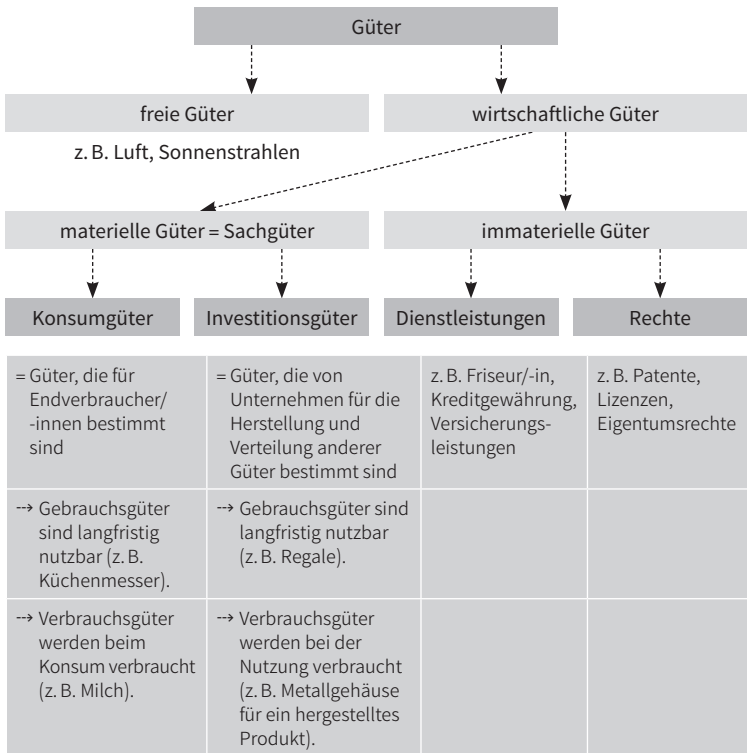
## 1.1 Bedürfnisse, Bedarf, Nachfrage, Güter

- ▶ Unter Bedürfnissen versteht man die Mangelempfindungen der Menschen, die diese zu beheben bestrebt sind.

### Überblick über die einzelnen Bedürfnisarten

Einteilung	Arten	Beispiele	Mittel der Befriedigung (Güter)
Nach der Dringlichkeit	Existenzbedürfnisse (absolute Bedürfnisse = Primärbedürfnisse)	<i>Hunger, Durst</i>	Nahrung, Getränke
	Kultur- und Luxusbedürfnisse (relative Bedürfnisse = Sekundärbedürfnisse)	<i>Erholung, Freizeit</i>	Urlaubsreise, Segelyacht
Nach dem Gegenstand	materielle Bedürfnisse	<i>Wohnraum</i>	Haus
	immaterielle Bedürfnisse	<i>Sicherheit <b>und</b> Schutz der Wohnungseinrichtung</i>	Hausratversicherung
nach den gesellschaftlichen Befriedigungsmöglichkeiten	Individualbedürfnisse (Bedürfnisse, die bei einer einzelnen Person auftreten)	<i>Hunger, Durst</i>	Nahrung, Getränke
	Kollektivbedürfnisse (Bedürfnisse, die von einer Gemeinschaft ausgehen)	<i>Sicherheit, Bildung</i>	Polizei, Schulen

- ▶ Als Bedarf bezeichnet man die mit Kaufkraft versehenen Bedürfnisse.
- ▶ Nachfrage nennt man den auf dem Markt erscheinenden Bedarf.
- ▶ Güter sind Mittel, die dem Menschen Nutzen stiften.



## 1.2 Ökonomisches Prinzip

### Maximalprinzip

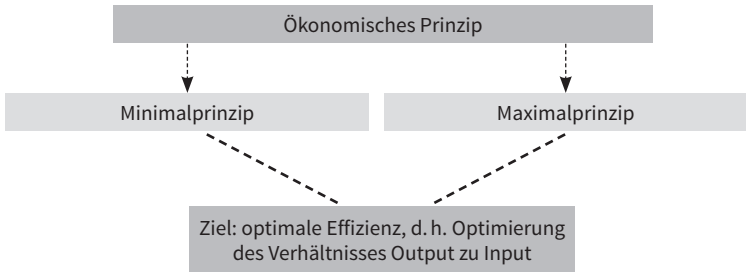
Mit den gegebenen Mitteln ist der größtmögliche Erfolg zu erzielen.

**Beispiel:** *Mit einem vollen Tank sollen so viele Kilometer wie möglich gefahren werden.*

### Minimalprinzip

Ein geplanter Erfolg ist mit dem geringstmöglichen Mitteleinsatz zu erzielen.

**Beispiel:** *Für die Strecke München–Hamburg soll so wenig Sprit wie möglich verbraucht werden.*



### 1.3 Ziele erwerbswirtschaftlicher Betriebe

Handelsbetriebe handeln im Gegensatz zu gemeinnützigen Organisationen nach dem erwerbswirtschaftlichen Prinzip. Die obersten Unternehmensziele sind daher:

- operativ (= kurzfristig): Gewinnmaximierung, Liquiditätssicherung
- strategisch (= langfristig): Existenzsicherung.

Neben den operativen und strategischen Oberzielen streben Unternehmen eine Vielzahl von unterschiedlichen Zielen in unterschiedlichen Zielkategorien an. Dabei spielen die wirtschaftlichen Ziele für erwerbswirtschaftliche Betriebe immer die dominante Rolle.

Wirtschaftliche Ziele	Soziale Ziele	Ökologische Ziele	Gesellschaftliche Ziele
z. B.: → Gewinnmaximierung → Umsatzsteigerung → Absatzsteigerung → Steigerung der Eigenkapitalrendite → Erschließung neuer Märkte → Erhöhung des Marktanteils	z. B.: → Arbeitsplatzsicherung → Sozialleistungen für Beschäftigte → Arbeitszufriedenheit der Beschäftigten	z. B.: → ressourcenschonende Herstellungsverfahren → Umweltverträglichkeit der Produkte → umweltschonende Entsorgung → Recycling	z. B.: → positives Unternehmensimage → Corporate Identity (Unternehmensidentität, sprich Unverwechselbarkeit des Unternehmens) → politischer Einfluss

→ Schutzfrist: zehn Jahre; eine Verlängerung um jeweils zehn Jahre ist möglich

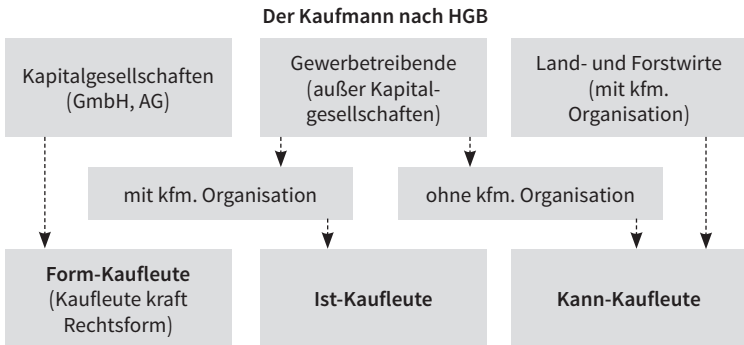
**Beispiele:** Wortmarken (z.B. BMW, Coca-Cola), Bildmarken (z.B. Mercedes-Stern, McDonald's-Symbol), Hörmarken (z.B. Erkennungsmelodie T-Mobile, Bayern 3)

## 2.11 Handelsregister, Kaufmannseigenschaft, Firma

### Handelsregister

Das HGB gilt nur für Kaufleute im Sinne des HGB. Diese sind im **Handelsregister**, dem öffentlichen Verzeichnis aller Kaufleute nach HGB eines Amtsgerichtsbezirks, verzeichnet. Man unterscheidet im Handelsregister die Abteilung A, in die alle Einzelunternehmen und Personengesellschaften (z. B. OHG, KG, GmbH & Co. KG), und die Abteilung B, in die alle Kapitalgesellschaften (z. B. GmbH, AG) eingetragen werden.

### Der Kaufmann nach HGB



Für **Form-Kaufleute** ist die Eintragung ins Handelsregister **konstitutiv** (rechtsbegründend), d. h., die Kapitalgesellschaft entsteht erst durch Eintragung ins Handelsregister.

Für **Ist-Kaufleute** ist die Eintragung ins Handelsregister **deklaratorisch** (rechtsbekundend), d. h., die Rechtswirkung besteht schon vor dem Eintrag ins Handelsregister.

**Kann-Kaufleute** können sich ins Handelsregister eintragen lassen, müssen aber nicht. Wenn sie sich eintragen lassen, ist die Eintragung konstitutiv und sie werden durch die Eintragung Kaufleute im Sinne des HGB. Erfolgt keine Eintragung, bleibt der Kann-Kaufmann Nicht-Kaufmann und es gilt für ihn weiterhin das BGB.

## Firma

- ▶ Als Firma bezeichnet man den Namen, unter dem der Kaufmann i. S. d. HGB seine Geschäfte betreibt (Handelsname).

Als **Firmenarten** unterscheidet man die **Personenfirma** (z. B. Hans Meier OHG), die **Sachfirma** (z. B. Software GmbH), die **Fantasiefirma** (z. B. Softy Creations KG) und die **Mischfirma** (z. B. Meier Software Creations GmbH).

Wer eine Firma führt, hat die folgenden **Firmengrundsätze** zu beachten:

- **Firmenöffentlichkeit:** Alle Kaufleute müssen ihre Firma ins Handelsregister eintragen lassen.
- **Firmenbeständigkeit:** Die bisherige Firma kann z. B. auch bei Inhaberwechsel fortgeführt werden.
- **Firmenausschließlichkeit** (Unterscheidbarkeit): Die Unterscheidbarkeit von anderen Firmen muss bei Neugründungen beachtet werden.
- **Irreführungsverbot:** Der Firmenname darf nicht über geschäftliche Verhältnisse, die für die Geschäftspartner maßgeblich sind, täuschen.
- **Offenlegung der Haftungsverhältnisse:** wird durch Rechtsformzusatz und Eintragung ins Handelsregister gewährleistet
- **Offenlegung der Gesellschaftsverhältnisse:** wird durch Rechtsformzusatz und Eintragung ins Handelsregister gewährleistet

## 2.12 Rechtsformen der Unternehmen

Einzelunternehmen (Alleinunternehmer)	Gesellschaftsunternehmen		
	Kapitalgesellschaften	Personengesellschaften	Andere Gesellschaftsformen
	→ Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	→ offene Handelsgesellschaft (OHG)	→ Genossenschaft (eG)
	→ Aktiengesellschaft (AG)	→ Kommanditgesellschaft (KG)	→ Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit (VvAG)
	→ Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA)	→ GmbH & Co. KG	→ Partnergesellschaft (PartG)
			→ unvollständige Gesellschaften wie die stille Gesellschaft oder die BGB-Gesellschaft

### 2.12.1 Einzelunternehmung (e. K.)

Gründung	erfolgt durch den Unternehmer selbst ⇒ Eintragung in das HR Abt. A
Firma	Personen-, Sach-, Fantasie- oder gemischte Firma mit dem zwingenden Zusatz „eingetragener Kaufmann/Kauffrau“ oder „e. K.“/„e. Kfm.“/„e. Kffr.“
Kapitalaufbringung	Eigenkapital wird von einer Person aufgebracht; über die Höhe gibt es keine Vorschriften
Geschäftsführung (Innenverhältnis: Wer hat im Unternehmen das Sagen?)	Einzelgeschäftsführungsbefugnis des Einzelunternehmers
Vertretung (Außenverhältnis: Wer vertritt das Unternehmen nach außen?)	Einzelvertretungsbefugnis des Einzelunternehmers
Haftung	unbeschränkt, d. h., sie erstreckt sich auf das Privat- und Geschäftsvermögen des Unternehmers
Gewinn- und Verlustverteilung	steht allein dem Einzelunternehmer zu bzw. muss allein vom Einzelunternehmer getragen werden

### 2.12.2 Offene Handelsgesellschaft (OHG)

Gründung	<p>→ Zusammenschluss von <b>mindestens zwei Gesellschaftern</b></p> <p>→ <b>Beginn der Gesellschaft</b> im Innenverhältnis durch den Gesellschaftsvertrag festgelegt, im Außenverhältnis, sobald Gesellschafter Geschäfte im Namen der OHG tätigt (spätestens mit Eintragung ins Handelsregister)</p>
Firma	<p>→ Es ist eine <b>Personen-, Sach-, Fantasie- oder Mischfirma</b> möglich.</p> <p>→ zwingender Rechtsformzusatz: „<b>offene Handelsgesellschaft</b>“ oder OHG, offene HG, oHG</p>
Kapitalaufbringung	<p>→ <b>durch die Gesellschafter</b> (Kapitalaufbringungspflicht)</p> <p>→ <b>keine Mindesthöhe</b> der Einlage vorgeschrieben; Art und Höhe der Einlagen richtet sich nach dem Gesellschaftsvertrag</p> <p>→ Falls keine Regelungen im Gesellschaftsvertrag vorhanden sind, müssen die Gesellschafter Beiträge in gleicher Höhe einbringen.</p>

**Hinweis:** Der Zeitpunkt des Einkaufs ist nicht unbedingt immer an den Meldebestand gebunden.

- Er ist evtl. abhängig von
- besonderen Angeboten,
  - Preisentwicklungen,
  - der Lagerfähigkeit der Güter.



Vorteile	Nachteile
→ niedrige Lagerbestände (da ständige Soll-Bestandskontrolle erfolgt, insbesondere bei A-Teilen) → Minimierung der Lagerkosten	→ Lagerkontrolle des Soll-Bestandes erfasst nur Güter mit Lagerbewegung (Ladenhüter werden nicht erkannt).

**Weitere Einflussgrößen zur Bestimmung des Bestellzeitpunktes:**

- |                        |                         |
|------------------------|-------------------------|
| → Haltbarkeit der Ware | → saisonale Bedingungen |
| → bisheriger Absatz    | → Preisentwicklungen    |
| → Lieferzeiten         | → Lagermöglichkeiten    |
| → Liquiditätssituation |                         |

## 2.5 ABC-Analyse

▶ Die ABC-Analyse ist ein Verfahren zur Schwerpunktbildung (in Einkauf und Lager) durch Dreiteilung der zu beschaffenden und zu lagernden Güter hinsichtlich ihres Verbrauchswertes (Menge · Preis) in A-, B- und C-Teile:

Wichtiges Klassifizierungskriterium ist das **Mengen-Wert-Verhältnis der Materialien:**

**Modell:**

**A-Teile** = ca. **70 % des Einkaufsvolumens**, aber nur ca. 10 % des mengenmäßigen Produktanteils

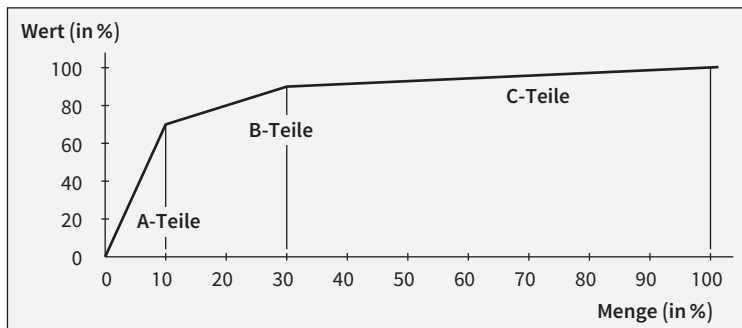
**B-Teile** = ca. **20 % des Einkaufsvolumens** und ca. 20 % des mengenmäßigen Produktanteils

**C-Teile** = ca. **10 % des Einkaufsvolumens**, aber ca. 70 % des mengenmäßigen Produktanteils



Ordnung der Materialien nach ihrem Anteil am Einkaufsvolumen (in €)		Wertanteil: Prozentualer Anteil am Einkaufsvolumen <sup>1</sup>			Mengenanteil: Prozentualer Anteil an der Jahresverbrauchsmenge		
M2	200 000,00	46,51	A	69,77 %	4,29	A	8,58 %
M6	100 000,00	23,26	A		4,29		
M7	45 000,00	10,47	B	20,70 %	1,29	B	31,33 %
M4	24 000,00	5,58	B		8,58		
M1	20 000,00	4,65	B		21,46		
M3	15 000,00	3,49	C	9,54 %	2,15	C	60,09 %
M5	12 000,00	2,79	C		17,17		
M8	8 000,00	1,86	C		34,33		
M9	6 000,00	1,40	C		6,44		
		100,00 %			100,00 %		

### ABC-Analyse grafisch



A-Teile 70%/10%

B-Teile 90%/30% (mit A-Teilen addiert)

C-Teile 100%/100% (mit A- und B-Teilen addiert)

**Ziele und Auswirkungen der ABC-Analyse:** zielgerichtete, effektive Konzentration der Einkaufs- und Lageraktivitäten auf die Materialien, die im Sinne der Kostensenkung besonders zu beachten sind

<sup>1</sup> Einkaufsvolumen = Addition der Verbrauchswerte (Jahresmengen · Einkaufspreis je Mengeneinheit)

## 3.3 Marketing-Mix<sup>1</sup>

### 3.3.1 Produkt- und Sortimentspolitik

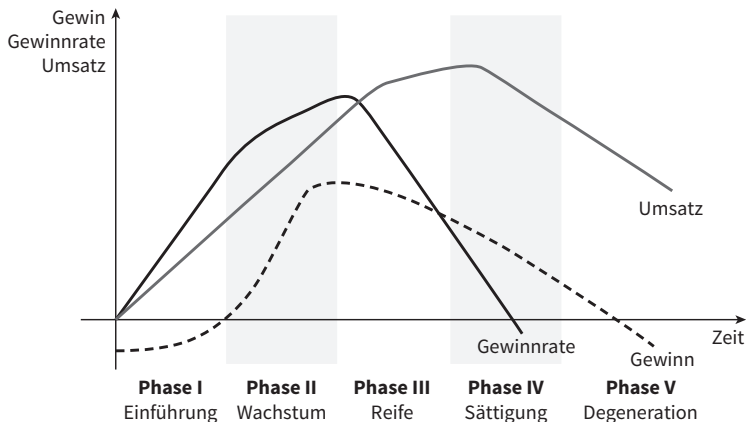
#### Produktpolitik

- **Produktgestaltung:** Die Produkte sollen den Verbraucherwünschen bestmöglich entsprechen, z. B. hinsichtlich Farbe, Form, Qualität, Material, Komfort, Verpackung, Produktname, Service, Kundendienst, Garantieleistungen u. Ä.
- **Produktinnovation:** Konzeption eines völlig neuartigen Produkts (Produktentwicklung) oder neuer Produkteigenschaften für ein bereits existierendes Produkt (Produktverbesserung)
- **Produktvariation:** Anbieten von verschiedenen Produktvarianten z. B. hinsichtlich Qualität, Ausstattung, Material, Design, um möglichst individuell auf die Kundschaft eingehen zu können
- **Produktelimination:** Aus Kosten- und/oder Absatzgründen wird ein Produkt nicht mehr angeboten.

#### Sortimentspolitik

Sortimentspolitik bezeichnet die Gestaltung des Warenangebots im Hinblick auf die Sortimentsbreite und die Sortimentstiefe (siehe Kapitel E 1).

#### Produktlebenszyklus



<sup>1</sup> siehe dazu auch Kapitel D Onlinemarketing

## 5 Investition und Finanzierung

### 5.1 Außen-, Innen-, Fremd- und Eigenfinanzierung

<b>Außenfinanzierung</b>	Form der Finanzierung, bei der Kapital von außen in ein Unternehmen fließt (z. B. Aufnahme eines Darlehens, Ausgabe von Aktien)
<b>Innenfinanzierung</b>	Form der Finanzierung, bei der die Kapitalmittel durch den betrieblichen Umsetzungsprozess erschlossen werden (z. B. Einbehalten von erwirtschaftetem Gewinn)
<b>Eigenfinanzierung</b>	Die Finanzierung erfolgt mit Eigenkapital (z. B. Einbehaltung des Gewinns, Ausgabe von Aktien).
<b>Fremdfinanzierung</b>	Die Finanzierung erfolgt mit Fremdkapital (z. B. Darlehen).

<b>Kapitalherkunft</b>	<b>Außenfinanzierung (Das Kapital wird von außerhalb zugeführt.)</b>		<b>Innenfinanzierung (Das Unternehmen stellt selbst finanzielle Mittel bereit.)</b>	
	Kredite	→ Einlagen/ Beteiligungen  → Ausgabe von Aktien	Selbstfinanzierung: Gewinne werden nicht ausgeschüttet, sondern einbehalten	Abschreibungsfinanzierung: Abschreibungen werden als Kosten in die Preise eingekalkuliert. ⇒ Kapitalfreisetzung durch Verkauf der Erzeugnisse
<b>Kapitalzuführung</b>	<b>Fremdfinanzierung</b> (durch Fremdkapital)	<b>Eigenfinanzierung</b> (durch Eigenkapital)		
		extern	intern	

## 2.7 Responsives Webdesign

Der Aufbau des Webshops wird technisch und inhaltlich so gestaltet, dass er sich dynamisch an das verwendete Endgerät (PC, Notebook, Tablet, Smartphone) anpasst und die Darstellung jeweils automatisch optimiert (engl.: *responsive* = reagierend).

Die Optimierung von Websites für Smartphones gewinnt aus zwei Gründen immer mehr an Bedeutung. Zum einen nimmt der Anteil der Zugriffe über Smartphones weiter kontinuierlich zu. Zum anderen wird seit dem 01.04.2021 dieser Aspekt auch von der Google-Suchanzeige berücksichtigt. Nicht optimierte Websites werden also schwieriger gefunden und verlieren an Sichtbarkeit.

## 2.8 Sortimentsdarstellung im Webshop

### Slider

- Elemente aus Bildern und Texten, die in regelmäßigen Abständen wechseln
- typischerweise Kombination aus einem großen Foto, einer Überschrift, einem Teaser und einem Link zu neuen Inhalten
- in der Regel auf der Startseite des Webshops platziert

### Teaser

- ansprechender kurze Text- oder Bildelement einer Internetseite, die neugierig machen und zum Anklicken verleiten sollen (engl.: *to tease* = anlocken)
- in der Regel auf der Startseite des Webshops platziert

### Produktboxen

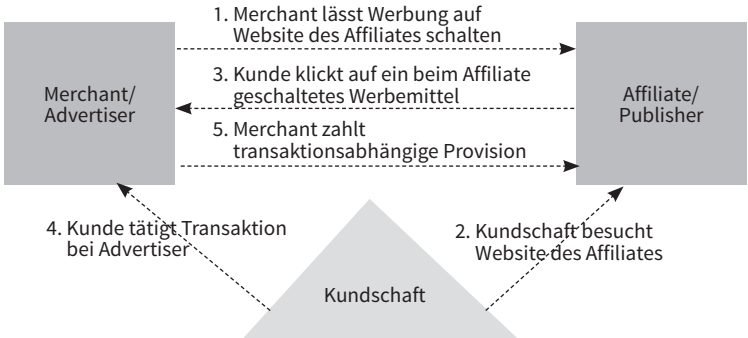
- werden auf Webshopseiten als Teaser eingesetzt
- enthalten eine Zusammenstellung z. B. von „Topsellern“, „Neuen Artikeln“, „Zuletzt angesehen“ oder „Ähnliche Artikel, die sie sich angesehen haben“
- in der Regel auf der Startseite des Webshops platziert

### Produktkategorieseiten

Zeigen Auswahl über die verfügbaren Produkte in Form von Kategorien an (Warengruppen mit Unterkategorien, z. B. Warengruppe „Computer & Zubehör“, Unterkategorie „Monitore“, „Laptops“, „Mäuse, Tastaturen & Eingabegeräte“ usw.)

## Affiliate-Marketing

Affiliate-Marketing (engl. *affiliate* = angliedern) ist eine internetgestützte Form der Werbung, bei der ein Werbetreibender (engl. *Advertiser* oder *Merchant*) seinem Vertriebspartner (engl. *Affiliate* oder *Publisher*) die Platzierung von Links zu seiner Website durch Provisionen vergütet.



Vergütungssysteme im Affiliate-Marketing:

- PPS (Pay per Sale): Provision wird erst fällig, wenn Kundinnen und Kunden das Produkt gekauft haben.
- PPL (Pay per Lead): Provision wird fällig, wenn eine vorher definierte Handlung durchgeführt wurde (z. B. Registrierung für den Newsletter, Bestellung eines Kataloges u. Ä.)
- PPC (Pay per Click): Provision wird bereits fällig, wenn Interessenten/Interessentinnen auf den Affiliate-Link klickt.

## Social-Media-Marketing (= Social-Network-Marketing)

Nutzung der Sozialen Medien (z. B. Facebook, Twitter, Instagram etc.) zur Kommunikation mit der Kundschaft bzw. potenziellen Kundinnen und Kunden (siehe auch Kapitel C 3.7 Social-Media-Marketing).

## Controlling der Onlinewerbung

Page- Impressions/ Page- Views/ Impressionen	Wie viele Aufrufe hat eine Website (= Reichweite)?
Ad- Impressions/Ad- Views /Impressionen	Wie viel Sichtkontakt (optische Einblendung) gab es mit dem jeweiligen Werbemittel (z. B. Werbebanner, Sponsorenlink)?

# 1 Warensortiment

## 1.1 Sortimentspolitik

- ▶ Unter Sortimentspolitik versteht man die planmäßige, zielorientierte Gestaltung des Sortiments. Als Sortiment bezeichnet man die Gesamtheit aller Waren und Dienstleistungen, die ein Handelsbetrieb anbietet.

## 1.2 Sortimentsaufbau

Sortimentspyramide	Erläuterungen	Beispiele
Fachbereich	Branche	Kleidung
Warengruppe	verschiedene Warenarten mit ähnlicher Verwendung	Herrenbekleidung
Warenart	Artikel mit ähnlicher Verwendung oder Zusammensetzung	Hosen
	bestimmte Artikel einer Warengruppe	Jeanshosen, Leinenhosen, Cordhosen usw.
Artikel	spezielles Produkt nach Marke, Größe, Farbe, Gewicht ...	Jeans, Farbe: dunkelblau, Größe 32
Sorte		

## 1.3 Sortimentsumfang

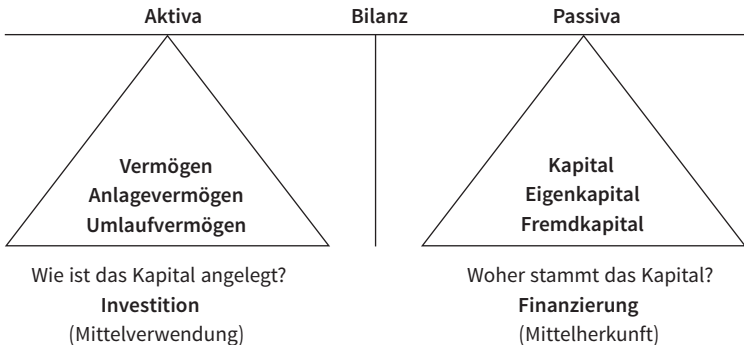
Bezeichnungen	Erklärungen	Beispiele
<b>Sortimentsbreite</b>		
→ breites Sortiment	viele Warengruppen	<i>Warenhaus</i>
→ schmales Sortiment	Beschränkung auf eine oder wenige Warengruppen	<i>Lebensmittelfachgeschäft</i>

### 3.3 Bilanz, Bestandskonten

#### Bilanz

▶ kurz gefasstes Inventar in Form eines T-Kontos

#### Bilanzgliederung



#### Beispiel:

AKTIVA	BILANZ zum 31.12.20..	PASSIVA
<p><b>I. Anlagevermögen</b></p> <p>1. Gebäude 80.000,00</p> <p>2. BGA 10.000,00</p>	<p><b>I. Eigenkapital</b> 60.000,00</p>	
<p><b>II. Umlaufvermögen</b></p> <p>1. Waren 20.000,00</p> <p>2. Bank 40.000,00</p>	<p><b>II. Fremdkapital</b></p> <p>1. Darlehen 70.000,00</p> <p>2. Verbindlichkeiten 20.000,00</p>	
<p style="text-align: right;"><u>150.000,00</u></p>	<p style="text-align: right;"><u>150.000,00</u></p>	<p style="text-align: right;"><u>150.000,00</u></p>

## Einzelhandelskontenrahmen (EKR)

<b>Kontenklasse</b>	<b>0</b>
<b>Anlagevermögen</b>	
<b>Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen</b>	
<b>Immaterielle Vermögensgegenstände</b>	
<b>02 Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte, Lizenzen</b>	
0200 Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte, Lizenzen	
<b>05 Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken</b>	
0500 Unbebaute Grundstücke	
0510 Bebaute Grundstücke	
0530 Betriebsgebäude	
0540 Verwaltungsgebäude	
0550 Andere Bauten	
0560 Grundstückseinrichtungen	
0570 Gebäudeeinrichtungen	
0590 Wohngebäude	
<b>08 Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung</b>	
0800 Andere Anlagen	
0810 Ladenausstattung	
0820 Kassensysteme	
0830 Lagerausstattung	
0840 Fuhrpark	
0860 Büromaschinen, Organisationsmittel und Kommunikationsanlage	
0870 Betriebs- und Geschäftsausstattung	
0880 Geringwertige Wirtschaftsgüter	
0890 Sammelposten der Betriebs- und Geschäftsausstattung (Wirtschaftsgüter ab 250,00 € bis 1.000,00 €)	

<b>Kontenklasse</b>	<b>1</b>
<b>Anlagevermögen Finanzanlagen</b>	
<b>Finanzanlagen</b>	
<b>13 Beteiligungen</b>	
1300 Beteiligungen	
<b>15 Wertpapiere des Anlagevermögens</b>	
1500 Stammaktien	
1590 Sonstige Wertpapiere	

<b>16 Sonstige Finanzanlagen</b>
1600 Sonstige Finanzanlagen

<b>Kontenklasse</b>	<b>2</b>
<b>Umlaufvermögen und aktive Rechnungsabgrenzung</b>	
<b>Vorräte</b>	
<b>20 Waren/Bestände</b>	
2000 Waren (Sammelkonto)	
2010 Waren (Gruppe 1)	
2020 Waren (Gruppe 2)	
<b>21 Betriebsstoffe/Bestände</b>	
2100 Betriebsstoffe	
<b>22 Sonstiges Material/Bestände</b>	
2200 Verpackungsmaterial	
2210 Leergut	
<b>23 Geleistete Anzahlungen auf Vorräte</b>	
2300 Geleistete Anzahlungen auf Vorräte	
<b>Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>	
<b>24 Forderungen aus LL.</b>	
2400 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
2450 Besitzwechsel	
2470 Zweifelhafte Forderungen	
<b>26 Sonstige Vermögensgegenstände</b>	
2600 Vorsteuer (voller Steuersatz)	
2610 Vorsteuer (ermäßigter Steuersatz)	
2630 Sonstige Forderungen an Finanzbehörden	
2640 SV-Beitragsvorauszahlung	
2650 Forderungen an Mitarbeiter	
2690 Sonstige Forderungen (Jahresabgrenzung)	
<b>27 Wertpapiere des Umlaufvermögens</b>	
2700 Wertpapiere des Umlaufvermögens	
<b>28 Flüssige Mittel</b>	
2800 Kreditinstitute (Bank)	
2850 Postbank	
2860 Schecks	
2880 Kasse	
2890 Nebenkassen	
<b>29 Aktive Rechnungsabgrenzung (ARA)</b>	
2900 Aktive Rechnungsabgrenzung	
2910 Disagio	



<b>Kontenklasse</b> <b>Eigenkapital und Rückstellungen</b>	<b>3</b>
---	----------

**Eigenkapital**

**30 Eigenkapital**

- 3000 Eigenkapital
  - 3001 Privatkonto
  - 3070 Kommanditkapital  
Bei Kapitalgesellschaften
  - 3000 Gezeichnetes Kapital (Grundkapital/  
Stammkapital)

**31 Kapitalrücklage**

- 3100 Kapitalrücklage

**32 Gewinnrücklagen**

- 3210 Gesetzliche Rücklagen
- 3240 Andere Gewinnrücklagen

**33 Ergebnisverwendung**

- 3310 Gewinn-/Verlustvortrag  
(aus dem Vorjahr)

**34 Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag**

- 3400 Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag  
(des lfd. Geschäftsjahres)

**36 Wertberichtigungen**

- 3670 Einzelwertberichtigung zu  
Forderungen
- 3680 Pauschalwertberichtigung zu  
Forderungen

**Rückstellungen**

**37 Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen**

- 3700 Rückstellungen für Pensionen und  
ähnliche Verpflichtungen

**38 Steuerrückstellungen**

- 3800 Steuerrückstellungen

**39 Sonstige Rückstellungen**

- 3910 - für Gewährleistungen
- 3920 - für Rechts- und Beratungskosten
- 3930 - für andere ungewisse  
Verbindlichkeiten
- 3990 - für andere Aufwendungen

<b>Kontenklasse</b> <b>Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzung</b>	<b>4</b>
---	----------

**Verbindlichkeiten**

**41 Anleihen**

<b>Kontenklasse</b> <b>Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinsti- tuten</b>	<b>42</b>
4200 Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	4250 Langfristige Bankverbindlichkeiten
<b>43 Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen</b>	<b>43</b>
4300 Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	
<b>44 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>44</b>
4400 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	
<b>45 Wechselverbindlichkeiten</b>	<b>45</b>
4550 Schuldwechsel	
<b>48 Sonstige Verbindlichkeiten</b>	<b>48</b>
4800 Umsatzsteuer (voller Steuersatz)	4810 Umsatzsteuer (ermäßigter Steuersatz)
4830 Verbindlichkeiten gegenüber Finanzbehörden	4840 Verbindlichkeiten gegenüber Sozialversicherungsträgern
4850 Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	4860 Verbindlichkeiten aus vermögenswirksamen Leistungen
4870 Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	4880 Sonstige Steuerverbindlichkeiten
4890 Sonstige Verbindlichkeiten (Jahresabgrenzung)	
<b>49 Passive Rechnungsabgrenzung (PRA)</b>	<b>49</b>
4900 Passive Rechnungsabgrenzung	

<b>Kontenklasse</b> <b>Umsatzerlöse und sonstige Erträge</b>	<b>5</b>
<b>50 Umsatzerlöse</b>	<b>50</b>
5000 Umsatzerlöse für Waren (Sammelkonto)	5001 Erlösberichtigungen
<b>51 Sonstige Umsatzerlöse</b>	<b>51</b>
5100 Sonstige Umsatzerlöse (aus Dienstleistungen)	5101 Erlösberichtigungen
<b>54 Sonstige betriebliche Erträge</b>	<b>54</b>
5400 Nebenerlöse aus Vermietung und Verpachtung (Mietserträge)	5410 Sonstige Erlöse
5420 Entnahme (Eigenverbrauch)	

5430	Andere sonstige betriebliche Erträge
5460	Erträge aus dem Abgang von Vermögensgegenständen (Nettoerlös: Erlös – Buchwert)
5480	Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen
5490	Periodenfremde Erträge
<b>55</b>	<b>Erträge aus Beteiligungen</b>
5500	Erträge aus Beteiligungen
<b>56</b>	<b>Erträge aus Wertpapieren</b>
5600	Erträge aus Wertpapieren
<b>57</b>	<b>Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge</b>
5710	Zinserträge
5730	Diskonterträge
5780	Erträge aus Wertpapieren des Umlaufvermögens
5790	Sonstige zinsähnliche Erträge
<b>58</b>	<b>Außerordentliche Erträge</b>
5800	Außerordentliche Erträge

<b>Kontenklasse</b>	<b>6</b>
<b>Betriebliche Aufwendungen</b>	

**Materialaufwand**

**60 Aufwendungen für Waren**

- 6000 Aufwendungen für Waren (Sammelkonto)
  - 6001 Bezugskosten
  - 6002 Nachlässe

**61 Aufwendungen für Material und bezogene Leistungen**

- 6100 Fremdleistungen für Erzeugnisse und andere Umsatzeleistungen
- 6140 Ausgangsfrachten und Nebenkosten (Fremdlager)
- 6100 Aufwendungen für Betriebsstoffe
- 6101 Aufwendungen für Verpackungsmaterial
- 6102 Aufwendungen für Leergut
- 6103 Aufwendungen für Energie
- 6104 Aufwendungen für Reparaturmaterial
- 6105 Aufwendungen für Reinigungsmaterial
- 6106 Aufwendungen für sonstiges Material
- 6110 Frachten und Fremdlager
- 6111 Vertriebsprovision

6112	Fremdstandhaltung
6113	Abfallentsorgung
6114	Reinigung
<b>Personalaufwand</b>	
<b>62</b>	<b>Löhne</b>
6200	Löhne
6210	Sonstige Lohnaufwendungen
<b>63</b>	<b>Gehälter</b>
6300	Gehälter
6310	Sonstige Gehaltsaufwendungen
<b>64</b>	<b>Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung</b>
6400	Arbeitgeberanteil zur Sozialversicherung
6420	Beiträge zur Berufsgenossenschaft
6440	Aufwendungen für Altersversorgung
<b>Abschreibungen auf Anlagevermögen</b>	
<b>65</b>	<b>Abschreibungen</b>
6510	Abschreibung auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens
6520	Abschreibungen auf Sachanlagen
6530	Abschreibungen auf geringwertige Wirtschaftsgüter
6540	Abschreibungen auf Sammelposten (Wirtschaftsgüter ab 250,00 € bis 1.000,00 €)
6550	Außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen
<b>Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	
<b>66</b>	<b>Sonstige Personalaufwendungen</b>
6600	Sonstige Personalaufwendungen
<b>67</b>	<b>Aufwendungen für die Inanspruchnahme von Rechten und Diensten</b>
6700	Mieten, Pachten
6710	Leasing
6720	Lizenzen und Konzessionen
6730	Gebühren
6750	Kosten des Geldverkehrs
6760	Provisionsaufwendungen (außer Vertriebsprovision)
6770	Rechts- und Beratungskosten
<b>68</b>	<b>Aufwendungen für Kommunikation (Dokumentation, Information u. Reisen)</b>
6800	Büromaterial
6810	Zeitungen und Fachliteratur
6820	Postgebühren, Telefon

6850	Reisekosten
6860	Bewirtung und Präsentation
6870	Werbung
6880	Spenden
6890	Sonstige Aufwendungen für Kommunikation
<b>69</b>	<b>Aufwendungen für Beiträge und Sonstiges sowie Wertkorrekturen und periodenfremde Aufwendungen</b>
6900	Versicherungsbeiträge
6920	Beiträge zu Wirtschaftsverbänden und Berufsvertretungen
6930	Verluste aus Schadensfällen
6950	Abschreibungen auf Forderungen
6951	Abschreibungen auf Forderungen
6952	Einstellung in Einzelwertberichtigung
6953	Einstellung in Pauschalwertberichtigung
6960	Verluste aus dem Abgang von Vermögensgegenständen
6990	Periodenfremde Aufwendungen

<b>Kontenklasse</b>		<b>7</b>
<b>Weitere Aufwendungen</b>		
<b>70</b>	<b>Betriebliche Steuern</b>	
7020	Grundsteuer	
7030	Kraftfahrzeugsteuer	
7070	Ausfuhrzölle	
7080	Verbrauchssteuer	
7090	Sonstige betriebliche Steuern	

<b>74</b>	<b>Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens</b>
7420	Abschreibungen auf Wertpapiere des Umlaufvermögens
<b>75</b>	<b>Zinsen und ähnliche Aufwendungen</b>
7510	Zinsaufwendungen
7530	Diskontaufwendungen
7590	Sonstige zinsähnliche Aufwendungen
<b>76</b>	<b>Außerordentliche Aufwendungen</b>
7600	Außerordentliche Aufwendungen
<b>77</b>	<b>Steuern vom Einkommen und Ertrag</b>
7700	Gewerbesteuer
7710	Körperschaftsteuer (bei Kapitalgesellschaften)
7720	Kapitalertragsteuer

<b>Kontenklasse</b>		<b>8</b>
<b>Ergebnisrechnungen</b>		
<b>80</b>	<b>Eröffnung/Abschluss</b>	
8000	Eröffnungsbilanzkonto (EBK)	
8010	Schlussbilanzkonto (SBK)	
8020	Gewinn- und Verlustkonto (GuV)	

<b>Kontenklasse</b>		<b>9</b>
<b>Kosten- und Leistungsrechnung</b>		
In der Praxis wird die Kosten- und Leistungsrechnung gewöhnlich tabellarisch durchgeführt.		

## Bildquellenverzeichnis

**EHI Geprüfter Online-Shop:** 141.2.

**fotolia.com, New York:** Merzlyakova, Natalia 153.11, 153.12, 153.14; Roman Dekan 102.3; Spectral-Design 153.5, 153.7, 153.8.

**Getty Images (RF), München:** mikimad 1.1.

**Hild, Claudia, Angelburg:** 129.1.

**Jouve Germany GmbH & Co. KG, München:** 207.1, 208.1, 209.1, 210.1, 218.1, 219.1, 220.1, 224.1, 225.1, 226.1, 227.1.

**Picture-Alliance GmbH, Frankfurt a.M.:** dpa-infografik 163.1.

**Shutterstock.com, New York:** Vdant85 102.1.

**stock.adobe.com, Dublin:** Dietl, Jeanette 153.1, 153.6, 153.9, 153.13, 153.15; Fresh-Paint 153.2, 153.3, 153.4; Imagewriter 102.2; industrieblick 153.10, 153.16, 153.17; nsd-power 1.2; pressmaster Titel; Wiktoria Matynia 102.4.

**Trusted Shops GmbH, Köln:** 141.1.

**TÜV Rheinland AG, Köln:** ID Nr. 1000000000, www.tuv.com 141.3.

**YPS - York Publishing Solutions Pvt. Ltd.:** 14.1, 14.2, 15.1, 16.1, 99.1, 101.1, 223.1, 227.2, 228.1, 229.1, 229.2, 230.1, 232.1, 233.1, 252.1, 266.1, 267.1, 268.1, 269.1, 273.1, 274.1, 275.1, 284.1; Quelle: Statista GmbH 124.1.

## Sachwortverzeichnis

„4 Ks“ im Marketing 169

### A

ab Bahnhof hier 38

ABC-Analyse 92, 93, 94,  
288

Abgrenzung 259

Abgrenzungsrechnung  
272, 277

ab hier 38

ab Lager 38

Ablauforganisation 86

Abonnenten 162

ab Rampe 38

Abrechnungsmodelle 179

Absatz 98, 194

Absatzcontrolling 289

Absatzsystem 105

Absatzwege 105

Abschreibung auf

Forderungen 259

Abschreibung auf

Sachanlagen 256

Abschreibungsfinanzie-  
rung 115

Abschreibungsmethode  
257

Ab sprungrate 161

Abteilungsbildung 83

Abteilungsgliederung nach  
Objekten 84

Abteilungsgliederung nach  
Verrichtungen 84

Abteilungsgliederungsprin-  
zipien 84

ab Waggon 38

ab Werk 38

ACOS Advertising Cost of  
Sale = 179

act/act-Methode 241

Ad-Clicks/Klicks 179

Ad-Impressions/Ad-Views  
178

Administration-to-Admi-  
nistration 126

Administration-to-Business  
126

Administration-to-Consu-  
mer 126

Affiliate Links 166

Affiliate-Marketing 166,  
178

Affiliate/Publisher 178

After-Sales-E-Mails 187

AIDA-Formel 104

Aktie 62

Aktiengesellschaft (AG) 61

aktive Rechnungsabgren-  
zung 260

aktives Zuhören 156, 214

Aktivkonten 247

allgemeine Geschäftsbe-  
dingungen (AGB) 40

Allgemeine Geschäftsbe-  
dingungen (AGB) 147

allgemeine Handlungsvoll-  
macht (Gesamtvoll-  
macht) 75

allgemeiner Kündigungss-  
chutz 72

Allgemeinverbindlichkeits-  
erklärung 67

Alternativartikel 161

Alternativfragen 157, 216

Amazon PartnerNet 166

Amazon Payments 151

Amazon-SEO 181

Anbieterkennzeichnung 146

Anderskosten 274, 275

Anfechtbarkeit von

Rechtsgeschäften 36

Anfechtungsgründe 36

Anfrage 96

Angebot 21, 37, 96

Angebotsvergleich 96

Ankaufskurs 240

Anlagenwirtschaft 255

Anlagevermögen 244, 255

Annahme 37

Annahmeverzug 48

Anpassungsweiterbildung  
112

Anschaffungskosten 256

Anschaffungsnebenkosten  
256

Anschaffungspreis 256

Anschaffungspreisminde-  
rung 256

antizipative Abgrenzung  
259

Antrag 37

App-Economy 188

Appell 204

App-Marketing 188

Apps (Applikation) 166

APP-Tabelle 228

Äquivalenzziffernkalkulati-  
on 281, 282

- Arbeitnehmer 74  
 Arbeitsbescheinigung 114  
 Arbeitslosenquote 27  
 Arbeitslosenversicherung 77  
 Arbeitsproduktivität 289  
 Arbeitsschutz 78  
 Arbeitsschutzbestimmungen 68  
 Arbeitsschutzgesetz 73  
 Arbeitssicherheit 79  
 Arbeitsstättenverordnung 78  
 Arbeitsteilung 25  
 Arbeitsvertrag 65  
 Arbeitszeitgesetz 73  
 Arbeitszeugnis 114  
 Arbeitszufriedenheit 109  
 arglistige Täuschung 36  
 arglistig verschwiegene Mängel 46  
 Arten des Personalbedarfs 110  
 Artikel 190  
 Artvollmacht 75  
 Assessment-Center 111  
 Aufbauorganisation 83  
 Aufbewahrungspflicht 243  
 Aufgabe des Rechnungswesens 233  
 Aufgabenanalyse 83  
 Aufgaben der Ablauforganisation 86  
 Aufgabensynthese 83  
 Aufsichtsrat 60, 61, 63  
 Aufstiegsweiterbildung 112  
 Auftragskontrolle 164  
 Aufwandskonten 250  
 Aufwendung 249  
 Ausbildung 65  
 Ausbildungsvergütung 65  
 Ausbildungsverhältnisse 65  
 ausführende Stellen 84  
 Auslagerung der Ware 201  
 Auslaufsortiment 191  
 Außenfinanzierung 115  
 außenwirtschaftliches Gleichgewicht 27  
 außergerichtliches (= kaufmännisches) Mahnverfahren 50  
 außerordentliche Kündigung 71  
 Aussperrung 68  
 Auswertung der Inventurergebnisse 202  
 automatische Lagerung 199  
 autoritärer Führungsstil 206  
**B**  
 BAB 279  
 Bahnhof dort 38  
 Balkendiagramm 229, 230, 286  
 Bannerwerbung, 167  
 Bareinkaufspreis 97, 261  
 bargeldlose Zahlung 42  
 Barkauf 39  
 Barrierefreiheit im Webshop 136  
 Barverkaufspreis 262  
 Barzahlung 41  
 Baugenehmigungsverfahren 79  
 Baukastensysteme 132  
 BBiG 65  
 Bedarfsermittlung 86  
 Beförderung 112  
 Berechnungsvereinfachungsverfahren 259  
 Berichtswesen 288  
 Berufsabschlussprüfung 70  
 Berufsausbildung 112  
 Berufsausbildungsvertrag 65  
 Berufsgenossenschaft 76, 79  
 Berufsschulbesuch 65  
 Berufsschule 70  
 Beschaffung 86, 193  
 Beschaffungscontrolling 288  
 Beschaffungsgenossenschaften 63  
 Beschaffungsplanung 95  
 Beschäftigungsverbot 73  
 Beschwerden 217  
 Beschwerde und Reklamation 158  
 Besitz 33  
 besonderer Kündigungsschutz 73  
 Bestandskonten 246, 248  
 Bestellmenge 87  
 Bestellpunktverfahren 90, 91  
 Bestellrhythmusverfahren 90, 91  
 Bestellung 37, 97

- Bestellungsannahme 37  
betriebliche Aufwendungen 272, 275  
betriebliche Erträge 272  
Betriebsabrechnungsbogen (BAB) 278  
Betriebsarzt 79  
Betriebsausschuss 74  
Betriebsrat 74  
Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) 74  
Betriebsversammlung 74  
betriebswirtschaftliche Produktionsfaktoren 24  
Betriebsvereinbarung 74  
Beweislastumkehr 47  
Bewertungstechniken 221  
Beziehung 204  
Bezugs-/Einstandspreis 97  
Bezugskalkulation 260  
Bezugskosten 261  
Bezugspreis 97, 261  
Bezugsquellen 95  
Bezugsquellenermittlung 95  
BGB-Gesellschaft 56  
Bilanz 246  
Bilanzgliederung 246  
Bilanzklarheit 258  
Bilanzkontinuität 258  
Bilanzwahrheit 258  
Bildmarke 55  
Black-Hat-Techniken 182  
Blickkontakt 212  
Blogmonitoring 184  
Blogs 184  
Body 135  
Bonus 37, 261  
Boom 28  
Bounce-Rate (Absprungrate) 179  
Brainstorming 218  
Brainwriting 218  
Brand-Ambassadors 173  
Brand Building 172  
Brandschutzeinrichtungen 79  
Brandverhütungsvorschriften 79  
Break-Even-Menge 271  
Break-Even-Point 271  
Briefkurs 240  
Browser 127  
Bruttogehalt 113  
Bruttoinlandsprodukt (BIP) 27  
Bruttolimit 90  
Bruttoverkaufspreis 261  
Buchführung 234, 243  
Buchinventur 201  
Budgetierung 288  
Bumerang-Methode 158, 217  
Bundesagentur für Arbeit 77  
bürgerlicher Kauf 39  
Bürgerschaft 117  
Businessplan 130  
Business-to-Administration 126  
Business-to-Business (B2B) 126  
Business-to-Consumer (B2C) 126  
Button-Lösung 147
- ### C
- „Call-to-action“ 140  
Call-to-Action-Button 140  
Cash Cows 102  
Cashflow 290  
Communities 167  
computergestützter Warenausgang 200  
Concept-Mapping 220  
Consumer-to-Administration 126  
Consumer-to-Business 126  
Consumer-to-Consumer 126  
Content-Erstellung 183  
Content-Management-System 129  
Content-Marketing 182  
Controlling 287  
Controlling der Onlinewerbung 178  
Controlling-Regelkreis 173  
„Conversion“ 173  
Conversion Rate 162, 174, 179  
Corporate Blogs 166  
Corporate-Website 166, 174  
CPC (Cost per Click) 179  
CPM (Cost per Mille) 179  
CPO (Cost per Order) 179  
Cross-Channel Retailing 153  
Cross-Channel-Retailing 152  
Cross-Selling 160, 172  
Crowdsourcing 186

- CSS (Cascading Stylesheets) 128
- CTR (Click-Through-Rate) 179
- Customer Relationship Management (CRM) 170
- Customer-Touchpoints 169
- D**
- Damnum 117
- Darlehen 116
- Darlehensarten 116
- Darlehensvertrag 34
- Darstellungsmethoden 285
- Datenerfassung 194
- Datenfluss 193
- Datengeheimnis 163
- Datenkasse 194
- Datenschutz 112, 164
- Datenschutzerklärung 146
- Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) 112, 163
- Datenschutz im E-Commerce 162
- Datensicherung 164
- Datenwaage 194
- Debitoren 253
- Debitorenbuchhaltung 119, 253
- Deckungsbeitrag 270
- Deckungsbeitragsrechnung 270
- Defecitspending 28
- degressive Abschreibung 257
- degressive Stückkosten 266
- degressive variable Stückkosten 269
- deklaratorisch 55
- Delkrede 119
- Depression 28
- Deutsche Methode 241
- Deutscher Rentenversicherungsbund 77
- Devisen 240
- dezentraler Einkauf 98
- Diagramme 286
- Dienstleistungspflicht 65, 66
- Dienstvertrag 34, 65
- „Die vier Seiten einer Nachricht“ 204
- Differenzkalkulation 263
- Dilemma der Ablauforganisation 86
- direkter Absatz 105
- Disagio 116
- Disclaimer 148
- Disposition 83
- Distributionspolitik 99, 105
- Diversifikation 103, 191
- Divisionskalkulation 281, 282
- Doorwaypage 175, 176
- Dreisatz 235
- durchschnittliche Lagerdauer 198, 288
- durchschnittlicher Lagerbestand 198, 199
- Durchschnittsrechnung 236
- E**
- EAN-Code 194
- E-Business 105, 125
- E-Commerce 105, 123, 125, 166
- E-Coupons 166, 167
- effektiver Zinssatz 117
- Effektivitätscontrolling 173
- Effektivverzinsung 116, 242
- Effizienzcontrolling 173
- Eigenfinanzierung 115
- Eigenkapital 250
- Eigenkapitalquote 290
- Eigenkapitalrentabilität 289
- Eigentum 33
- Eigentumsvorbehalt 33, 117
- einfaches Arbeitszeugnis 114
- Einführungswerbung 104
- Eingabekontrolle 164
- Eingabeprogramme 129
- eingetragene Genossenschaft (eG) 62
- Einigungsstelle 74
- Einkaufsbuchung 253
- Einkaufsgenossenschaften 63
- Einkaufsplanung 87
- Einkauf von Stoffen und Waren 253
- Einlagefazilität 30
- Einlagen/Beteiligungen 115
- Einlagerung der Ware 200
- Einliniensystem 84
- einseitige Rechtsgeschäfte 34
- einseitiger Handelskauf 39, 46
- Einstandspreis 261



- Einstandspreiskorrektur 254
- Einstellungstest 111
- Einzelfertigung 281
- Einzelgeschäftsführungsbefugnis 58, 61
- Einzelhandelswerbung 104
- Einzelprokura 76
- Einzelunternehmung 57
- Einzelvertretungsbefugnis 58
- Einzelvollmacht 75
- Einzelwerbung 105
- Einzelwertberichtigung 259
- Eisbergmodell 209
- E-Kommunikation 186
- E-Kundenbindungsprogramme 167
- electronic cash 42
- Elektronische Bezahlssysteme im Onlinehandel 150
- elektronischer Handel 166
- Elevator Pitch 130
- E-Mail-Marketing 186
- E-Mail-Marketing-Kampagne 187
- Energieverwendung 81
- E-Newsletter 187
- Entscheidungskriterien 222
- Erfolgscontrolling 170, 172
- Erfolgsfaktoren des Onlinemarketings 168
- Erfolgskonto 249
- Erfüllungsgeschäft 37
- Erfüllungsort 37
- Ergänzungsartikel 160
- Erhaltungs- bzw. Erinnerungswerbung 104
- Ermittlung des Wareinsatzes 251
- ERP-System 289
- Ersatzangebote 161
- Ersatzbedarf 110
- Ersatz vergeblicher Aufwendungen 47
- Ertrag 249
- Ertragskonten 250
- Erwartungshaltung des Kunden 171
- Erwartungsmanagement 169
- erwerbswirtschaftliches Prinzip 20
- E-Sampling 167
- Euromethode 241
- europäische Artikelnummerierung (EAN) 195
- Europäische Zentralbank (EZB) 30
- Eurozone 30
- Existenzsicherung 20
- Expansion 28
- Expansionswerbung 104
- Expectation Management 169
- externes Rechnungswesen 235
- F**
- Fachbereich 190
- Factor 119
- Factoring 119
- Factoring-Bank 119
- Factoring-Gesellschaft 119
- Fanpage 184
- Fantasiefirma 56
- Faustpfand 117
- FBA („Fulfillment by Amazon“) 144
- FBM („Fulfillment by Merchant“) 144
- Feedbackgeber 205
- Feedbacknehmer 205
- Feedback-Regel 205
- Fertigungsgemeinkostenzuschlagssatz 280
- Fifo-Methode 200, 259
- Filialprokura 76
- Filterfunktion 139
- Finanzbuchhaltung 234
- Finanzierung 115, 246
- Firma 56
- Firmenarten 56
- Firmenausschließlichkeit 56
- Firmenbeständigkeit 56
- Firmengrundsätze 56
- Fiskalpolitik 28
- fixe Kosten 265
- Fixkauf 39
- Fixkostendeckung 270
- Fixkostendegression 265
- Fluktuation 110
- Fokussierbarkeit 170
- Footer 135
- Forderungen 259
- Forderungsabtretung 118
- Foren 167
- Form der Rechtsgeschäfte 35

- Formfreiheit 35  
 forming 207  
 Form-Kaufleute 55  
 frachtfrei 38  
 Frachtkosten 38  
 Fragetechnik 216  
 Fragetechniken 157  
 Franchisegeber 108  
 Franchisenehmer 108  
 Franchising 108  
 freie Marktwirtschaft 26  
 freies Limit 90  
 frei Haus 38  
 frei Lager 38  
 Fremdfinanzierung 115  
 Fremdkapitalquote 290  
 Friedenspflicht 67  
 Führen eines Berichtsheftes 65  
 Führungsstil 206  
 Full-Mesh-Modell 146  
 Funktionsnotwendige Artikel 160
- G**
- Gantt-Diagramm 229, 230  
 Garantie 117  
 Gattungskauf 38  
 Gebrauchsmuster 54  
 Gedächtnislandkarte 219  
 Gegenfrage-Methode 158, 217  
 Gehaltsabrechnung 113  
 Geldkarte 42  
 Geldkurs 240  
 Geldmenge 30  
 Geldpolitik 30  
 Geldschulden 37  
 Geldwertstabilität 30  
 Gemeindeunfallversicherungsverband 76  
 Gemeinlastprinzip 80  
 Gemeinschaftswerbung 105  
 Generalversammlung 63  
 gerechte Einkommensverteilung 28  
 gerichtliches Mahnverfahren 51  
 Gerichtsstand 37  
 geringwertige Wirtschaftsgüter 257  
 Gesamtgeschäftsführungsbefugnis 58  
 Gesamtprokura 76  
 Geschäftsanteil 62  
 Geschäftsfähigkeit 32  
 Geschäftsführer/-in 60  
 Geschäftsführungsbefugnis 58, 59  
 Geschäftsguthaben 62  
 Geschäftsunfähigkeit 33  
 geschlossene Fragen 157, 216  
 Geschmacksmuster 54  
 Gesellschafterversammlung 60  
 gesellschaftliches Ziel 20  
 Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) 60  
 Gesellschaftsunternehmen 56  
 Gesellschaftsvertrag 61  
 Gesetz der Massenproduktion 265  
 Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) 106  
 gesetzliche Kündigungsfristen 70  
 Gesprächsatmosphäre 214  
 Gesprächsführung 213  
 Gesprächsführung in Geschäftsverhandlungen 214  
 Gesprächsführung mit Kunden 215  
 Gestik 214  
 Gewerbeaufsichtsamt 79  
 Gewerbehygiene 79  
 Gewerbeordnung 78  
 gewerbliche Schutzrechte 54  
 Gewinnmaximierung 20  
 Gewinnschwelle 271  
 Gewinn und Verlustkonto 249  
 Gewinnzuschlag 261  
 gewogener Durchschnitt 259  
 gezeichnetes Kapital 61  
 Gleichgewichtspreis 21  
 Gliederung des Inventars 244  
 GmbH & Co. KG 59  
 Google Pay 151  
 Grundbuch 248  
 Grundkapital 62  
 Grundkosten 272  
 Grundpfandrecht 117  
 Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung 243  
 Grundschuld 117

- Grundwert 238  
Gütezeichen 192  
GuV 250
- H**  
haftungsbeschränkte  
  Unternehmensgesell-  
  schaft 60  
halbbare Zahlung 43  
Handelskalkulation 260  
Handelsmarken 192  
Handelsregister 55  
Handelsspanne 265  
Handlungskostenzuschlag  
  261  
Handlungsvollmacht 75  
Hauptbuch 248  
Hauptrefinanzierungsfazili-  
  tät 30  
Hauptversammlung 61  
Header 134  
Hemmung der Verjährung  
  52  
Herstellermarken 192  
Herstellerwerbung 104  
Herstellkosten des  
  Umsatzes (HKU) 280  
Hin- und Rücksendekosten  
  148  
Höchstbestand 197  
Höchstschichtzeit 69  
Höchstwertprinzip 260  
Holschulden 37  
Hörmarke 55  
HTML-Befehle 127  
HTML-Editoren 129  
HTML (Hypertext  
  Markup-Language) 127
- hybride Kundenbindungs-  
  programme 167
- I**  
Impressionen 178  
Impressumpflicht 146  
Improvisation 83  
indirekter Absatz 105  
Individualisierbarkeit 170  
Individualversicherung 64  
Inflation 29, 30  
Influencer 184  
Informationsinstrument  
  287  
Informationspflichten bei  
  Fernabsatzverträgen  
  147  
Informationsrecht 75  
Inkasso 119  
Inkassoinstitut 50  
Innenfinanzierung 115  
Insolvenz 119, 120  
Insolvenzeröffnung 121  
Insolvenzplanverfahren  
  121  
Insolvenzverwalter 121  
Instanzen 84  
internes Rechnungswesen  
  235  
interne Stellenausschrei-  
  bung 111  
Internetforen 185  
Internetmarketing 166  
Inventar 244, 245  
Inventur 201, 244  
Inventurarten 201  
Inventurdifferenzen 202  
Inventurdurchführung 202
- Inventurvorbereitung 202  
Investition 115, 246  
irreführende Werbung 107  
Irreführungsverbot 56  
Irrtum in der Erklärung 36  
Irrtum in der Übermittlung  
  36  
Irrtum über die Eigenschaft  
  einer Person oder Sache  
  36  
Ist-Kaufleute 55  
Ist-Kosten 284
- J**  
Ja-aber-Methode 217  
Ja-Aber-Methode 158  
Jahresabschluss 258  
JavaSkript 128  
Jugendarbeitsschutzge-  
  setz 68  
Jugend- und Auszubilden-  
  denvertretung 74  
juristische Personen 32
- K**  
Kalkulationsabschlag 265  
Kalkulationsfaktor 264  
Kalkulationszuschlag 264  
kalkulatorische Abschrei-  
  bungen 275  
kalkulatorische Kosten  
  272, 274, 275  
kalkulatorische Miete 276  
kalkulatorischer  
  Unternehmerlohn 276  
kalkulatorische Wagnisse  
  276  
kalkulatorische Zinsen 276

- Kann-Kaufleute 55  
Kapazitätsauslastung 289  
Kapital 241  
Kapitalbindung 199  
Kapitalgesellschaften 56  
Kapitalherkunft 115  
Kapitalzuführung 115  
Kartelle 23  
Kauf auf Abruf 39  
Kauf auf Probe 39  
Kaufgegenstand 38  
Kaufmann nach HGB 55  
Kaufmannseigenschaft 55  
Kauf nach Probe 39  
Kaufvertrag 34, 37  
Kaufvertragsarten 38  
Kaufvertragsstörungen 44  
Kauf von Anlagegütern 255  
Kauf zur Probe 39  
KDP (Kindle Direct Publishing) 144  
Kennzahlensysteme 288  
Kennziffern im E-Commerce 161  
Kernsortiment 191  
Keyword Advertising 167, 180  
Keyword Stuffing 182  
KISS 175  
Koalitionsfreiheit 67  
Kommanditgesellschaft (KG) 58  
Kommanditisten 59  
Kommissionär 108  
Kommissionskauf 39  
Kommissionsware 108  
Kommittent 108  
Kommunikation 204  
Kommunikation mit Kunden 154  
Kommunikationsmodell nach Schulz von Thun 204  
Kommunikationspolitik 99, 103  
Kommunikationsstörung 204  
Komplementäre 59  
Konfliktgespräche 211  
Konfliktlösung 158  
Konfliktlösungsstrategien 210  
Konfliktmanagement 208  
Konfliktparteien 210  
Konfliktprävention 210  
Konfliktursachen 209  
Konjunkturabschwung 28  
Konjunkturaufschwung 28  
Konjunkturdämpfung 29  
Konjunkturförderung 29  
Konjunkturphase 28  
Konjunkturpolitik 28  
Konjunktursteuerung 28  
Konjunkturzyklus 28  
konstante Fixkosten 266  
konstante variable Stückkosten 267  
konstitutiv 55  
Kontenart 248  
Kontengruppe 248  
Kontenklasse 248  
Kontenplan 249  
Kontenrahmen 248  
Kontenunterart 248  
Kontokorrentbuch 248  
Kontokorrentkredit 116  
Kontrollinstrument 287  
„Konversionstrichter“ 176  
Konzern 23  
Kooperationsmöglichkeiten 107  
kooperativer Führungsstil 206  
Körperhaltung 214  
körperliche Inventur 201  
Körpersprache 212, 213  
Kostenartenrechnung 278  
Kostenstellenrechnung 278  
Kostenträgerrechnung 281  
Kostenüberdeckung 284  
Kosten- und Leistungsrechnung 234, 260  
Kostenunterdeckung 284  
Kostenverläufe 267  
Kostenziel 223  
Krankenversicherung 76  
Kreativitätstechniken 218  
Kredite 115  
Kreditkarte 43  
Kreditkauf 118  
Kreditoren 253  
Kreditorenbuchhaltung 253  
Kreditsicherung 117  
Kreisdiagramm 287  
Kreislaufwirtschaft 80  
Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz 80  
Kulanz 159  
Kundenbeschwerden 158  
Kundeneinwand 157, 217  
Kundengespräch 155

- Kunden-Skonto 255  
Kündigungsfrist bei  
  Aushilfsverträgen 71  
Kündigungsfrist bei  
  Kleinbetrieben 71  
Kündigungsfrist in der  
  Probezeit 71  
Kündigungsschutz 73  
Kündigungsschutzgesetz  
  (KSchG) 70, 72  
Kurswert 62
- L**  
Lager 194, 196, 200  
Lagerarten 196  
Lagerausstattung 198  
Lagerbestand 87, 288  
Lagerbestände 198  
Lagerbestandsarten 197  
Lagercontrolling 288  
Lagerdauer 199  
Lagereinrichtung 196  
Lagerhaltung 196  
Lagerkennzahlen 198, 199  
Lagerkennziffer 288  
Lagerkontrolle 201  
Lagerkosten 198  
Lagerplan 200  
Lagerplatzverwaltung  
  199  
Lagerplatzzuordnung 199  
Lagerrisiken 197  
Lagerung 196  
Lagerverwaltung 198, 199  
Lagerzinsen 199, 288  
Lagerzinssatz 199, 288  
Lampenfieber 211, 212  
Landingpage 139, 175  
Laufbahnplanung 112  
Leasing 118  
Leasingrate 118  
lebenswerte Umwelt 28  
Leihvertrag 34  
Leistungen 272  
Leitungssysteme 84  
Leitungs- und Weisungs-  
  system 83  
Leitzins 30  
Lese pistole 194  
Lieferantenanalyse 288  
Liefererkredit 116  
Liefererskonto 254  
Lieferungsbedingungen  
  38  
Lieferungsverzug 44  
Lieferzeit 38, 39  
Lifo-Methode 200, 259  
Limitkontrolle 90  
Limitrechnung 89  
lineare Abschreibung  
  257  
Liniendiagramm 286  
Linienorganisation 225  
Linkfarm 182  
Liquidation 120  
Liquidität 290  
Liquiditätssicherung 20  
Location Based Services  
  167, 188  
Lockvogelwerbung 107  
LOGISTIK 189  
Lohnsteuerkarte 114  
Lohnsteuerklassen 114  
Lohn- und Gehaltstarifer-  
  träge 67  
Lombardkredit 117
- M**  
magisches Sechseck 28  
magisches Viereck 27  
Mahnverfahren 50  
Management by  
  delegation 207  
Management by exception  
  206  
Management by objectives  
  206  
Management-Prinzipien  
  206  
mangelhafte Lieferung 45  
Mantelarifverträge 67  
Markenattribute 172  
Markenaufbau 172  
Markenbild 172  
Markennutzen 172  
Markenschutz 54  
Markentonalität 172  
Marken-/Warenzeichen 192  
Marketing 98  
Marketingkonzept 98  
Marketing-Mix 98, 99, 101  
Markt 21  
Marktanteil 99  
Marktdurchdringung 103  
Marktentwicklung 103  
Marktforschung 98, 100  
Marktvolumen 99  
Massenfertigung 281  
Materialgemeinkostenzu-  
  schlagssatz 280  
Matrixorganisation 85, 226  
Maximalprinzip 20  
M-Coupons 167  
Media-Sharing-Plattfor-  
  men 167, 173, 184

- Mehrliniensystem 84  
 mehrseitige Rechtsgeschäfte 34  
 Meldebestand 90, 197  
 Mengen-Wert-Verhältnis 92  
 Merchant/Advertiser 178  
 Methode 635 219  
 Microblogging 167, 184  
 Mietvertrag 34  
 Mimik 214  
 Mindestbestand 197  
 Mindestnennbetrag 61  
 Mindestreservopolitik 31  
 Mindmapping 219  
 Minimalprinzip 20  
 Mischfirma 56  
 Mitarbeitermotivation 109  
 Mitbestimmung 74  
 Mitbestimmungsrecht 75  
 Mitwirkungsrecht 75  
 Mobile Commerce 126  
 Mobile-Commerce 188  
 Mobile Coupons 167  
 Mobile-Marketing 167, 187  
 Mobile-Optimized-Website 188  
 Mobile Payment 151  
 mobiler Scanner 194  
 Mobile-Usability 188  
 Modulation 213  
 Mogelpackungen 107  
 More-Selling 172  
 morphologischer Kasten 220, 221  
 Multi-Channel Retailing 153  
 Multi-Channel-Retailing 152  
 Mutterschutzgesetz 73
- N**  
 Nachbesserung 47  
 Nachfrage 21  
 Nachholbedarf 110  
 Nachkalkulation 284  
 Nachtarbeitszeit 74  
 natürliche Personen 32  
 Nennwert 62  
 Nettogehalt 114  
 Nettolimit 90  
 Netto-Personalbedarf 110  
 Nettoverkaufspreis 261  
 Netzplantechnik 228, 229  
 Neulieferung 47  
 neutrale und außerordentliche Aufwendungen 272, 275  
 neutrale und außerordentliche Erträge 272  
 Wichtigkeit von Rechtsgeschäften 35  
 Nicht-Rechtzeitig-Lieferung 44  
 Nicht-Rechtzeitig-Zahlung 49  
 Niederstwertprinzip 258  
 nonverbale Kommunikation 213  
 norming 207  
 notarielle Beglaubigung 35  
 notarielle Beurkundung 35  
 nützliche Zusatzartikel 160  
 Nutzungsdauer 257  
 Nutzwertanalyse 221, 222
- O**  
 offene Fragen 157, 216  
 offene Handelsgesellschaft (OHG) 57  
 offene Mängel 46  
 Offene-Posten-Liste 50  
 Offenlegung der Gesellschaftsverhältnisse 56  
 Offenlegung der Haftungsverhältnisse 56  
 Offenmarktpolitik 31  
 Öko-Audit 81  
 ökologisches Ziel 20  
 Ökonomisches Prinzip 20  
 Omni-Channel Retailing 153  
 Omni-Channel-Retailing 153  
 Online-Auktionsplattformen 145  
 Online-Communities 185  
 Onlinemarketing 166  
 Online-Marktplatz 142  
 Online-PR 167  
 Online-Reputation 185  
 Onlineshops 131  
 Online-Verkaufsplattform 143  
 Onlinewerbung 167, 177  
 Open-Source-Shopsysteme 133  
 operativ 20  
 optimale Bestellmenge 87  
 optimale Navigation 131  
 optimaler Bestellzeitpunkt 90  
 ordentliche (= fristgerechte) Kündigung 70

- Organisation 83  
Own-to-Mesh-Modell 146
- P**
- Pachtvertrag 34  
Page-Impressions/  
Page-Views 178  
Paginierung 139  
Partnergeseellschaft (PartG)  
56  
passive Rechnungsabgren-  
zung 260  
Passivkonten 247  
Patent 54  
Patent- und Markenamt 54  
Pauschalwertberichtigung  
259  
Pausenzeiten 74  
paydirekt 150  
PayPal 150  
Performance-Marketing  
169  
performing 207  
periodengerechte  
Ergebnisermittlung 258  
permanente Inventur 201,  
244  
Personalakte 112  
Personalanforderung 111  
Personalbedarf 111  
Personalbedarfsplanung  
109  
Personalbedarfsrechnung  
110  
Personalbeschaffung 110  
Personalcontrolling 289  
Personaldatenverwaltung  
112  
Personalentwicklung  
112  
Personalentwicklung off  
the job 112  
Personalentwicklung on  
the job 112  
Personalfreisetzung 114  
Personalkosten 109  
Personalkostenanalyse  
289  
Personalleasing 111  
Personalsicherheiten 117  
Personalstatistik 112  
Personalstruktur 289  
Personalverwaltung 112  
Personalwirtschaft 109  
Personenfirma 56  
Personengesellschaften  
56  
Personenversicherungen  
64  
Pfandrecht 117  
Pflegeversicherung 76  
Pflichten der Arbeitgeber  
66  
Pflichten der Arbeitnehmer  
66  
Pflichten der Auszubilden-  
den 65  
Pflichten des Käufers 37  
Pflichten des Verkäufers  
37  
Planung 234  
Planungsinstrument 287  
Plus-Minus-Technik 214  
Point of Information 174  
Point of Interaction 174  
Point of Sale 42, 174  
Politik des „billigen“  
Geldes 30  
Politik des knappen Geldes  
30  
poor dogs 102  
Portfoliomatrix 102  
Portfolio-Technik 102  
PPC (Pay per Click) 178,  
179  
PPL (Pay per Lead) 178,  
179  
PPS (Pay per Sale) 178,  
179  
PPS (Pay per SignUp) 179  
PPV (Pay per View) 179  
Präsentationen mit  
PowerPoint 212  
Präsentationstechnik 211  
Preis 21  
Preisabzüge 37  
Preisangabenverordnung  
(PAngV) 53, 106  
Preisdifferenzierung 103  
Preiskartell 23  
Preisniveaustabilität 27  
Preissetzung 103  
Preis- und Konditionenpo-  
litik 99, 103  
Prepaid-Karten 150  
Price-look-up-Verfahren  
194, 195  
Privateinlagen 253  
Privatentnahme 252  
Probesortiment 191  
Probezeit 65  
Produktbeschreibung 154  
Produktboxen 138  
Produktdetailseiten 139

- Produktelimination 101  
 Produktgestaltung 101  
 Produkthaftungsgesetz 53  
 Produktinnovation 101  
 Produktionscontrolling  
   289  
 Produktionsfaktoren 24  
 Produktionskosten 289  
 Produktivität 289  
 Produktkategorieenseiten  
   138  
 Produktlebenszyklus 101  
 Produktpolitik 101  
 Produktprofitabilität 270  
 Produktrentabilität 270  
 Produktrezensionen 168  
 Produkt- und Sortiments-  
   politik 99, 101  
 Produktvariation 101  
 Produktwerbung 104  
 progressive variable  
   Stückkosten 268  
 Projektabschluss 231  
 Projektberichterstattung  
   230  
 Projektcontrolling 230  
 Projektdefinition 223  
 Projektdokumentation  
   230  
 Projektmanagement 223  
 Projektorganisation 224  
 Projektplanung 227  
 Projektstrukturplan 227  
 Prokura 76  
 proportionale variable  
   Gesamtkosten 267  
 Prozentrechnung 237  
 Prozentsatz 238  
 Prozentwert 238  
 Public Relations 105  
 Punktbewertung 221
- Q**
- qualifiziertes Arbeitszeug-  
   nis 114  
 qualitative Personalpla-  
   nung 109  
 qualitatives statt  
   quantitatives Wachstum  
   81  
 quantitative Personalpla-  
   nung 109  
 Question Marks 102  
 Quotenkartell 23
- R**
- Rabatt 37, 260  
 Rackjobber 107  
 Randsortiment 191  
 Ratenkauf 39  
 Realsicherheiten 117  
 Rechnungsabgrenzung  
   260  
 Rechnungsabgrenzungs-  
   posten 259  
 Rechnungswesen 234  
 Rechte 32  
 Rechte des Betriebsrates  
   75  
 Rechtliche Vorschriften im  
   E-Commerce 146  
 Rechtsfähigkeit 32  
 Rechtsfolgen des Widerrufs  
   148  
 Rechtsformen 56  
 Rechtsgeschäfte 34  
 Rechtsobjekte 32  
 Rechtssubjekte 32  
 Recycling 80  
 Regalgroßhändler 107  
 Reichweite 170  
 reine Projektorganisation  
   224  
 Reinvermögen 244  
 Reklamationen 217  
 Rentenversicherung 77  
 Reserverlager 197, 199, 201  
 Responsezeiten 170  
 Responsive Design 188  
 responsives Webdesign  
   138  
 Restbuchwert 256  
 Rezession 28  
 rhetorische Fragen 157,  
   216  
 Risikoanalyse 228  
 Rohgewinn 251, 264  
 Rollgeld 38  
 Rückstellungen 260  
 Rückwärtskalkulation 263  
 Rügefristen 46  
 Ruhezeiten 74
- S**
- Sachanlagen 258  
 Sachen 32  
 Sachfirma 56  
 Sachinhalt 204  
 Sachversicherungen 64  
 Sachziel 223  
 Saisonsortiment 191  
 Sales Funnel 176  
 Sales Promotion 105  
 Sammelwerbung 105



- Sanierung 120  
Säulendiagramm 286  
Scanner 194  
Schadenersatz 45, 49  
Schadenersatz statt  
  Leistung 47  
Scheingeschäft 35  
Scherzgeschäfte 36  
Schickschulden 37  
Schlechtleistung 45  
Schlichtung 68  
Schriftform 35  
Schulden 244  
Schuldübernahme 117  
Schulz von Thun 204  
Schutz- und Prüfzeichen  
  192  
Schwangerschaft 73  
SEA 167  
Search Engine Advertising  
  167  
Search Engine Marketing  
  (SEM) 180  
Search Engine Optimizati-  
  on 168  
Search Engine Result  
  Pages (SERP) 181  
SEA (Search Engine  
  Advertising) 177, 180  
Secondlevel-Domain 182  
Seitenaufrufe 161  
Selbstfinanzierung 115  
Selbsthilfeverkauf 48  
Selbstinverzugsetzung  
  44  
Selbstkosten 281  
Selbstkostenpreis 261  
Selbstoffenbarung 204  
SEM (Search Engine  
  Marketing = Suchma-  
  schinenmarketing) 177  
SEO 168, 177, 180  
Serienfertigung 281  
Serviceleistungen 153  
Sharing-Economy-  
  Plattformen 145  
Shopsysteme 132  
Sicherheitsbeauftragte/-r  
  79  
Sicherungsübereignung 118  
Sie-Stil 156, 215  
Site-Sickness (Verweildau-  
  er) 179  
Skonto 38, 260  
Slider 138  
Social Bookmarking 167  
Social Branding 185  
Social-Media-Marketing  
  178, 183  
Social-Media-Plattform  
  183, 186  
Social-Network-Marketing  
  178  
Social Sales 186  
Sofortkauf 39  
Sofortüberweisung 150  
Soll-Ist-Vergleich 198, 288  
Soll-Personalbestand 110  
Sondereinzelkosten 283  
sonstige Forderungen 260  
sonstige Verbindlichkeiten  
  260  
Sorte 190  
Sorten 240  
Sortenfertigung 281  
Sortierungsfunktion 139  
Sortiment 191  
Sortimentsbereinigung 192  
Sortimentsbreite 190  
Sortimentsdarstellung im  
  Webshop 138  
Sortimentserweiterung  
  191  
Sortimentsgestaltung 190,  
  191  
Sortimentspolitik 101  
Sortimentspyramide 190  
Sortimentstiefe 191  
Sortimentsvariation 191  
Sortimentswerbung 104  
Soziale Marktwirtschaft 26  
soziale Netzwerke 167, 183  
soziales Ziel 20  
Sozialversicherung 64, 76  
Spezifikationskauf 39  
Spitzenrefinanzungsfä-  
  hilität 30  
Sponsored Links 167, 168  
Sprache 213  
Sprachwirkung 155, 213  
staatliche Konjunktur-  
  dämpfung 29  
staatliche Konjunkturför-  
  derung 29  
Stabilitätsgesetz 27  
Stabliniensystem 85  
Stabs-/Einflussorganisati-  
  on 226  
Stabsstellen 84  
Stammeinlage 60  
Stammkapital 60  
ständige Fazilitäten 30  
Stars 102  
stationärer Scanner 194

- Statistik 234, 285  
 Stellen 83  
 Stellenanzeige 111  
 Stellenarten 84  
 Stellenbildung 83  
 stetiges und angemessenes Wirtschaftswachstum 27  
 Steuern 63  
 Steuerungsinstrument 287  
 Stichtagsinventur 201, 244  
 stille Gesellschaft 56  
 Stimmführung 155, 213  
 storming 207  
 strategisch 20  
 Streik 68  
 Streugebiet 104  
 Streuzeit 104  
 Strichcode 194  
 Stückdeckungsbeitrag 270  
 Stückkauf 38  
 Sub-Domain 182  
 Suchfunktion 139  
 Suchmaschinenoptimierung 168  
 Suggestivfragen 157, 216  
 Sukzessivkauf 39
- T**
- Tabellen 285  
 Targeting 168  
 Tarifaufonomie 67  
 Tarifbindung 67  
 Tarifrecht 66  
 Tarifverhandlungen 67  
 Tarifvertrag 66  
 Teamarbeit 207, 208  
 Teamentwicklung 207
- Teaser 138  
 Techniken der Gesprächsführung 156  
 Teilbereiche des Rechnungswesens 234  
 Teilkostenrechnung 265  
 Telemediengesetz (TMG) 146  
 Terminkontrolle 230  
 Terminlieferung 39  
 Terminplanung 229  
 Termintreue 289  
 Terminüberwachung 97  
 Terminziel 223  
 Texteditoren 129  
 Thread 185  
 Trading down 192  
 Trading up 191  
 Traffic 173, 175  
 Traffic-Analyse 168  
 Transaction-E-Mails 186  
 transitorische Abgrenzung 259  
 Transportkosten 38  
 Trennungsgebot 164  
 Treuepflicht 66  
 Trigger-E-Mails 186  
 Trust 24
- U**
- überproportionale variable Gesamtkosten 268  
 Umkehrmethode 158, 217  
 Umlaufvermögen 244  
 Umsatzrentabilität 290  
 Umsatzsteuer 251  
 Umsatzsteuererklärung 252  
 umsatzsteuerfrei 251
- Umsatzsteuergesetz 251  
 Umsatzsteuervoranmeldung 252  
 Umsatz- und Absatzdatenanalyse 289  
 Umschlagshäufigkeit 198, 199, 288  
 Umschulung 112  
 Umtausch 159  
 Umwelt-Controlling 81  
 Umweltschutz 80  
 Umweltzeichen 192  
 Unfallverhütung 79  
 Unfallverhütungsvorschriften 79, 197  
 Unfallversicherung 76  
 unfrei 38  
 Unique Selling Point 174  
 Unique Visitors 175  
 unlauterer Wettbewerb 107  
 Unterbrechung (Neubeginn) der Verjährung 53  
 unternehmensexterne Personalbeschaffung 111  
 Unternehmenshierarchie 83  
 Unternehmensinsolvenz 121  
 unternehmensinterne Personalbeschaffung 111  
 Unternehmenskrise 119  
 Unternehmensziele 20  
 unterproportionale variable Gesamtkosten 269

- unzumutbare Belästigung 107
- Up-Selling 161, 172
- Urabstimmung 68
- URL 182
- Urlaubsbescheinigung 114
- Usability 131, 132, 175
- V**
- variable Kosten 265
- verbotene Wettbewerbs-handlungen 107
- Verbraucherinsolvenz 122
- Verbraucherpreisindex (VPI) 27
- Verbraucherschutz 53
- vereinfachtes Insolvenzverfahren 122
- Verfügbarkeitskontrolle 164
- vergleichende Werbung 107
- Verjährung 52
- Verkaufsargumentation 157
- Verkaufsbereitschaft 196
- Verkaufsbuchung 253
- Verkaufsförderung 105
- Verkaufskalkulation 261
- Verkaufskurs 240
- Verkaufslager 196, 201
- Verkauf von Fertigerzeugnissen und Handelswaren 254
- verkürzte Rückwärtskalkulation 265
- verkürztes Kalkulationsverfahren 264, 271
- verkürzte Vorwärtskalkulation 264
- verlegte Inventur 244
- vermehrter Grundwert 239
- verminderter Grundwert 240
- Vermögen 244
- Vermögensversicherungen 64
- vermögenswirksame Leistungen 114
- Verpackungskennzeichnungen 192
- Verpackungskosten 38
- Verpflichtungsgeschäft 37
- Versicherungen 63
- Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit 56
- versteckte Mängel 46
- Verteilungsrechnung 237
- vertikale Kooperation 108
- Vertragsarten 34
- Vertrauenssiegel 141
- Vertretungsbefugnis 59
- Vertretungsmacht 58, 61
- Vertriebsgemeinkostenzuschlagssatz 281
- Verursacherprinzip 80
- Verwaltungsgemeinkostenzuschlagssatz 281
- Verweildauer 162
- Verwertungsgenossenschaften 63
- virales Marketing 168
- virtueller Marktplatz 142
- Visitors 161
- volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren 24
- Vollbeschäftigung 27
- Vollkostenrechnung 272
- Vorauswahl 111
- Vorauszahlung 39
- Vorkalkulation 284
- Vorrat 258
- Vorratshaltung 196, 197
- Vorsorgeprinzip 80
- Vorstand 61, 63
- Vorstellungsgespräch 111
- Vorsteuer 251
- Vorteilsformulierungen 156, 215
- Vorwärtskalkulation 262
- W**
- Währungsrechnung 240
- Ware auf Kommission 108
- Warenart 190
- Warencodierung 195
- Wareneingang 195
- Wareneingangsdaten 199, 200
- Wareneingangskontrolle 195
- Wareneinsatz 251
- Warenfluss 193
- Warengruppe 190
- Warenkennzeichnung 192
- Warenkonto 250
- Warenkontrolle 200
- Warenlagerung 196
- Warenmanipulation 200
- Warenpflege 200
- Wareschulden 37
- Warensendung 195

- Warensortiment 190  
 Warenwirtschaft 193  
 Warenwirtschaftssystem 87,  
 193, 194, 199, 200, 201  
 Watzlawik 204  
 Web-Analytics 168  
 Webmarketing 166  
 Web-Monitoring 168  
 Webshop-Optimierung  
 141  
 Webshops 130, 131  
 Website 127  
 Website-Traffic 175  
 Wechselkurs 240  
 Wegwerfgesellschaft 80  
 Weisungsstellen 84  
 Weiterbildung 112  
 Weitergabekontrolle 164  
 Weiterverwertung 80  
 Werbearten 104  
 Werbe-E-Mails 168  
 Werbe-E-Newsletter 168  
 Werbeerfolgskontrolle 104  
 Werbeetat 104  
 Werbemittel 104  
 Werbeobjekt 104  
 Werbeplanung 104  
 Werbeträger 104  
 Werbewirksamkeit 104  
 Werbeziel 104  
 Werbung 103  
 Werkvertrag 34  
 Wettbewerbsverbot 66  
 widerrechtliche Drohung  
 36  
 Widerrufsbelehrung 147  
 Widerrufsrecht 53, 147  
 Wiederverwendung 80  
 Wiederverwertung 80  
 Wiederverwertungsgesell-  
 schaft 80  
 Willenserklärung 32, 34  
 Win-win-Strategie 215  
 wirtschaftliches Ziel 20  
 Wirtschaftskreislauf 21  
 Wirtschaftsordnung 26  
 Wirtschaftspolitik 27  
 wirtschaftspolitische Ziele  
 27  
 Wirtschaftswachstum 27  
 Wohlverhaltensperiode  
 122  
 Wortmarke 55  
 WYSIWYG-Editoren 129
- Z**
- Zahllast 252  
 Zahlungsbedingungen 38,  
 39  
 Zahlungsmöglichkeiten im  
 E-Commerce 148  
 Zahlungsunfähigkeit 119  
 Zahlungsverkehr 41  
 Zahlungsverzug 49  
 Zahlungsziel 38  
 Zausatzkosten 275  
 Zeitarbeit 111  
 zeitlich verlegte Inventur  
 201  
 Zeitraum 241  
 Zeitvergleich 198  
 zentraler Einkauf 98  
 Zentralverwaltungswirt-  
 schaft 26  
 Zession 118  
 Zielbeziehungen 27  
 Ziele der Ablauforganisati-  
 on 86  
 Zieleinkaufspreis 97, 261  
 Zielgruppe 104  
 Zielkategorien 20  
 Zielkauf 39  
 Zielverkaufspreis 262  
 Zins 117  
 Zinsen 241  
 Zinsformel 242  
 Zinskorridor 30  
 Zinsrechnung 241  
 Zinssatz 241  
 Zinstage 241  
 Zugangskontrolle 164  
 Zugriffskontrolle 164  
 Zukunftsprinzip 80  
 Zusatzbedarf 110  
 Zusatzkosten 274  
 Zuschlagskalkulation 281,  
 283  
 Zutrittskontrolle 164  
 Zwei-Faktor-Authentifizie-  
 rung 149  
 zweifelhafte Forderung  
 259  
 zweiseitiger Handelskauf  
 39, 46