

Andreas Blank, Nick Brown, Dr. Sebastian Decker, Dr. Jörg Kazmierczak, Helge Meyer,
Frank Meyer-Faustmann, Udo Müller-Stefer, Christian Schmidt

Herausgeber: Andreas Blank, Helge Meyer

Ausbildung im Groß- und Außenhandel

Kaufmann/Kauffrau für Groß- und Außenhandelsmanagement

Band 2

Lehrerhandbuch

6. 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.

Vorwort

Das vorliegende Lehrerhandbuch enthält die Lösungen zu allen Aufgaben des Lehrbuches **„Ausbildung im Groß- und Außenhandel – Kaufmann/Kauffrau für Groß- und Außenhandelsmanagement“, Band 2, Bestellnummer 10790**. Zudem beinhaltet das Handbuch folgende zusätzliche Informationen für die Hand des Lehrers:

- Zu einzelnen Kapiteln liegt eine handlungsorientierte Unterrichtsskizze (geplanter Stundenverlauf) bei.
- Zu einigen Abschnitten sind zusätzliche Materialien wie Globusabbildungen vorhanden.

Die Verfasser

westermann GRUPPE

© 2021 Bildungsverlag EINS GmbH, Köln, 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.

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, Braunschweig

ISBN 978-3-427-10791-0

Inhaltsverzeichnis

| | |
|-------------------------------------|---|
| Vorwort | 2 |
| Bildquellenverzeichnis | 6 |

Lernfeld 5: Kaufverträge erfüllen

| | | |
|--|---|----|
| 1 | Das Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft von Kaufverträgen analysieren | 7 |
| 2 | Die ordnungsgemäße Vertragserfüllung auf Lieferanten- und Kundenseite beachten | 8 |
| 2.1 | Schlechtleistung kennenlernen | 8 |
| 2.2 | Nicht-rechtzeitig-Lieferung kennenlernen | 10 |
| 2.3 | Annahmeverzug kennenlernen | 12 |
| 3 | Situationsgerechte Bezahlung im Inlandsgeschäft vornehmen | 15 |
| 4 | Nicht-rechtzeitig-Zahlung kennenlernen | 17 |
| 4.1 | Nicht-rechtzeitig-Zahlung beachten | 17 |
| 4.2 | Das Mahnverfahren einleiten | 19 |
| 4.3 | Zinsrechnen anwenden | 26 |
| 4.4 | Der drohenden Verjährung entgegenwirken | 27 |
| 4.5 | Möglichkeiten der Risikoabsicherung berücksichtigen | 28 |
| 5 | Reklamationsmanagement in der Fremdsprache Englisch anwenden | 30 |
| Wiederholung zu Lernfeld 5 | | 32 |
| Übungsaufgaben | | 32 |
| Gebundene Aufgaben zur Prüfungsvorbereitung | | 35 |
| Geplanter Stundenverlauf: Die Schlechtleistung (Mängelrüge) | | 36 |

Lernfeld 6: Ein Marketingkonzept entwickeln

| | | |
|--|--|----|
| 1 | Die aktuelle Marktsituation analysieren | 44 |
| 2 | Die Marktforschung als Grundlage von Marketingentscheidungen und für die Ableitung von Marketingzielen nutzen | 45 |
| 3 | Strategisches Marketing betreiben und eine Absatzplanung durchführen | 48 |
| 4 | Sich über die Marketinginstrumente informieren | 50 |
| 4.1 | Distributionspolitik zur Optimierung der Absatzwege einsetzen | 50 |
| 4.2 | Maßnahmen im Rahmen der Kommunikationspolitik gestalten | 53 |
| 4.3 | Wettbewerbsrechtliche Grenzen durch Einhaltung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb beachten | 54 |
| 4.4 | Preispolitik berücksichtigen | 56 |
| 4.4.1 | Märkte und Preisbildung erklären können | 56 |
| 4.4.2 | Möglichkeiten der Preisfestsetzung ermitteln | 58 |
| 4.4.3 | Konditionen- und Servicepolitik als preispolitische Maßnahme gestalten | 59 |
| 5 | Die Marketinginstrumente kombinieren am Beispiel der Primus GmbH | 60 |
| 5.1 | Den Marketingmix für den „ergo-design-natur“ einsetzen | 60 |
| 5.2 | Verbesserungsvorschläge durch das Absatzcontrolling für Marketingmaßnahmen ableiten | 61 |
| Wiederholung zu Lernfeld 6 | | 62 |
| Übungsaufgaben | | 62 |
| Gebundene Aufgaben zur Prüfungsvorbereitung | | 64 |
| Ungebundene Aufgaben | | 64 |

Lernfeld 7: Außenhandelsgeschäfte anbahnen

| | | |
|----------|---|----|
| 1 | Kulturelle Rahmenbedingungen von Außenhandelsgeschäften berücksichtigen | 67 |
| 2 | Risiken von Außenhandelsgeschäften analysieren und bedarfsgerecht absichern | 69 |
| 2.1 | Kreditrisiken: Forderungsverluste beim Export vermeiden | 69 |
| 2.2 | Währungsrisiken: Forderungen und Verbindlichkeiten gegen Wechselkursschwankungen absichern | 70 |
| 2.3 | Transportrisiken vermindern, abwälzen und absichern | 71 |
| 2.4 | Politische Risiken: Ländergefahren einschätzen und absichern | 73 |
| 3 | Rechtliche Rahmenbedingungen internationaler Handelsgeschäfte bei der Vertragsgestaltung berücksichtigen | 74 |
| 3.1 | Rechtliche Besonderheiten bei Außenhandelsgeschäften beachten | 74 |
| 3.2 | Das Abladegeschäft als klassische Kaufvertragsart des Überseehandels kennenlernen | 77 |
| 3.3 | Typische Vereinbarungen im Außenhandelsgeschäft festlegen | 78 |
| 3.4 | INCOTERMS® 2020: Geeignete internationale Lieferbedingungen auswählen | 79 |
| 4 | Dokumente für den internationalen Warenverkehr korrekt vorbereiten | 80 |
| 5 | Zollverfahren bei der Einfuhr unterscheiden und Einfuhrabgaben ermitteln | 86 |
| 6 | Auswirkungen internationaler Handelsabkommen auf den Handel mit EU- und Drittstaaten einschätzen | 88 |
| 7 | Mit ausländischen Geschäftspartnern im Rahmen logistischer Prozesse in der Fremdsprache Englisch kommunizieren | 89 |
| | Wiederholung zu Lernfeld 7 | 92 |
| | Übungsaufgaben | 92 |
| | Ungebundene und gebundene Prüfungsaufgaben | 94 |

Lernfeld 8: Werteströme auswerten

| | | |
|----------|---|-----|
| 1 | Die Aufgaben und rechtlichen Bestimmungen des Jahresabschlusses erläutern | 97 |
| 2 | Die Vorarbeiten für den Jahresabschluss durchführen | 99 |
| 2.1 | Die Posten der Rechnungsabgrenzung bestimmen und in der Buchhaltung erfassen | 99 |
| 2.2 | Die Sonstigen Verbindlichkeiten und Sonstigen Forderungen erfassen | 100 |
| 2.3 | Rückstellungen bilden | 102 |
| 3 | Eine der Vermögens- und Schuldenlage des Unternehmens angepasste Bewertungsmethode wählen | 104 |
| 3.1 | Das Anlagevermögen durch Abschreibung auf abnutzbare Sachanlagen bewerten | 104 |
| 3.2 | Die allgemeinen Bewertungsvorschriften erklären | 107 |
| 3.3 | Das Vermögen und die Schulden eines Groß- und Außenhandelsbetriebes nach dem Handelsrecht bewerten | 108 |
| 4 | Die Vermögens- und Kapitalstruktur, die Finanzlage sowie die Erfolgssituation des Unternehmen mithilfe von Kennzahlen bewerten | 114 |
| 4.1 | Die Bilanz aufbereiten und auswerten | 114 |
| 4.2 | Die Gewinn- und Verlustrechnung aufbereiten und zur Ertragslage auswerten | 120 |
| 5 | Leasing und Factoring zur Optimierung der wirtschaftlichen Situation nutzen | 126 |
| | Wiederholung zu Lernfeld 8 | 127 |
| | Übungsaufgaben | 127 |
| | Gebundene und ungebundene Aufgaben zur Prüfungsvorbereitung | 129 |

Lernfeld 9: Geschäftsprozesse mit digitalen Werkzeugen unterstützen

| | | |
|---|---|-----|
| 1 | Sich mit der Wertschöpfungskette im Groß- und Außenhandel vertraut machen | 130 |
| 2 | Sich über die Funktionsweise von Unternehmenssoftware informieren | 131 |
| 3 | Kunden-, Lieferanten- und Dienstleisterdaten beschaffen und elektronisch verarbeiten | 134 |
| 4 | Elektronische Instrumente zur Kundenbetreuung und -gewinnung auswählen | 135 |
| 5 | Daten in die Unternehmenssoftware CTO Warenwirtschaft importieren | 136 |
| 6 | Qualitätskontrolle und Auswertung von digitalen Daten durchführen | 137 |
| 7 | Sicherheitsrisiken digitaler Geschäftsprozesse und Chancen und Risiken digitaler Technologien bewerten | 138 |
| | Wiederholung zu Lernfeld 9 | 139 |
| | Übungsaufgaben | 139 |
| | Gebundene Aufgaben zur Prüfungsvorbereitung | 140 |

Bildquellenverzeichnis

Formularverlag CW Niemeyer GmbH & Co. KG, Hameln: S. 82.1, 83.1, 84.1, 85.1

fotolia.com, New York: .shock 46.2; Andrzej Puchta 46.1; BVDC 46.4

iStockphoto.com, Calgary: Berezko 46.3

Microsoft Deutschland GmbH, München: S. 92.1

Picture-Alliance GmbH, Frankfurt/M.: dpa-infografik 54.1

stock.adobe.com, Dublin: donvictori0 Titel.

Wir arbeiten sehr sorgfältig daran, für alle verwendeten Abbildungen die Rechteinhaberinnen und Rechteinhaber zu ermitteln. Sollte uns dies im Einzelfall nicht vollständig gelungen sein, werden berechnete Ansprüche selbstverständlich im Rahmen der üblichen Vereinbarungen abgegolten.

Lernfeld 5: Kaufverträge erfüllen

1 Das Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft von Kaufverträgen analysieren

Lehrbuch Seite 20

Handlungssituation

- Es ist ein rechtswirksamer Kaufvertrag zustande gekommen. Die Kundin Gisela Klein ist aufgrund des abgeschlossenen Kaufvertrages die Verpflichtung eingegangen, die Ware anzunehmen und zu bezahlen.
- Individuelle Lösung

| Der Verkäufer verpflichtet sich, ... | Der Verkäufer hat das Recht, ... |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • rechtzeitig und mangelfrei zu liefern, • dem Käufer das Eigentum an der Ware zu verschaffen. | <ul style="list-style-type: none"> • die Abnahme der Ware zu verlangen, • die rechtzeitige Zahlung des Kaufpreises zu verlangen. |

Lehrbuch Seite 23 f.

1. Beim Kaufvertrag muss man zwischen dem Abschluss des Kaufvertrages (Verpflichtungsgeschäft) und der Erfüllung des Kaufvertrages (Erfüllungsgeschäft) unterscheiden. Durch den Vertragsabschluss gehen beide Vertragspartner rechtliche Verpflichtungen ein, wobei die Pflichten des Verkäufers den Rechten des Käufers entsprechen und umgekehrt. Die Vertragspartner können den Vertrag erfüllen, indem sie ihren jeweiligen Verpflichtungen nachkommen.
2. Zeitlich können zwischen dem Abschluss (Verpflichtungsgeschäft) und der Erfüllung (Erfüllungsgeschäft) des Kaufvertrages oft mehrere Tage, Wochen oder Monate liegen.

Beispiele

Möbelkauf, Kauf eines neuen Autos, Bestellung einer Spezialmaschine

3. a) Abschluss des Kaufvertrages: Bestellung, Auftragsbestätigung
b) Erfüllung des Kaufvertrages: fristgemäße Bezahlung, Eigentumsübertragung, ordnungsgemäße Lieferung, fristgemäße Annahme der Ware
4. Folgende Möglichkeiten des Zustandekommens eines Kaufvertrages sind denkbar:
 - Der Verkäufer macht den Antrag: Der Kaufvertrag kommt zustande, wenn die Bestellung (Annahme) des Käufers inhaltlich mit dem Angebot (Antrag) des Verkäufers übereinstimmt.
 - Der Käufer macht den Antrag: Der Kaufvertrag kommt zustande, wenn der Verkäufer (Annahme) die Bestellung des Käufers (Antrag) annimmt.
5. 2.
6. 3.
7. • Folgende Vorteile können sich für einen Groß-/Außenhandelsbetrieb bei Vereinbarung eines Streckengeschäftes ergeben:
 - Fracht-, Lade- und Lagerkosten können eingespart werden,
 - Umladekosten und damit auch die Gefahr von Transportschäden können verringert werden,
 - Zeitersparnis bei direkter Auslieferung vom Hersteller an den Kunden des Groß-/Außenhändlers,
 - Kunden des Groß-/Außenhändlers können mit Waren beliefert werden, die nicht im Sortiment sind. Somit braucht auch beim Groß- und Außenhändler kein Lagerplatz freigehalten zu werden.
 - Nachteile für den Groß-/Außenhändler: Der Groß-/Außenhändler läuft beim Streckengeschäft Gefahr, dass er aus der Handelskette ausgeschaltet wird, d. h., der Kunde des Groß-/Außenhändlers bestellt seine Waren direkt beim Hersteller.

8. 2.

2 Die ordnungsgemäße Vertragserfüllung auf Lieferanten- und Kundenseite beachten

2.1 Schlechtleistung kennenlernen

Lehrbuch Seite 25

Handlungssituation

- Im vorliegenden Fall liegt bei den bestellten 40 Schreibtischen Primo ein Mangel in der Art vor. Bei den zerkratzten Bildschirm-Arbeits-tischen liegt ein Mangel durch fehlerhafte Ware vor.
- Das Bürofachgeschäft Herbert Blank e. K. hat eine unverzügliche Prüfung der gelieferten Waren vorgenommen, da es die Waren bereits am nächsten Morgen nach der Lieferung geprüft hat. Somit kann das Bürofachgeschäft das Recht auf Nacherfüllung in Anspruch nehmen. Wenn dies nicht gelingt: Rücktritt vom Kaufvertrag, Minderung.
- Beim einseitigen Handelskauf hat der Käufer bei Neuwaren bei offenen und versteckten Mängeln zwei Jahre Zeit, seine Mängelrüge zu erteilen.
Beim zweiseitigen Handelskauf hat der Käufer offene Mängel unverzüglich, versteckte Mängel unverzüglich nach Entdeckung, spätestens vor Ablauf von zwei Jahren zu rügen. Arglistig verschwiegenen Mängel müssen unverzüglich nach Entdeckung innerhalb von drei Jahren gerügt werden, wobei die Frist am Ende des Jahres beginnt, in dem der Mangel entdeckt wurde.

Lehrbuch Seite 31 f.

1. Mangel in der Art
2. Mangel durch fehlerhafte Ware
3. Mangel in der Menge
 4. Mangel in der Art
5. Mangel durch fehlerhafte Ware
- b) Rechte: individuelle Lösung
c) Individuelle Lösung. Entscheidend sind die Begründungen.

2. Individuelle Lösung

3.

| Rügefrist bei | zweiseitigem Handelskauf | einseitigem Handelskauf |
|-------------------------------------|--|-------------------------|
| | nach der Lieferung | |
| a) offenen Mängeln | unverzüglich (= ohne schuldhaftes Zögern) | innerhalb von 2 Jahren |
| b) versteckten Mängeln | unverzüglich nach Entdeckung innerhalb von 2 Jahren | innerhalb von 2 Jahren |
| c) arglistig verschwiegenen Mängeln | unverzüglich nach Entdeckung innerhalb von 3 Jahren | innerhalb von 3 Jahren |

4. Häufig wird die gesetzliche Sachmängelhaftungsfrist von zwei Jahren durch eine **Garantie des Herstellers** auf mehrere Jahre erweitert. Die **Garantie des Herstellers muss ausdrücklich** zwischen dem Verkäufer und dem Kunden **im Kaufvertrag vereinbart werden**, wobei Inhalt, Umfang und Garantiefrist geregelt werden. Wird eine Garantie angeboten, hat der Käufer innerhalb der zweijährigen gesetzlichen Sachmängelhaftungspflicht das Wahlrecht, ob er bei Auftreten eines Mangels seine Rechte aus der Garantie oder aus der gesetzlichen Sachmängelhaftung in Anspruch nimmt. Die Garantie sieht meistens nur vor, dass der Kunde die Beseitigung des Mangels verlangen, jedoch nicht vom Vertrag zurücktreten kann. Ist der Verkäufer nicht in der Lage, den Mangel zu beseitigen, hat der Käufer per Gesetz ein Rücktrittsrecht.
Verkäufer gewähren häufig ihren Kunden, wenn die Sachmängelhaftungsfrist abgelaufen ist, aus **Kulanzgründen** die Rechte aus der Mängelrüge, obwohl sie gesetzlich dazu nicht verpflichtet sind. Auf diese Weise erhofft sich das Unternehmen Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz und eine Bindung des Kunden an das eigene Unternehmen.