

Markus Bauder, Thomas Paaß, Christian Seifritz

Holzer Stofftelegramme Kauffrau/-mann für Groß- und Außenhandelsmanagement

- Organisation von Warensortiment und Dienstleistungen
(Teil 1 gestreckte Abschlussprüfung)
- Kaufmännische Steuerung von Geschäftsprozessen
(Teil 2 gestreckte Abschlussprüfung)
- Prozessorientierte Organisation von Groß- und Außen-
handelsgeschäften (Teil 2 gestreckte Abschlussprüfung)

15. 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.

Zusatzmaterialien zu „Holzer Stofftelegramme – Kauffrau/-mann für Groß- und Außenhandelsmanagement“

Für Lehrerinnen und Lehrer

Lösungen zum Schulbuch: 978-3-427-14938-5

Lösungen zum Schulbuch Download: 978-3-427-15198-2



BiBox Einzellizenz für Lehrer/-innen (Dauerlizenz)

BiBox Klassenlizenz Premium für Lehrer/-innen und
bis zu 35 Schüler/-innen (1 Schuljahr)

BiBox Kollegiumslizenz für Lehrer/-innen (Dauerlizenz)
BiBox Kollegiumslizenz für Lehrer/-innen (1 Schuljahr)

Für Schülerinnen und Schüler



BiBox Einzellizenz für Schüler/-innen (1 Schuljahr)

BiBox Einzellizenz für Schüler/-innen (4 Schuljahre)

BiBox Klassensatz PrintPlus (1 Schuljahr)

© 2025 Westermann Berufliche Bildung GmbH, Ettore-Bugatti-Straße 6-14, 51149 Köln
service@westermann.de, www.westermann.de

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

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

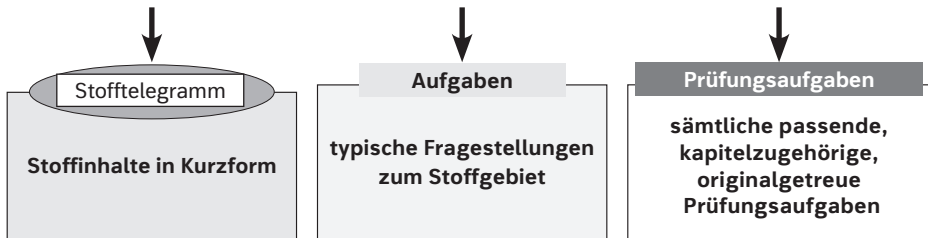
Druck und Bindung: Westermann Druck GmbH, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig

ISBN 978-3-427-14933-0

Vorwort

Dieses Buch bietet ein **systematisches Fitnessstraining für den Unterricht, Klassenarbeiten und die Prüfungen zum/-r Kaufmann/-frau für Groß- und Außenhandelsmanagement (Teil 1 und Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung)**. Die Stoffinhalte entsprechen dem **Bildungsplan 2021**.

Die Kapitel sind einheitlich aufgebaut und bestehen aus:



- Einsatzmöglichkeiten:**
- **systematische Nachbearbeitung** eines Stoffgebietes
 - **eigenverantwortliche Kontrolle** anhand der Übungsaufgaben in Kombination mit dem Lösungsbuch
 - **gezielte Vorbereitung auf Klassenarbeit und Abschlussprüfung**
 - **Übungsphasen während des Unterrichts**
 - **Sammlung von Hausaufgaben**

Dem Leser wird empfohlen, die Aufgaben nicht nur „klassisch“ mit Papier und Bleistift zu lösen, sondern die Aufgaben auch unter Zuhilfenahme einer Tabellenkalkulation und einer Textverarbeitung zu lösen. Für die Erstellung des Buches wurden hier Microsoft® Word® und Excel® verwendet, jedoch eignen sich auch andere gängige Textverarbeitungs- und Tabellenkalkulationsprogramme.

Die Autoren wünschen dem Leser eine effektive und systematische Unterrichtsnachbereitung, Klassenarbeits- und Prüfungsvorbereitung.

Das **Lösungsbuch (Bestell-Nr. 14938)** mit **ausführlichen Antworten** ist getrennt erhältlich.

Informationen zur Prüfung:

Teil 1 der gestreckten Abschlussprüfung				
Prüfungsbereich	Dauer	Prüfungs- instru- ment	Gewich- tung	Lernfelder (LF)
Organisation von Warensortiment und Dienstleistungen	90 Min.	schriftliche Prüfung	25 %	LF 2, LF 3, LF 5

Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung				
Prüfungsbereich	Dauer	Prüfungs- instru- ment	Gewich- tung	Lernfelder (LF)
Kaufmännische Steuerung von Geschäftsprozessen	60 Min.	schriftliche Prüfung	15 %	LF 4, LF 8, LF 10
Prozessorientierte Organisati- on von Groß- und Außenhan- delsgeschäften	120 Min.	schriftliche Prüfung	30 %	LF 6, LF 7, LF 9, LF 11–13
Wirtschafts- und Sozialkunde	60 Min.	schriftliche Prüfung	10 %	Kompetenzbereiche I – IV
Fachgespräch zu einer betrieblichen Fachaufgabe im Groß- bzw. Außenhandel	30 Min.	Gesprächs- simulation	20 %	mdl. Prüfung bei der IHK

Inhaltsverzeichnis

Organisation von Warensortiment und Dienstleistungen (Teil 1 der gestreckten Abschlussprüfung)

Grundlagenkapitel

1	Funktionen und Formen des Groß- und Außenhandels	16
1.1	Funktionen des Großhandels	16
1.2	Formen des Großhandels	18
2	Unternehmensorganisation	20
2.1	Begriffe und Grundsätze der Organisation	20
2.2	Aufbauorganisation	20
2.3	Ablauforganisation	22
2.4	Geschäftsprozesse	23
2.4.1	Geschäftsprozesse bestimmen	23
2.4.2	Schnittstellen erkennen	27
2.4.3	Prozesse darstellen	28
3	Präsentationen vorbereiten, kontrollieren und gut präsentieren	32
3.1	Präsentationen vorbereiten	32
3.1.1	Arbeitsstrategien	32
3.1.2	Lernstrategien	32
3.1.3	Zeitmanagement	33
3.2	Präsentationen kontrollieren	33
3.3	Gut präsentieren	34
3.4	Exkurs: Urheberrecht	35
3.5	Teamarbeit	36
4	Zielorientierte Kommunikation	37
4.1	Verbale und nonverbale Kommunikation	37
4.2	Kommunikationsregeln	38
4.3	Selbstwirksamkeit und Selbsteinschätzung	39
4.4	Aufgaben zu Kapitel 4	39
5	Die Notwendigkeit lebenslangen Lernens erkennen	40
5.1	Lebenslanges Lernen	40
5.2	Chancen der Personalentwicklung	42
6	Kundenorientierung als Leitbild	43

Lernfeld 2: Aufträge kundenorientiert bearbeiten

1	Der Verkaufsprozess im Überblick	44
2	Rechtliche Grundlagen von Kaufverträgen	45
2.1	Willenserklärungen und Rechtsgeschäfte	45
2.2	Form der Rechtsgeschäfte	46
2.3	Rechtsfähigkeit und Geschäftsfähigkeit	47
2.4	Vertragsfreiheit – nichtige und anfechtbare Rechtsgeschäfte	51
2.5	Eigentum und Besitz	55
3	Kontaktaufnahme zu Kunden planen und Kommunikationswege auswählen	57
3.1	Direkter und indirekter Absatz	57
3.2	Onlineabsatzwege	60

4	Anfragen bearbeiten und Angebote erstellen	61
4.1	Arten von Anfragen	61
4.2	Bonitätsprüfung durchführen	61
4.3	Daten beschaffen, erfassen und vervollständigen (Stammdatenmanagement)	62
4.3.1	Aufgaben des Stammdatenmanagements	62
4.3.2	Datenschutz und -sicherheit	63
4.4	Angebote erstellen	63
4.5	Aufgaben zu den Kapiteln 4.1–4.4	65
5	Beratungs- und Verkaufsgespräche führen	67
6	Kaufverträge rechtskräftig abschließen	69
6.1	Verpflichtungsgeschäft	69
6.2	Angebot, Bestellung und Auftragsbestätigung	69
6.3	Eigentumsvorbehalt	70
6.4	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	71
6.5	Kaufvertragsarten	72
6.6	Finanzierungs- und Dienstleistungsangebote	73
6.6.1	Lieferantenkredit	73
6.6.2	Leasing	75
7	Lieferscheine und Rechnungen erstellen, kontrollieren und Besonderheiten von Auslandsgeschäften beachten	78
7.1	Lieferschein	78
7.2	Rechnung	78
7.3	Prüfung von Lieferscheinen und Rechnungen	79
7.4	Digitalisierung (ERP-Systeme)	79
7.5	Aufgaben zu den Kapiteln 7.1–7.4	80
7.6	Besonderheiten von Auslandsgeschäften beachten	81
7.6.1	Ein- und Ausfuhrverfahren	81
7.6.2	Außenhandelsdokumente	84
8	Den Verkaufsprozess bewerten und optimieren	87
8.1	Kundenbindung durch Kundenzufriedenheit	87
8.2	Kundenorientierung	88
8.3	Aufgaben zu Kapitel 8	89

Lernfeld 3: Beschaffungsprozesse durchführen

1	Das Sortiment analysieren und gestalten	90
2	Der Beschaffungsprozess im Überblick	91
2.1	Aufgaben, Ziele und Schnittstellen der Beschaffung	91
2.2	Beschaffungsplanung	92
2.3	ABC-Analyse	98
2.4	Beschaffungsmarktforschung	101
2.5	Angebotsvergleich durchführen und Lieferanten bewerten	102
2.6	Anwendungen einer Tabellenkalkulation im Beschaffungsprozess	104
2.6.1	Die optimale Bestellmenge ermitteln	104
2.6.2	ABC-Analyse	106
2.6.3	Handelskalkulation	109
2.7	Bestellungen durchführen und Dienstleistungen beauftragen	110
2.7.1	Ausschreibungen durchführen	111
2.7.2	Dienstleistungen beauftragen	112
2.8	Warenwirtschaftssysteme (WWS)	113

3	Beschaffung aus der EU und Drittländern anbahnen	114
3.1	Internationale Lieferbedingungen (Incoterms® 2020)	114
3.2	Warenbeschaffung inner- und außerhalb der EU	116
3.3	Währungsrechnen	117
3.4	Bezugskalkulation im Transithandel	119
3.5	Einfuhrverfahren	120
3.6	Einfuhrabgaben	120
3.7	Aufgaben zu Kapitel 3	120
4	Nachhaltigkeit im Beschaffungsprozess verbessern	125

Lernfeld 5: Kaufverträge erfüllen

1	Kaufverträge mit Kunden und Lieferanten rechtskräftig erfüllen	126
1.1	Kaufverträge analysieren	126
1.1.1	Erfüllungsort	127
1.1.2	Streckengeschäft	129
2	Störungen bei der Vertragserfüllung	130
2.1	Mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung)	131
2.2	Nicht-rechtzeitig-Lieferung	140
2.3	Nicht-rechtzeitig-Zahlung	143
2.4	Retouren- und Reklamationsmanagement	145
2.4.1	Retourenmanagement	145
2.4.2	Reklamationsmanagement	146
2.4.3	Aufgaben zu Kapitel 2.4	146
3	Zahlungsabwicklung	147
3.1	Mahnverfahren (außergerichtlich, gerichtlich)	150
3.2	Verjährung	151
3.3	Verzugszinsen berechnen	152
3.4	Möglichkeiten der Risikoabsicherung	153
4	Die Wirtschaftlichkeit der Einkaufs- und Verkaufsprozesse bewerten	154
4.1	Aufgaben des Lieferantenmanagements	154
4.2	Den Verkaufsprozess bewerten (Verkaufscontrolling)	155

Aufgaben zu Organisation von Warensortiment und Dienstleistungen (LF 2, LF 3, LF 5) 156

Prozessorientierte Organisation von Groß- und Außenhandelsgeschäften (Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung)

Lernfeld 6: Ein Marketingkonzept entwickeln

1	Marketing – Marktorientierung – Marketingziele – Marktforschung – Marktkennzahlen – Marktsegmentierung	189
2	Absatzpolitische Instrumente	194

2.1	Produktpolitik	194
2.1.1	Produktlebenszyklus und Portfolio-Analyse	194
2.1.2	Produktprogramm, Sortimentspolitik und Sekundärdienstleistungen	201
2.2	Preis- und Konditionenpolitik	203
2.2.1	Preisstrategien	204
2.2.2	Preispolitik	205
2.2.3	Konditionenpolitik	206
2.3	Kommunikationspolitik	207
2.4	Distributionspolitik	211
2.4.1	Absatzorgane	211
2.4.1.1	Absatzmittler	212
2.4.1.2	Franchising	214
2.4.1.3	E-Commerce – E-Business	215
2.4.2	Absatzorganisation	216
2.4.3	Absatzlogistik	217
2.5	Marketingmix	218
2.6	Marketingcontrolling	218
2.7	Aufgaben zu Kapitel 2	218
3	Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) beachten	221
4	Aufgaben zu den Kapiteln 1–3	222

Lernfeld 7: Außenhandelsgeschäfte anbahnen

1	Besonderheiten des Außenhandels beachten	230
2	Risiken des Außenhandels analysieren	233
3	Möglichkeiten der Risikoabsicherung darstellen	234
3.1	Dokumenteninkasso (Dokumente gegen Kasse)	235
3.2	Dokumentenakkreditiv (Dokumente gegen Akkreditiv)	236
3.3	Aufgaben zu den Kapiteln 1–3	238
4	Außenhandelsdokumente darstellen	241
5	Einfuhrabgaben ermitteln	243
6	Internationale Rechtsnormen berücksichtigen	244
6.1	UN-Kaufrecht	244
6.2	Lieferungsbedingungen (Incoterms® 2020)	245
7	Internationale Handelsabkommen	246
7.1	Grundsätzliche Prinzipien internationaler Handelspolitik	246
7.2	Freihandelsabkommen (Free Trade Agreements, FTAs)	248
7.3	Aufgaben zu Kapitel 7	248

Lernfeld 9: Geschäftsprozesse mit digitalen Werkzeugen unterstützen

1	Die betriebliche Wertschöpfungskette im Groß- und Außenhandel darstellen	249
2	Datenqualität als Voraussetzung für ERP-Systeme erkennen	251
3	Datenaustausch mit externen Beteiligten am Unternehmen darstellen	252
4	Datenschutz, -sicherheit und -management darstellen	254
4.1	Datenschutzvorgaben beachten	254

4.2	Vorgaben der Datensicherheit beachten	256
4.3	Datenmanagement darstellen	258
4.4	Aufgaben zu Kapitel 4.	259
5	Elektronische Instrumente zur Kundengewinnung und -betreuung auswählen	261
5.1	Unternehmenswebsite analysieren	261
5.2	Kundenmanagementsysteme darstellen	264
5.3	Digitale Vertriebskanäle kennen.	265
5.4	Aufgaben zu Kapitel 5.	266
6	Aufbereitung von Daten mit einer Software durchführen	267
7	Datenpflege durchführen.	272
8	Sicherheitsrisiken und -maßnahmen bei der Nutzung elektronischer Medien darstellen	274
8.1	Sicherheitsrisiken darstellen.	274
8.2	Sicherheitsmaßnahmen darstellen	275
9	Vor- und Nachteile der Digitalisierung kennen	276

Lernfeld 11: Waren lagern (Großhandel)

1	Lagerhaltung analysieren	278
2	Aufgaben (Funktionen) der Lagerhaltung	280
3	Anforderungen an ein Lager	281
4	Lagerarten	283
4.1	Geordnetes oder chaotisches Lager	283
4.2	Zentrales oder dezentrales Lager.	284
4.3	Eigen- oder Fremdlager	285
5	Lagertätigkeiten	289
6	Warenwirtschaftssystem (WWS)	292
7	Lagerkosten und Lagerkennzahlen	293
8	Maßnahmen zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit	298
9	Zielkonflikte der Lagerhaltung	300
10	Arbeitsschutzvorschriften im Lager umsetzen	301
11	Umweltschutz im Lager beachten.	302
12	Aufgaben zu den Kapiteln 1–11	303

Lernfeld 11: Internationale Warentransporte abwickeln (Außenhandel)

1	Warentransporte von Außenhandelsunternehmen analysieren	311
1.1	Formen des Außenhandels	312
1.1.1	Innergemeinschaftlicher Warenverkehr (Lieferung und Erwerb)	312
1.1.2	Export	314
1.1.3	Import	316
1.1.4	Transithandel.	317
1.2	Aufgaben zu Kapitel 1.	320
2	Internationalen Warenverkehr darstellen	323
2.1	Verkehrsträger(-mittel) auswählen	323
2.2	Containerisierte Transporte.	323

3	Internationale Warentransporte organisieren und durchführen	325
3.1	Dokumente im Außenhandel	325
3.2	Ausfuhr von Waren aus der Europäischen Union (EU)	325
3.3	Einfuhr von Waren aus Drittländern	329
3.4	Dokumente für die Zahlungssicherung	330
3.5	Lieferbedingungen des internationalen Warenverkehrs	331
3.6	Schadensfälle bei Auslandsgeschäften abwickeln	331
3.6.1	Die Haftung des Frachtführers darstellen	331
3.6.2	Lager- und Transportversicherungen darstellen	332
3.7	Aufgaben zu Kapitel 3	333
4	Außenhandelsinstitutionen darstellen	334
5	Aufgabe Außenhandel LF 11	335

Lernfeld 12: Warentransporte abwickeln (Großhandel)

1	Verkehrsträger und -mittel des Güterversandes darstellen	339
2	Geeignete Verkehrsmittel auswählen	342
2.1	Vor- und Nachteile der Verkehrsmittel darstellen	343
2.2	Versandkosten verschiedener Verkehrsmittel ermitteln	344
3	Rechte und Pflichten beim Güterverkehr darstellen	345
4	Tourenplanung durchführen	347
5	Versandpapiere bearbeiten	349
5.1	Frachtbriefe (CMR) bearbeiten	349
5.2	Versandpapiere für verschiedene Verkehrsträger darstellen	350
6	Waren verpacken	352
7	Terminüberwachung und Sendungsverfolgung anbieten	355
8	Just-in-time-Lieferungen	357
9	Logistische Kette darstellen	358

Lernfeld 12: Außenhandelsgeschäfte abwickeln und finanzieren (Außenhandel)

1	Finanzierung von Außenhandelsgeschäften darstellen	360
2	Zahlungsbedingungen im Außenhandel darstellen	365
3	Risikoabsicherung vornehmen	366
4	Import- und Exportgeschäfte kalkulieren	368
4.1	Importkalkulation durchführen	368
4.2	Exportkalkulation durchführen	371
5	Liquiditätsplanung durchführen	377
6	Zahlungs- und dokumentenbezogene Abwicklung von Außenhandelsgeschäften durchführen	381
7	Kontokorrentkredit beurteilen	382
8	Außenhandelsgeschäfte reflektieren	383

Lernfeld 13: Ein Projekt planen und durchführen

1	Merkmale eines Projekts	385
2	Projektbeteiligte	386

3	Projektphasen	387
3.1	Projektvorbereitung	387
3.1.1	Ideenfindung	387
3.1.2	Ziele definieren	388
3.1.3	Projektskizze	388
3.1.4	Entscheidung	388
3.2	Projektplanung (Planung)	388
3.2.1	Projektstrukturplan	389
3.2.2	Arbeitspakete beschreiben	390
3.2.3	Projektablaufplan	390
3.2.4	Terminplanung	390
3.2.5	Ressourcenplan	391
3.2.6	Kostenplan	391
3.3	Projektdurchführung (Steuerung)	392
3.4	Projektabschluss (Kontrolle)	392
4	Aufgaben zu den Kapiteln 1–3	393

Aufgaben zu Prozessorientierte Organisation von Groß- und Außenhandelsgeschäften (LF 6, LF 7, LF 9, LF 11–13) 394

Kaufmännische Steuerung von Geschäftsprozessen (Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung)

Lernfeld 4: Werteströme erfassen und dokumentieren

1	Kurzüberblick über das Rechnungswesen und Controlling	408
2	Bedeutung und Notwendigkeit des Rechnungswesens	409
2.1	Stellung eines Unternehmens im Wirtschaftsprozess	409
2.2	Werteströme	410
2.3	Belege als Grundlage für Geschäftsvorfälle	410
2.4	Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB)	411
2.5	Belege bearbeiten	413
2.6	Organisation der Buchführung	413
3	Buchen auf Bestandskonten	414
3.1	Kurzüberblick zur Bilanz	414
3.2	Werteveränderungen in der Bilanz	415
3.3	Auflösung der Bilanz in Bestandskonten	416
3.4	Durchführung einer Buchung mit Buchungssätzen	419
3.5	Eröffnung und Abschluss der Bestandskonten (EBK und SBK)	422
4	Buchen auf Erfolgskonten (Ergebniskonten)	424
4.1	Kurzüberblick zur Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)	424
4.2	Auflösung der GuV in Unterkonten	425
4.3	Buchen mit Buchungssätzen	426
4.4	Doppelte Erfolgsermittlung	426
4.5	Vollständiger Geschäftsgang	426
5	Kontenrahmen und Kontenplan	428

5.1	Kontenplan Großhandel: Aktive und passive Bestandskonten	429
5.2	Kontenplan Großhandel: Aufwands- und Ertragskonten	430
6	Das Umsatzsteuersystem	431
7	Buchungen im Einkauf und Verkauf	437
7.1	Aufwandsrechnerisches Verfahren	437
7.2	Preisnachlässe beim Einkauf	438
7.3	Preisnachlässe beim Verkauf	442
8	Zahlungseingänge und -ausgänge kontrollieren und erfassen	446
8.1	Kreditorenbuchhaltung	446
8.1.1	Aufgaben der Kreditorenbuchhaltung	446
8.1.2	Kreditorenstammdatensatz	447
8.1.3	Ziele bei Verbindlichkeiten gegenüber Kreditoren	447
8.1.4	Geschäftsvorfall mit Kreditoren	448
8.2	Debitorenbuchhaltung	449
8.2.1	Aufgaben der Debitorenbuchhaltung	449
8.2.2	Debitorenstammdatensatz	449
8.2.3	Ziele bei Forderungen gegenüber Debitoren	449
8.2.4	Geschäftsvorfall mit Debitoren	450
8.3	Aufgaben zu Kapitel 8	451
9	Periodenabschluss durchführen	452
9.1	Inventur – Inventar – Bilanz	452
9.2	Notwendigkeit von Korrekturen	453
9.3	Veränderungen der Warenbestände	454
9.4	Auswirkungen der Geschäftsvorfälle auf die Vermögens- und Ertragslage	462

Lernfeld 8: Werteströme auswerten

1	Bestandteile des Jahresabschlusses einer GmbH	465
2	Die Bewertung (Ziele, Bewertungsgrundsätze)	467
3	Bewertung des Anlagevermögens	470
3.1	Kauf von Anlagevermögen	470
3.2	Folgebewertung von Anlagevermögen	474
3.2.1	Abschreibungen	474
3.2.2	Anlagevermögen verkaufen	482
4	Bewertung von Umlaufvermögen	483
4.1	Bewertung von Handelswaren, Betriebsstoffen und sonstigen Vorräten	483
4.2	Bewertungsvereinfachungsverfahren (gewogener Durchschnitt, LIFO- und FIFO-Verfahren)	485
4.3	Bewertung von Forderungen	489
5	Bewertung von Verbindlichkeiten	492
6	Zeitliche Abgrenzung und Rückstellungen	494
7	Bilanzaufbereitung und Bilanzanalyse	499
7.1	Bilanzkennzahlen erstellen und auswerten	500
7.2	Erfolgskennzahlen ermitteln und bewerten	504
7.3	Definition und Funktionen des Controllings	505
8	Maßnahmen zur Optimierung der Unternehmensergebnisse	506
8.1	Leasing	506
8.2	Factoring	509
9	Aufgaben zu den Kapiteln 1–8	511

Lernfeld 10: Kosten- und Leistungsrechnung durchführen

1	Abgrenzungsrechnung: Aufwendungen – Kosten und Erträge – Leistungen .	517
2	Kalkulatorische Kosten	520
3	Ergebnistabelle.....	522
4	Fixe und variable Kosten – Nutzenschwelle	524
5	Kostenstellenrechnung (BAB)	526
6	Kostenträgerstückrechnung	530
6.1	Vorwärtskalkulation	530
6.2	Rückwärtskalkulation	531
6.3	Differenzkalkulation	532
6.4	Aufgaben zur Vorwärts-, Rückwärts- und Differenzkalkulation	533
7	Deckungsbeitragsrechnung (Teilkostenrechnung).....	534
8	Optimierung des Unternehmensergebnisses durch relativen Deckungsbeitrag	543
9	Betriebliches Controlling (Informations- und Steuerungsinstrument).....	545
9.1	Berichtswesen (kurzfristige Erfolgsrechnung)	545
9.2	Betriebliche Daten grafisch darstellen	546
10	Aufgaben zu den Kapiteln 1–9.....	548

Aufgaben zu Kaufmännische Steuerung von Geschäftsprozessen (LF 4, LF 8, LF 10)	554
---	-----

Komplette Prüfungsaufgaben seit Sommer 2022

Prüfungsaufgaben Organisation von Warensortiment und Dienstleistungen (LF 2, LF 3, LF 5) – Gestreckte Abschlussprüfung Teil 1

1	Prüfungsaufgaben Sommer 2022	582
2	Prüfungsaufgaben Winter 2022/2023	593
3	Prüfungsaufgaben Sommer 2023	605
4	Prüfungsaufgaben Winter 2023/2024	617
5	Prüfungsaufgaben Sommer 2024	626
6	Prüfungsaufgaben Winter 2024/2025	641
7	Prüfungsaufgaben Sommer 2025	655

Prüfungsaufgaben Prozessorientierte Organisation von Groß- und Außenhandelsgeschäften (LF 6, LF 7, LF 9, LF 11–13) – Gestreckte Abschlussprüfung Teil 2

1	Prüfungsaufgaben Sommer 2022	669
2	Prüfungsaufgaben Winter 2022/2023	679
3	Prüfungsaufgaben Sommer 2023	692

4	Prüfungsaufgaben Winter 2023/2024	701
5	Prüfungsaufgaben Sommer 2024	716
6	Prüfungsaufgaben Winter 2024/2025	726
7	Prüfungsaufgaben Sommer 2025	739

**Prüfungsaufgaben Kaufmännische Steuerung von
Geschäftsprozessen (LF 4, LF 8, LF 10) –
Gestreckte Abschlussprüfung Teil 2**

1	Prüfungsaufgaben Sommer 2022	749
2	Prüfungsaufgaben Winter 2022/2023	755
3	Prüfungsaufgaben Sommer 2023	761
4	Prüfungsaufgaben Winter 2023/2024	765
5	Prüfungsaufgaben Sommer 2024	773
6	Prüfungsaufgaben Winter 2024/2025	779
7	Prüfungsaufgaben Sommer 2025	785

Bildquellenverzeichnis	795
------------------------------	-----

Organisation von Warensortiment und Dienstleistungen (Teil 1 der gestreckten Abschlussprüfung)

Grundlagenkapitel

Lernfeld 2: Aufträge kundenorientiert bearbeiten

Lernfeld 3: Beschaffungsprozesse durchführen

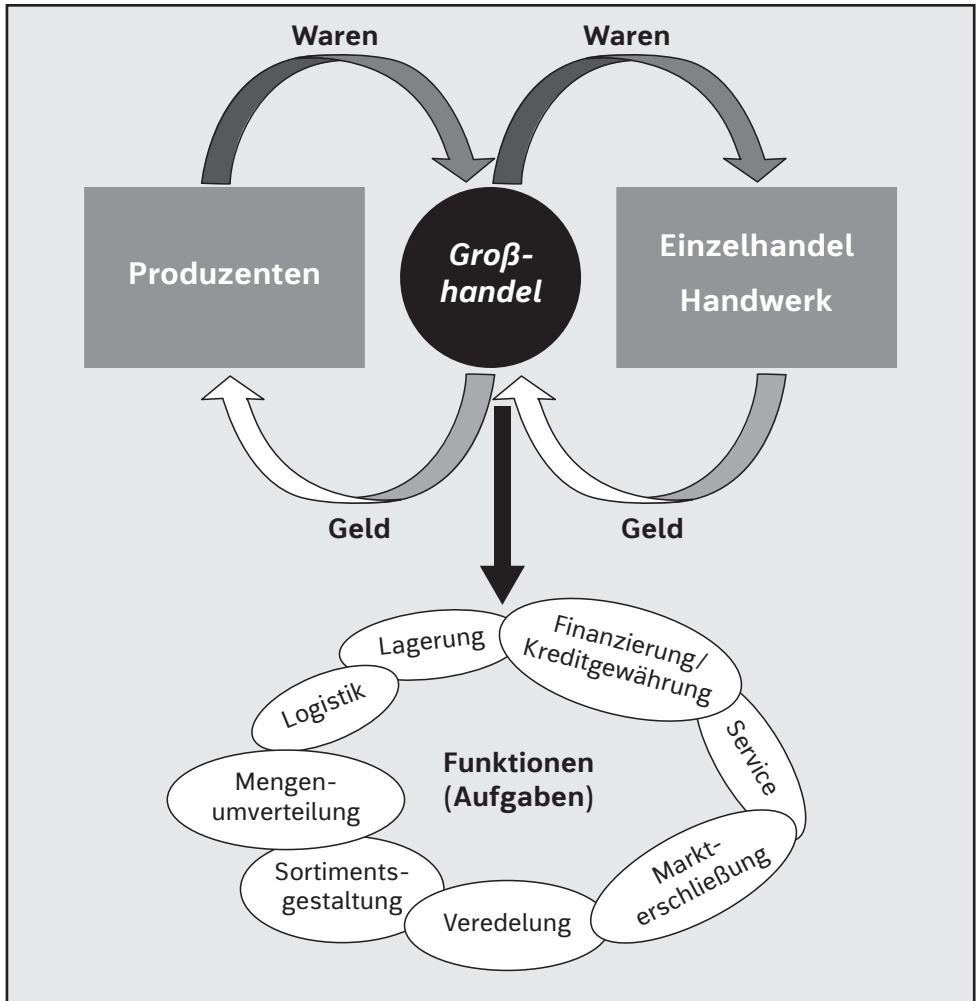
Lernfeld 5: Kaufverträge erfüllen

Aufgaben zu Organisation von Warensortiment und Dienstleistungen
(LF 2, LF 3, LF 5)

1 Funktionen und Formen des Groß- und Außenhandels

1.1 Funktionen des Großhandels

Stofftelegramm

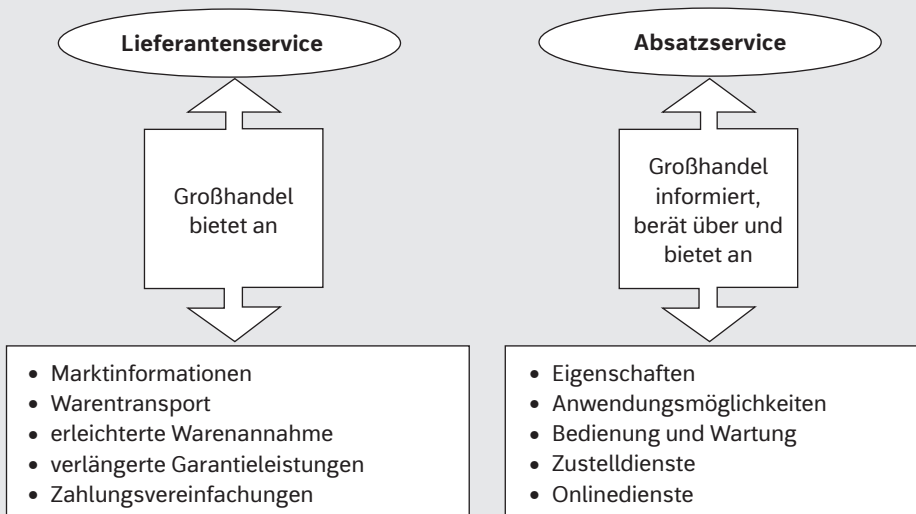


Beispiele:**1. Lagerhaltung und Logistik**

Kartoffeln werden im Sommer bzw. Herbst geerntet. Der Großhändler kauft die Ernte ein und lagert sie. Die gelagerten Kartoffeln verkauft er im Winter und Frühling.

2. Veredelung

- Kaffee rösten
- faule Früchte aussortieren
- Früchte reifen lassen
- Wein reifen lassen
- Werkstücke beschichten

3. Servicefunktion**4. Markterschließung**

- Der Großhandel ist Absatzkanal der Produzenten beim Vertrieb ihrer Produkte.
- Der Großhandel ist Beschaffungskanal der Produzenten bei der Beschaffung von Waren, z. B. Werkstoffen, Betriebsmitteln, Halbfertigfabrikaten.
- Der Großhandel informiert die Hersteller über Bedarfs- oder Angebotsverschiebungen.

5. Finanzierung, Kreditgewährung

- Gewährung eines Zahlungszieles (z. B. „zahlbar innerhalb von 30 Tagen“)
- langfristige Finanzierungsangebote (z. B. der Großhändler als Leasinggeber)

Aufgaben

1. Nennen Sie die Aufgaben (Funktionen) des Großhandels in der Wertschöpfungskette.
2. Erklären Sie die Funktionen Service, Kreditgewährung und Veredelung.

1.2 Formen des Großhandels

Stofftelegramm

Absatzgroßhandel

kauft von einem oder wenigen Herstellern große Mengen, gruppiert sie kundengerecht in kleinere Mengen um

Aufkaufgroßhandel

kauft von vielen Unternehmen kleine Mengen, verkauft die Gesamtmenge an ein oder wenige Unternehmen

- Beispiel landwirtschaftliche Erzeugnisse: Eine Molkerei kauft von vielen Bauern kleine Mengen Milch, um aus der großen Menge Milcherzeugnisse herzustellen.
- Beispiel Recycling: Ein Schrotthändler kauft von vielen Handwerkern Metalle, um die große Menge Schrott an einen Weiterverarbeiter zu verkaufen.

Produktionsverbindungshandel

kauft Waren von Produzenten, verkauft sie weiter an Produzenten der nachfolgenden Produktionsstufe, evtl. nach eigener Bearbeitung, zeitlich genaue Lieferung in Weiterverarbeitungsprozesse (Just-in-time-Prinzip)

Weitere Betriebsformen:

- **Abholgroßmarkt:** Die Waren werden vom Kunden beim Großhändler abgeholt.
- **Cash-and-carry-Großhandel** (Selbstbedienungsgroßhandel): Der Kunde sucht sich die Waren aus (Selbstbedienung), bezahlt den Kaufpreis bar (cash) und nimmt die Waren selbst mit (carry).
- **Einkaufsgenossenschaft**
- **Einkaufskontor**
- **Fachgroßhandel**
- **Spezialgroßhandel:** Nur eine Warenart wird angeboten, d. h., das Sortiment ist schmal und tief.
- **Zustellgroßhandel:** Die Waren werden dem Kunden mit eigenen Fahrzeugen oder vom Frachtführer geliefert.

Aufgaben

1. Erklären Sie jeweils die Aufgabe des Absatz-, Ankauf- und Produktionsverbindungshandels.
2. Was versteht man unter Abholgroßhandel, Cash-and-carry-Großhandel und Zustellgroßhandel?

2 Unternehmensorganisation

2.1 Begriffe und Grundsätze der Organisation

Stofftelegramm

- **Organisation:** System von Dauerregelungen (endgültig, stabil)
- **Improvisation:** Regelung von Einzelfällen (vorübergehend, provisorisch, ungeplant, unerwartet)
- **Aufbauorganisation:** Legt die Aufgaben und Zuständigkeiten von Mitarbeitern fest. Gliederung des Betriebes in **Stellen** und **Abteilungen**. Ergebnis ist das Organigramm.
- **Ablauforganisation:** Festlegung der zeitlichen und räumlichen Arbeitsabläufe. Wer macht was, wann, wo und womit? (z. B. Bearbeitung eines Kundenauftrags)
- **Voraussetzungen** der Organisation:
 - regelmäßig sich wiederholende, gleichartige Aufgaben
 - Teilbarkeit der Aufgabe
 - exakte Beobachtung der einzelnen Betriebsvorgänge
- **Grundsätze** der Organisation:
 - Wirtschaftlichkeit
 - keine Überorganisation (zu viele Anweisungen, Regelungen; Folge: Starrheit, keine Flexibilität mehr)
 - keine Unterorganisation (zu viel Improvisation; Folge: Zuständigkeiten unklar)

2.2 Aufbauorganisation

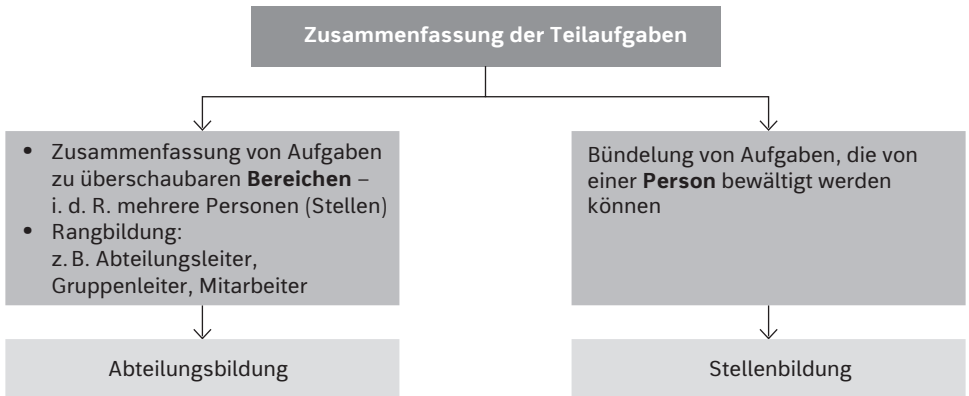
Stofftelegramm

Gesamtaufgabe des Unternehmens



Zergliederung der Aufgaben in Teilaufgaben = Aufgabenanalyse, kann erfolgen nach:
Objekten, Funktionen, Prozessen

Objekte	Funktionen (Verrichtungen)
Die Gesamtaufgabe wird nach Objekten aufgegliedert. Beispiele: Warengruppen (<i>Badezimmermöbel, Schlafzimmermöbel, Kinderzimmer</i>), Kundengruppen, Verkaufsgebieten	Die Gesamtaufgabe wird nach betrieblichen Aufgaben aufgegliedert. Beispiele: Einkauf, Produktion, Verkauf, Personal, Buchhaltung, Lager



Stelle → = kleinste organisatorische Einheit eines Unternehmens
= Aufgabenbereich einer Person (evtl. auch teilbar)

Stellenbeschreibung → = exakte Angaben über eine Stelle:

- Stellenbezeichnung
- Stellenanforderungen
- Aufgaben der Stelle
- Tätigkeitsbeschreibung
- Befugnisse (z. B. Vollmachten, Prokura usw.)
- Stelleneingliederung in Hierarchie
- Befähigungen
- Vergütung

Vorteile der Stellenbeschreibung:

- Jeder Mitarbeiter kennt seine Aufgaben, Zuständigkeits- und Verantwortungsbereiche.
→ keine Zuständigkeitsstreitigkeiten
- erleichterte Stellenausschreibung
- schnelle Einarbeitung neuer Stelleninhaber
- Grundlage für Personalentwicklungsplanung
- Basis für Lohn- und Gehaltseinstufung

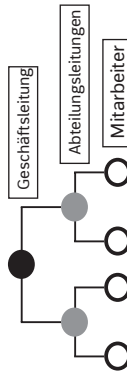
Organigramm → zeigt die vollständige Aufbaustruktur des Unternehmens, z. B. Stellen, Gruppen, Abteilungen

Leitungs-/Weisungssysteme

Beziehungen zwischen Vorgesetzten und Untergebenen = System von Über- und Unterordnung,
z. B.:
Geschäftsleitung – Abteilungsleitung – Gruppenleitung
– Mitarbeiter – Azubi

Einliniensystem

Jede Stelle bezieht Weisungen von nur einer übergeordneten Stelle (Instanz).



Vorteile

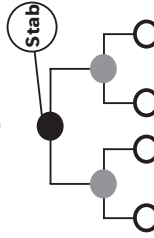
- eindeutige Anordnungsbefugnisse
- keine Kompetenzschwierigkeiten
- leichte Kontrolle

Nachteile

- Überlastung der Geschäftsleitung, ggf. Gefahr von Fehlentscheidungen aufgrund fehlender Detailkenntnisse/Spezialisierung
- Informationsverluste aufgrund langer Kommunikations-/Instanzenwege
- Gefahr der Bürokratisierung, bspw. Betonung des hierarchischen Denkens

Stabliniensystem

Zuordnung von Stabsstellen (beraten + informieren, keine Weisungsbefugnis;
z. B. Rechtsabteilung)



Vorteile

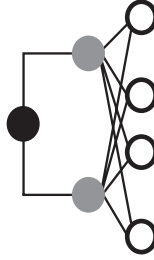
- Vorteile des Einliniensystems
- Entlastung der Geschäftsleitung
- Entscheidungsverbesserung

Nachteile

- Reibereien zwischen Stab und Linie
- hohe Kosten
- Trennung von Verantwortung (Linie) und Entscheidungsvorbereitung (Stäbe)

Mehrliniensystem

Eine Stelle erhält Anweisungen von mehreren, direkt übergeordneten Stellen.



Vorteile

- Weisungen nur durch Spezialisten
- kurze Weisungswege
- Entlastung der Geschäftsleitung

Nachteile

- Gefahr der Kompetenzüberschreitung → Konflikte
- Konfliktgefahr bei Untergebenen, weil mehrere Vorgesetzte
- hoher Koordinationsbedarf

2.3 Ablauforganisation

Stofftelegamm

Festlegung der zeitlichen und räumlichen Arbeitsabläufe. Wer macht was, wann, wo und womit?

- 1. Ermittlung der Arbeitsschritte und Zeiten für diese Arbeitsschritte
- 2. Festlegung der Reihenfolge
- 3. Die Darstellung von funktionsorientierter Ablauforganisation kann mithilfe von Arbeitsablaufdiagrammen erfolgen, s. u.
- 4. Analyse der Arbeitsabläufe → Aufdeckung von Schwachstellen
 - Aufdecken unnötiger Bearbeitungs- und/oder Wartezeiten
 - lange Wegstrecken
 - unnötige Doppelarbeiten
- 5. Optimierung der Arbeitsabläufe
 - Streichen von unnötigen Prozessschritten
 - Änderung der Reihenfolge
 - Zusammenfassen von Aufgaben
 - Verlagern von Aufgaben (Outsourcing)
 - Automatisieren von Aufgaben

Arbeitsablaufdiagramm									
Abteilung:		Lager			Datum:		20.05.20..		
Arbeitsfolge:		Lieferung annehmen			Start:		Ware ist im Lager eingetroffen		
					Ende:		Ware ist eingelagert		
	Ablaufschritt	Bearbeitung	Transport	Kontrolle	Warten	Lagerung	Weg in m	Zeit in Min.	Bemerkung/ evtl. Verbesserungsvorschlag
Nr.	Symbole	○	➡	□	D	▽			
1	Lieferung prüfen			●				10	Lieferschein/Bestellung
2	Ware annehmen	●						15	
3	Wareneingang melden	●						5	Wareneingangsschein
4	Ware auspacken	●						120	
5	Ware exakt prüfen			●				40	Stichproben; Mängel melden
6	Lagerort vergeben	●						5	
7	Ware einlagern		●					120	
8	...								
Gesamt								315	

Zeitanalyse des Istablaufs						
	Ablaufschritt	Bearbeitung	Transport	Kontrolle	Warten	Lagerung
	Symbole	○	⇒	□	D	▽
	Gesamt					
Zeit in Min.	315	145	120	50		

2.4 Geschäftsprozesse

2.4.1 Geschäftsprozesse bestimmen

Stofftelegramm

Geschäftsprozess = logische Folge

- zusammenhängender,
- abgeschlossener,
- wiederholbarer Tätigkeiten,

die zur Erfüllung einer betrieblichen Aufgabe (z. B. Auftragsabwicklung) notwendig sind. Geschäftsprozesse bringen dem internen Kunden (Mitarbeiter, Abteilung) oder externen Kunden (Geschäftspartner) einen Nutzen und werden von diesen ausgelöst (z. B. Anfrage, Bestellung, Entwicklungsvorschlag).

Geschäftsprozesse

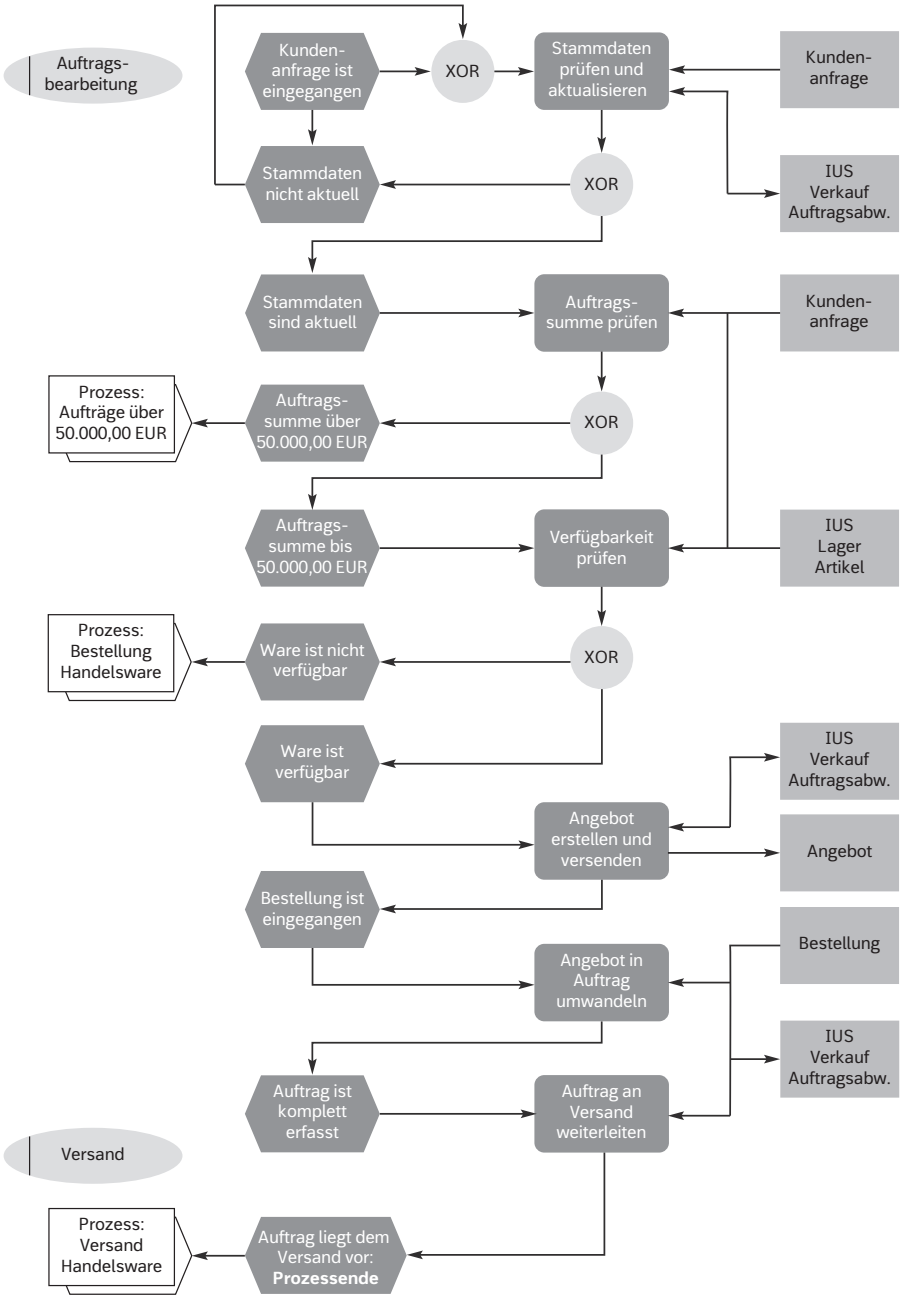
Unterstützungsprozesse		Kernprozesse	
... sind notwendig, um die Kernprozesse ausführen zu können.		... stellen die Kernkompetenz des Unternehmens dar. Das heißt, hier wird die Hauptleistung erbracht und das Geld verdient. Der Geschäftszweck und die Branche bestimmen, welche Prozesse zu den Kernprozessen gehören.	
Managementprozesse	Serviceprozesse	Wertschöpfungs-intensive Kernprozesse	Kundennahe Kernprozesse
... sind übergeordnet und steuern/führen das Unternehmen (Kern- und Serviceprozesse).	... leisten eine Wertschöpfung für die Kernprozesse.	Mit diesen Prozessen verdient das Unternehmen sein Geld.	Direkter und enger Kontakt zu den Kunden ist wichtig für den Erfolg des Unternehmens.
Beispiel: <i>Automobilhersteller</i>	Beispiel: <i>Automobilhersteller</i>	Beispiel: <i>Automobilhersteller</i>	Beispiel: <i>Automobilhersteller</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensziele definieren/kontrollieren • Strategie entwickeln/anpassen • Unternehmenspolitik 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal (Verwaltung, Beschaffung, Fort- und Weiterbildung) • Finanzierung (Mittelherkunft) und Investition (Mittelverwendung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Auto entwickeln • Material beschaffen • Produktion planen • Teile herstellen • Auto montieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Anfragen bearbeiten • Angebote erstellen • Aufträge bestätigen • Warenausgang prüfen • Rechnungen schreiben

Aufgaben

1. Was ist ein Geschäftsprozess?
2. Nennen Sie Arten von Geschäftsprozessen und jeweils ein Beispiel.
3. Ihre Vorgesetzte, Frau Jäckel, hat Ihnen bei der Kurzeinweisung einen Standardprozess für die Kundenauftragsbearbeitung im Bereich Handelsware für Stammkunden gegeben (**Anlage**). Erklären Sie der Auszubildenden Frau Weber die Bedeutung der ereignisgesteuerten Prozessketten (EPK) und beschreiben Sie dabei die verwendeten grafischen Symbole.

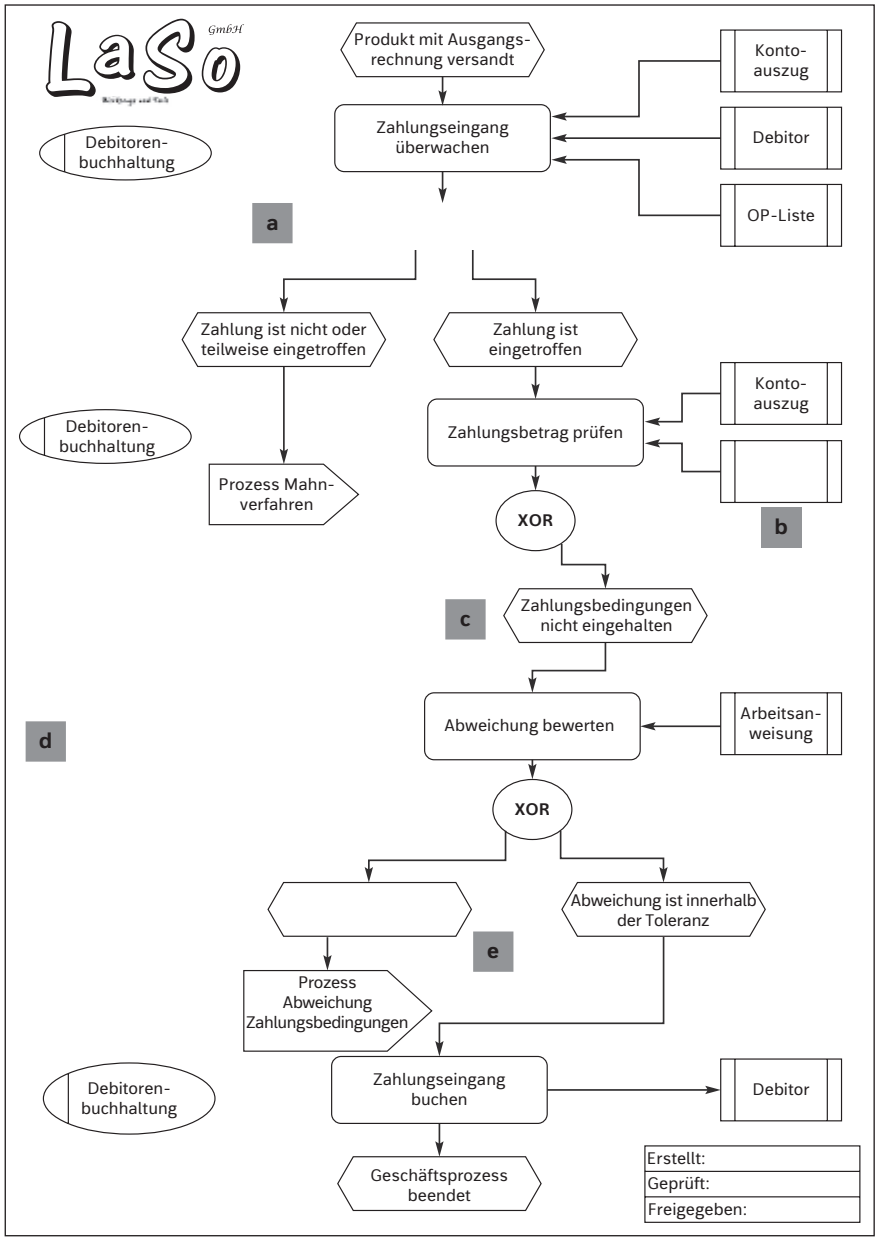
Anlage 1

Kundenauftragsbearbeitungsprozess – Handelsware – Stammkunden



4. Sie werden für zwei Tage pro Woche der Abteilung Rechnungswesen der LaSo GmbH zugeordnet. Im Zuge des anstehenden Qualitäts-Audits werden dort die Abläufe in ergebnisgesteuerten Prozessketten (EPK) abgebildet. Vervollständigen Sie die EPK zur Zahlungsüberwachung um die fehlenden Elemente a–e (**Anlage**).

Anlage



5. In den letzten Wochen gingen Beschwerden von Kunden ein über die verzögerte Auslieferung von Bestellungen sowie Abweichungen von Rechnungsbeträgen und Lieferscheinen. Die Abteilungsleiterin Frau Graf bittet Sie, den Arbeitsablauf „Kommissionierung von Aufträgen“ zu analysieren und mögliche Verbesserungen zu formulieren.
- a) Vervollständigen Sie das Arbeitsablaufdiagramm (**Anlage 1**) um die fehlenden Ablaufarten und Verbindungslinien.
 - b) Zur Analyse des Istzustands addieren Sie die Zeiten für Bearbeitung, Transport usw. Verwenden Sie dafür die Tabelle in **Anlage 2**.
 - c) Der Lagerarbeiter Hartwig Wicker schlägt vor, Schritt 10 so zu ändern, dass zusätzlich die Lagerabgänge in der IUS (Integrierte Unternehmenssoftware) erfasst werden sowie die Ausgangsrechnung über die IUS ausgedruckt und der Sendung beigelegt wird. Bewerten Sie diesen Vorschlag. Begründen Sie Ihre Einschätzung.
 - d) Schlagen Sie zwei Arbeitsschritte vor, auf die verzichtet werden kann, und begründen Sie Ihre Auswahl.

Anlage 1: Arbeitsablaufdiagramm

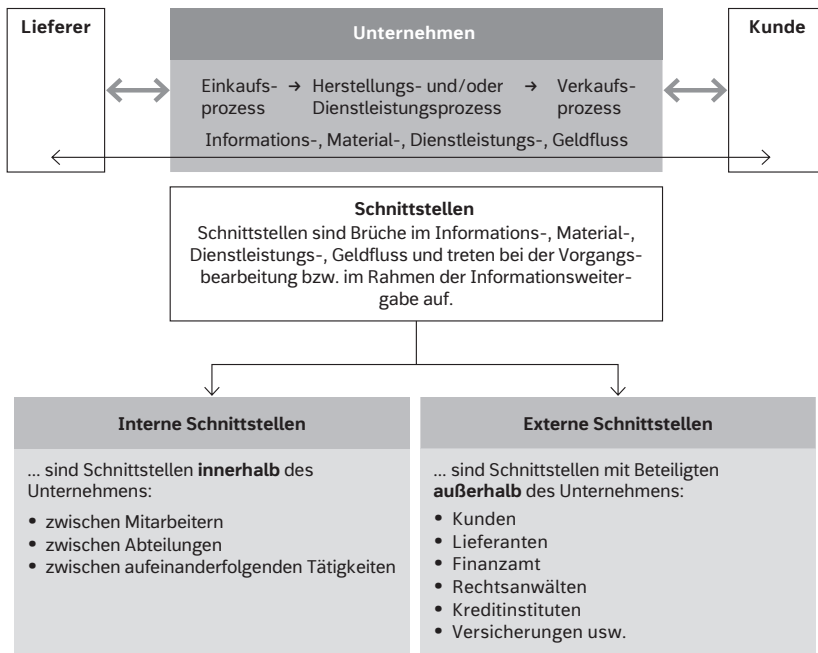
ARBEITSABLAUFDIAGRAMM						
ABTEILUNG:	V-V	DATUM: 13.04.20..				
ARBEITS-FOLGE:	Aufträge kommissionieren	START:	Kommissionierauftrag geht ein			
		ENDE:	Auftrag ist verschickt			
		Symbole				
Nr.	Ablaufschritt	○	⇒	□	D	▽
						Zeit in Min.
1.	Kommissionierliste über integrierte Unternehmenssoftware (IUS) ausdrucken	X				5
2.	Lagerhaltigkeit der Artikel an IUS prüfen					7
3.	Rollbehälter aus Ladezone holen		X			2
4.	Artikel gemäß Kommissionierliste von den Lagerplätzen holen und in Rollbehälter legen					20 (Durchschnittswert)
5.	Rollbehälter zum Versandleiter bringen		X			2
6.	Versandleiter prüft Inhalt			X		10
7.	Rollbehälter zurück an Sammelplatz stellen		X			2
8.	Rollbehälter zum Verpackungsplatz bringen					2
9.	Auftrag verpacken	X				6
10.	Lieferschein über IUS ausdrucken und in Paket einlegen	X				1
11.	Paket verschließen, Transportetiketten ausdrucken und aufkleben					3
12.	Rollbehälter in Ladezone		X			2
13.	E-Mail-Nachricht an Buchhaltung: Erfassung der Lagerabgänge und Rechnungsstellung	X				2
14.	Ablage Kommissionierliste				X	1

Anlage 2: Analyse des Istablaufs

Ablaufart	Bearbeitung ○	Transport ⇒	Kontrolle □	Warten D	Ablage ▽	Summe
Zeit in Min.						

2.4.2 Schnittstellen erkennen

Stofftelegramm



Problem: Die Schnittstellen sollten/müssen definiert werden, damit es nicht zu Problemen/einem Schaden für das Unternehmen kommt.

Lösung: Hinterlegen und Pflege der entsprechenden Informationen in Organigrammen, Ablaufbeschreibungen, Handbüchern und Verfahrensanweisungen

Beispiel: Problem: Keine Regelung für die Urlaubsvertretung eines Mitarbeiters im Verkauf → Folge: Kunde sucht sich ein anderes Unternehmen, da seine Anfrage nicht zeitgemäß bearbeitet wird. → Lösung: entsprechende Urlaubsvertretungsregelung für den Mitarbeiter im Organigramm

Aufgaben


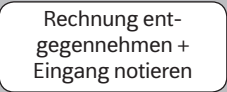
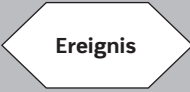
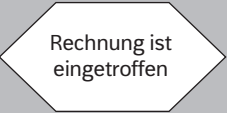



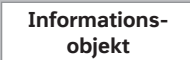
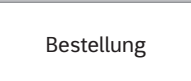

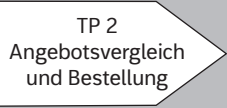
1. Was ist eine Schnittstelle?
2. Welche Arten von Schnittstellen werden unterschieden? Nennen Sie je zwei Beispiele.








2.4.3 Prozesse darstellen

Stofftelegramm

Geschäftsprozesse können in Form von ereignisgesteuerten Prozessketten (EPK) dargestellt werden.

Symbole für Geschäftsprozesse

Symbole	Erklärungen	Beispiele
 Funktion	<p>Was soll gemacht werden? Funktion = Tätigkeit, die von einer Organisationseinheit vollzogen wird Formulierung: Substantiv + Verb</p> <p>Beispiele: <i>Ware prüfen, Angebote vergleichen</i></p>	 Rechnung entgegennehmen + Eingang notieren
 Ereignis	<p>Was hat sich ereignet, ist gemacht worden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ereignis = Zustand • Ein Ereignis stößt in der Regel eine Tätigkeit (Funktion) an. • Ein Ereignis kann auch das Ergebnis einer Tätigkeit (Funktion) sein. • Ein Ereignis ist nie eine Entscheidung. Entscheidungen treffen = Funktionen <p>Formulierung: Substantiv + Partizip</p> <p>Beispiele: <i>Bestellung ist geschrieben und versandt, Anfrage ist erstellt, Lieferer hat gezahlt</i></p>	 Rechnung ist eingetroffen
 Organisationseinheit	<p>Welche Stelle soll etwas machen?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationseinheiten = betriebliche Stellen oder Abteilungen, die Tätigkeiten (Funktionen) verantwortlich ausführen • Wichtig: Stellenbeschreibungen • Stellen werden von einzelnen Personen oder Teams besetzt. Organisationseinheiten sind daher keine Orte oder Personen. 	 Einkaufsstelle  Vertrieb
 Informationsobjekt	<p>Welche Informationen unterstützen die Tätigkeiten bzw. werden durch diese erstellt? Ein Informationsobjekt wird zur Ausführung einer Funktion benötigt oder ist das Ergebnis einer Funktion.</p> <p>Beispiele: <i>Begleitschreiben, Bestellungen, Angebot</i></p>	 Bestellung
 Prozesswegweiser	Teilprozess/Unterprozess: Prozesswegweiser Verbindung von einzelnen Geschäftsprozessen möglich.	 TP 2 Angebotsvergleich und Bestellung

Symbole	Erklärungen	Beispiele
Kontrollfluss 	Zeigt die möglichen Durchgänge der EPK. Sollte in der Regel so angeordnet sein, dass er von oben nach unten verläuft.	
Informationsfluss   	Wie verläuft der Datenfluss zwischen Informationsobjekt und Funktion?	Die Pfeilrichtung gibt an ob: <ul style="list-style-type: none"> •  Lesen (Angebote lesen) •  Schreiben (Angebote mit Eingangsstempel versehen) •  Lesen und Schreiben (Angebote mithilfe einer Tabellenkalkulation vergleichen)

4 Anfragen bearbeiten und Angebote erstellen

Stofftelegramm

Anpreisung

- an die Allgemeinheit gerichtet
- gilt nicht als Angebot
- **Beispiele:**
 - Schaufensterauslagen
 - Zeitungsinserate
 - Rundfunk- / Fernsehwerbung

Anfrage

- rechtlich unverbindlich (Bitte um Informationen über Preise, Lieferbedingungen etc., also Bitte um Abgabe eines Angebots)

4.1 Arten von Anfragen

Stofftelegramm

- **Allgemeine Anfragen:** Ein Kunde bittet z. B. um einen Katalog, eine Preisliste, ein Muster, einen Vertreterbesuch.
- **Bestimmte Anfragen:** Ein Kunde fragt z. B. nach Qualität, Farbe, Preis, Liefer- und Zahlungsbedingungen.

4.2 Bonitätsprüfung durchführen

Stofftelegramm

Bonität

Zahlungsfähigkeit eines Kunden, gibt Auskunft über die Vertrauenswürdigkeit eines Kunden (gute Bonität = geringes Risiko)

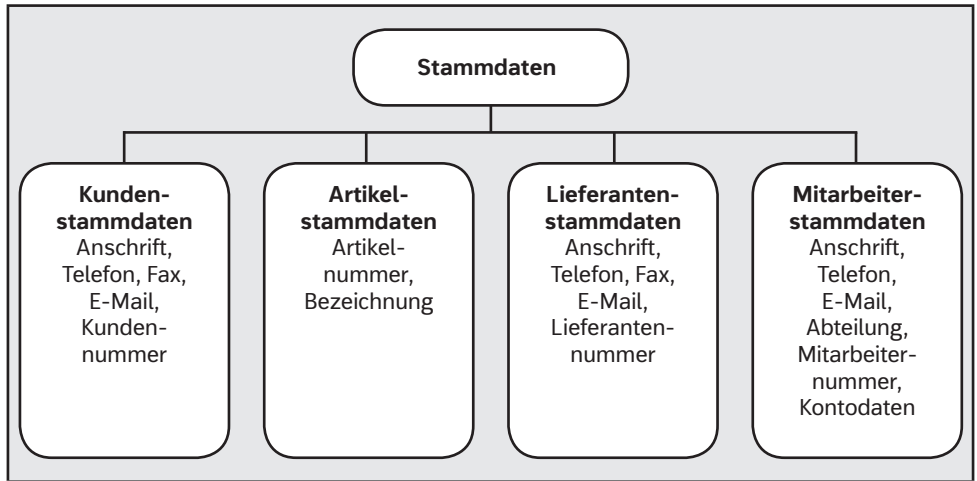
Bonitätsprüfung:

- **Persönliche Faktoren des Kunden**
Haftungsverhältnisse, unternehmerische Fähigkeiten, Image, Zuverlässigkeit, Zahlungswilligkeit
- **Wirtschaftliche Faktoren des Kunden**
Liquiditäts- und Ertragslage (z. B. Handelsregisterauszug, Bilanz und GuV, Auskunfteien, z. B. SCHUFA, Creditreform), positive Zahlungsvergangenheit, -gegenwart, -zukunft, Markenname, vorhandene Patente und Lizenzen

Rating: Einstufung der Bonität eines Kunden in Ratingklassen (Noten)

4.3 Daten beschaffen, erfassen und vervollständigen (Stammdatenmanagement)

Stofftelegramm



4.3.1 Aufgaben des Stammdatenmanagements

Stofftelegramm

- Einheitlichkeit der Daten
- Genauigkeit der Daten
- Verwaltung (Pflege) der Daten (systematische und regelmäßige Prüfung, Bereinigung, Aktualisierung und Speicherung)
- Konsistenz der Daten (Korrektheit, z. B. keine Doppelungen von Kundendaten wie beispielsweise ein Kunde mit verschiedenen Kundennummern)
- Erfassung im ERP-System

4.3.2 Datenschutz und -sicherheit

Stofftelegramm

Datenschutz

Personenbezogene Daten sind nach der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zu schützen:

- demografische Daten (z. B. Alter, Geschlecht, Geburtstag)
- Bankdaten (z. B. Kontodaten, Einkommen)
- Kennnummern (z. B. Personalausweis-, Sozialversicherungs-, Steuernummer)
- Onlinedaten (z. B. IP-, E-Mail-Adresse)
- Zeugnisse
- Krankendaten
- politische und religiöse Einstellung

Datensicherheit

Daten müssen durch technische und organisatorische Maßnahmen gegen Diebstahl, Manipulation und Verlust geschützt werden.

**Daten-
sicherung**

4.4 Angebote erstellen

Stofftelegramm

Angebot (Bestellung)

- an bestimmte Person gerichtet
- **Inhalt:** – Art, Menge, Preis der Ware
– Lieferungs- und Zahlungsbedingungen ...
- **Bindung:** a) **Gesetzliche Bindungsfrist:**
 - Anwesende: solange das Gespräch dauert
 - Abwesende: bis im Normalfall die Antwort erwartet werden kann (briefliches Angebot ca. eine Woche)

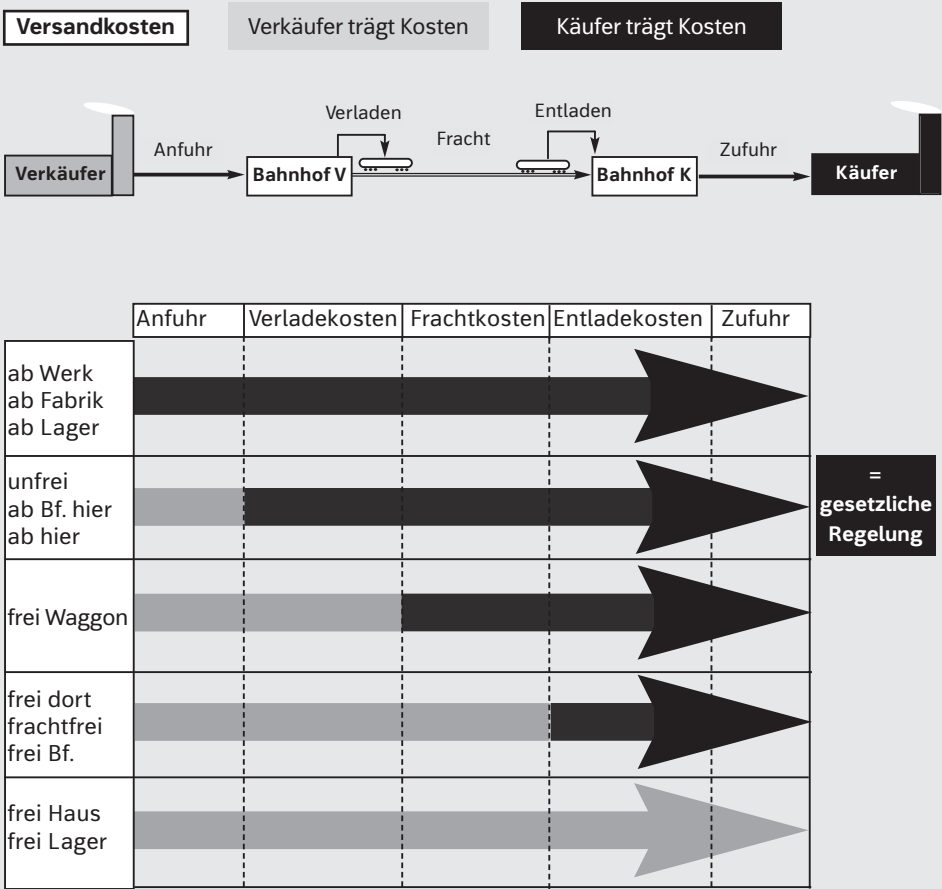
Grundsatz: Antwort auf mindestens gleich schnellem Weg!

b) **Vertragliche Bindungsfrist:** befristetes Angebot, z. B. „gültig bis ...“

c) **Freizeichnungsklauseln:** Einschränkung der Bindung, z. B.

- „Preis freibleibend“
- „solange Vorrat reicht“
- „unverbindlich“

- **Bindung erlischt:**
 - Ablehnung durch Empfänger
 - verspätete Annahme
 - Abänderung durch Empfänger (= neuer Antrag)
 - rechtzeitiger Widerruf



Verpackungskosten

Gesetzliche Regelungen:

Verkaufsverpackung:

trägt der Verkäufer (z. B. Pralinschachtel)

Versandverpackung:

trägt der Käufer (z. B. Kartons, Kisten, Fässer)

Beschaffenheit der Ware

Gesetzliche Regelung:

Ware mittlerer Art und Güte

Lieferzeit

+

Zahlung

Gesetzliche Regelung:

auf Verlangen sofort

Zusendung unbestellter Ware = Antrag (Angebot)

- Ein **Kaufvertrag** entsteht, wenn der Käufer seine Annahme erklärt, den Kaufpreis zahlt oder die Ware in Gebrauch nimmt.
- **Stillschweigen** des Empfängers bedeutet:
 - Bestehende Geschäftsverbindung: Schweigen = Annahme
 - Fehlende Geschäftsverbindung: Schweigen = Ablehnung
 - Privatmann (Verstoß gegen UWG!): Schweigen = Ablehnung

4.5 Aufgaben zu den Kapiteln 4.1–4.4

1. Unterscheiden Sie rechtlich Anfrage, Angebot und Anpreisung.
2. Nennen Sie drei Beispiele für Anpreisungen.
3. Welche Angaben sollte ein Angebot enthalten?
4. Firma A sendet am 14.06. per Fax ein Angebot an Firma B. Am 17.06. gibt Firma B brieflich die entsprechende Bestellung auf, die bereits am 18.06. bei Firma A eintrifft. Firma A lehnt jedoch die Bestellung ab. Klären Sie die Rechtslage.
5. Wann erlischt die Bindung an ein Angebot?
6. Innerhalb welcher Frist muss die Annahme erfolgen?
7. Ist die Bestellung rechtlich ein Antrag oder eine Annahme?

8. Begründen Sie, ob in folgenden Fällen Kaufverträge entstehen (V = Verkäufer, K = Käufer)?
- a) V macht ein Angebot, K bestellt zu spät.
 - b) V macht ein Angebot, K bestellt rechtzeitig mit Änderungen.
 - c) V macht ein freibleibendes Angebot, K bestellt.
 - d) V sendet an die ihm unbekannte Firma K unbestellte Ware. Firma K meldet sich nicht und bewahrt die Ware auf.
 - e) V sendet unbestellte Ware an seinen langjährigen Geschäftspartner K. K meldet sich nicht.
 - f) V sendet unbestellte Ware an Privatmann K. K meldet sich nicht.
9. Wer trägt die Versandkosten bei
- ab Werk,
 - unfrei,
 - frei Haus?

Aufgaben zu Prozessorientierte Organisation von Groß- und Außenhandelsgeschäften (LF 6, LF 7, LF 9, LF 11–13)

Aufgabe 1

Die BioVeda GmbH mit Sitz in Stuttgart ist eine Großhandlung für Lebensmittel aus biologischem Anbau. Das Verkaufsgebiet erstreckt sich hauptsächlich auf den deutschsprachigen Raum. Zu ihrer Kundschaft zählen neben Einzelhändlern auch Privatpersonen. Vor drei Jahren hat die BioVeda GmbH zusätzlich die Produktsparte Pflege und Kosmetik in ihr Sortiment aufgenommen.

Als Mitarbeiter/-in der BioVeda GmbH sind Sie derzeit in der Abteilung Logistik/Lagerung eingesetzt und befassen sich mit verschiedenen Aufgabenstellungen rund um das Lager.

1.1 Die Wirtschaftlichkeit einzelner Produkte (Shampoo nanofree 200 ml) und Produktgruppen (Kosmetik) soll überprüft werden.

1.1.1 Berechnen Sie anhand des Auszugs des Geschäftsjahres 2024 aus der Lagerdatei für den Artikel Shampoo nanofree 200 ml (**Anlage 1**) die Bestände und ermitteln Sie

- den durchschnittlichen Lagerbestand mithilfe der Monatsinventur,
- die Umschlagshäufigkeit,
- die durchschnittliche Lagerdauer der Monatsinventur,
- den Lagerzinssatz und die Lagerzinsen.

Hinweise: Der Kapitalmarktzins beträgt zurzeit 3,5 %. Der Einstandspreis des Shampoos nano-free 200 ml liegt bei 2,89 EUR je Stück. Runden Sie auf zwei Nachkommastellen.

1.1.2 Im Jahre 2023 betrug der durchschnittliche Lagerbestand der Monatsinventur 920,50 Stück. Die Umschlagshäufigkeit lag bei 3,82. Beurteilen Sie Ihre Ergebnisse von 2024 hinsichtlich der Veränderungen zum Vorjahr.

Hinweis: Wenn Sie 1.1.1 nicht lösen konnten, gehen Sie von 801,24 Stück durchschnittlichem Lagerbestand und einer Umschlagshäufigkeit von 4,62 aus.

1.1.3 Nach der Prüfung der Lagerdateikarten Ihrer Produkte teilt Ihnen Ihr Kollege vom Controlling mit, dass er nicht zufrieden ist mit den Lagerkennzahlen der Sparte Kosmetik im Vergleich zum Branchendurchschnitt.

Notieren Sie drei Möglichkeiten, wie sich die Wirtschaftlichkeit der Lagerhaltung der Kosmetikartikel verbessern lässt.

1.2 Die Geschäfte in der BioVeda GmbH laufen zunehmend besser und alle Mitarbeiter/-innen sind sehr beschäftigt. Ihnen wird mehr Verantwortung übertragen.

1.2.1 Ihr Vorgesetzter Aaron Mayer möchte, dass das Übersichtsblatt „Lager“ (**Anlage 2**) für die betriebsinterne Schulung der Auszubildenden, gemäß der Notiz, erstellt wird.

Vervollständigen Sie das Übersichtsblatt.

Notiz:

zu 1: Bitte je zwei Stichworte

*zu 2: Bitte stichwortartig ausfüllen und die Eignung
für die Produktpalette kurz begründen.*

Vielen Dank

Aaron Mayer

- 1.2.2 Den größten Gewinnanteil erzielt die BioVeda GmbH durch den Vertrieb der biologisch angebauten Lebensmittel.

Beschreiben Sie anhand von drei Beispielen die Bedeutung der warengerechten Lagerung für diese Artikel.

- 1.2.3 Ihnen fällt auf, dass Ihre Kunden, die kleinere Biomärkte betreiben, ganz auf Lagerhaltung verzichten wollen. Sie legen Wert auf kleine und häufige Lieferungen. Das wäre auch für die BioVeda GmbH interessant.

Erstellen Sie für die nächste Team-Sitzung eine Tischvorlage, in der Sie ein geeignetes Verfahren für die BioVeda GmbH beschreiben und jeweils zwei Vor- und Nachteile nennen.

Anlage 1

Lagerdatei der BioVeda GmbH			
Artikel	Shampoo nanofree 200 ml	Einstandspreis: 2,89 EUR	
Artikelnummer	PK1473		
Datum	Zugang (in Stück)	Abgang (in Stück)	Bestand (in Stück)
01.01.			1.240
27.01.		530	
18.02.		200	
05.03.	390		
21.03.		170	
04.04.		90	
03.05.		400	
27.05.	800		
01.06.		375	
22.06.		150	
15.07.		225	
23.08.	1.000		
11.09.		450	
29.09.		530	
14.10.		125	
08.11.	700		
17.12.	500		
31.12.			

Anlage 2

BioVeda GmbH

Übersichtsblatt Lager

1.

Lagerart	Vorteile für BioVeda GmbH	Nachteile für BioVeda GmbH
Eigenlager		
Fremdlager		

2.

Lagerarten	Kennzeichen	Eignung für Produktpalette der BioVeda GmbH
Chaotisches Lager		
Dezentrales Lager		
Offenes Lager		
Speziallager		

Aufgabe 2

Sie sind Mitarbeiter im Bereich Lager/Logistik der Energie-Tech GmbH, einem Groß- und Außenhandelsunternehmen mit Sitz in Heilbronn. Die Energie-Tech GmbH handelt mit technischen Geräten, die bei der Erzeugung und Verteilung von Heizenergie eingesetzt werden. Zu ihren Kunden gehören Industrieunternehmen, Handwerksbetriebe und andere Großhändler.

2.1 Von Ihrer Abteilungsleitung erhalten Sie den Auftrag, Kennzahlen der Lagerhaltung zu ermitteln und zu beurteilen.

2.1.1 Ermitteln Sie die durchschnittlichen Lagerzinsen der vergangenen vier Quartale der Warengruppe Elektromotoren. Der Vergleichszinssatz beträgt 3 % (**Anlage 1**).

2.1.2 Nach Ihren Berechnungen beträgt die Lagerumschlagshäufigkeit des gesamten Lagers bei der Energie-Tech GmbH „9“. Der Branchendurchschnitt der Lagerumschlagshäufigkeit beträgt „12“.

Beurteilen Sie die Wirtschaftlichkeit der Lagerhaltung der Energie-Tech GmbH im Vergleich zu der Branche.

2.2 Für die neu in das Sortiment aufgenommene Warengruppe Solarpumpen ist ein Eigenlager geplant. Herr Bach, der Geschäftsführer, überlegt, anstatt der Eigenlagerung die Solarpumpen bei einem Lagerhalter einzulagern. Die aktuell benötigte Lagerfläche liegt bei etwa 2.000 m². Herr Bach beauftragt Sie, für die Entscheidungsvorbereitung eine digitale Präsentation für das nächste Meeting zu erstellen.

2.2.1 Berechnen Sie dazu die kritische Lagerfläche für die Solarpumpen (**Anlagen 2 und 3**).

2.2.2 Skizzieren Sie für die Präsentation die grafische Ermittlung der kritischen Lagerfläche der Warengruppe Solarpumpen.

2.2.3 Beurteilen Sie, ob sich die Energie-Tech GmbH für Eigen- oder Fremdlagerung entscheiden sollte.

2.2.4 Führen Sie für die Präsentation zwei weitere Vorteile der Lagerform auf, für die Sie sich bei der Aufgabe 2.2.3 entschieden haben.

2.3 Sie nehmen an dem nächsten Meeting teil. Es wird vorgeschlagen, die Lagerhaltung der Energie-Tech GmbH durch Umstellung auf chaotische Lagerhaltung zu optimieren.

Nehmen Sie anhand von zwei Argumenten Stellung zu diesem Vorschlag.

Anlage 1: Quartalszahlen in Euro

Warengruppe Elektromotoren	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal
Anfangsbestand	40.000,00	50.000,00	80.000,00	40.000,00
Eingänge	120.000,00	160.000,00	130.000,00	120.000,00
Schlussbestand	50.000,00	80.000,00	40.000,00	50.000,00

Anlage 2

Hallo,
wie besprochen, hier die Informationen zur Eigenlagerung.

- Voraussichtlich werden zwei Lagermitarbeiter/-mitarbeiterinnen benötigt.
- Personalkosten pro Monat: 1.800,00 EUR je Lagermitarbeiter/-mitarbeiterin
- Kosten für das Gebäude pro Monat: voraussichtlich 8.500,00 EUR.
- variable Kosten: 3,50 EUR je m²

Freundliche Grüße
F. Bach

Anlage 3

Sehr geehrter Herr Bach,

vielen Dank für Ihre Anfrage zur Anmietung von Lagerfläche in unserem Haus. Für die genannten Bedingungen können wir Ihnen die Einlagerung zum Preis von 9,00 EUR je m² pro Monat anbieten.

Wir freuen uns auf Ihren Auftrag.

Freundliche Grüße
Lagerhaus Heilbronn KG

Aufgabe 3

Die ModernSafe GmbH ist ein Großhandelsunternehmen für Arbeitskleidung im Business-to-Business. Das Sortiment umfasst konventionell produzierte funktionale Arbeits- und Schutzkleidung von Kopf bis Fuß für alle Bereiche. Die verschiedenen Artikel werden unter der Marke „Workhard“ verkauft. Da die Nachfrage nach nachhaltiger Kleidung zunehmend an Bedeutung gewinnt, überlegt die Geschäftsführung, das Sortiment mit dieser zu erweitern. Sie sind Sachbearbeiter in der Abteilung Marketing und werden mit folgenden Aufgaben betraut.

- 3.1 Die ModernSafe GmbH will ein Marktforschungsinstitut beauftragen, welches durch eine Befragung die Absatzmöglichkeiten für die Sortimentserweiterungen untersucht. Auch das bestehende Produktportfolio soll dabei in den Blick genommen werden.
 - 3.1.1 Beschreiben Sie die zwei Formen der Marktforschung.
 - 3.1.2 Erläutern Sie, welche Form im Fall der ModernSafe GmbH vorliegt.
 - 3.1.3 Das Marktforschungsinstitut möchte zusammen mit der ModernSafe GmbH über die Zielgruppenbildung sprechen.

Nennen Sie vier mögliche Zielgruppen der ModernSafe GmbH.
- 3.2 Die Marktforschungsaktion hat folgende Ergebnisse geliefert:
 - a) Wegen zunehmender Konkurrenz werden der Marktanteil und der Umsatz bei der konventionell hergestellten Winterkleidung sinken.
 - b) Es ist sinnvoll, das bestehende Sortiment an Winterjacken um nachhaltig hergestellte Winterjacken zu erweitern. Dieses Produkt bietet unser Lieferant seit einem Jahr, mit steigenden Absatzzahlen, an.
 - c) Durch Preissenkungen im Bereich Arbeitsschuhe können Absatzchancen verbessert werden.
- 3.2.1 Ordnen Sie die konventionell und die nachhaltig hergestellte Winterkleidung ihrer jeweiligen Phase des Produktlebenszyklus zu.
- 3.2.2 Begründen Sie, welche produktpolitische Maßnahme bei der konventionell hergestellten Winterkleidung ergriffen werden sollte, und geben Sie dazu ein passendes Beispiel an.
- 3.3 Die Geschäftsleitung der ModernSafe GmbH möchte nochmal auf das Ergebnis der Marktforschungsaktion eingehen und mehr über die Absatzsteigerung im Rahmen einer Preissenkung für die Arbeitsschuhe erfahren. Sie überlegt, dauerhaft die Preise für die Arbeitsschuhe zu senken. Dazu stellt sie Ihnen folgendes Zahlenmaterial für den Monat März (**Anlage 1**) zur Verfügung.
 - 3.3.1 Berechnen Sie den Deckungsbeitrag für jede Warengruppe und das Betriebsergebnis (**Anlage 2**).

3.3.2 Für die Warengruppe Arbeitsschuhe soll die kurzfristige und langfristige Preisuntergrenze pro Paar ermittelt werden.

Berechnen Sie die gewünschten Werte. Gehen Sie davon aus, dass die Fixkosten gleichmäßig verteilt werden.

3.3.3 Nehmen Sie anhand von zwei Argumenten kritisch Stellung zu dem Vorhaben der Geschäftsleitung.

Anlage 1

	Warengruppe Handschuhe	Warengruppe Kopfschutz	Warengruppe Arbeitshosen	Warengruppe Arbeitsschuhe
Absatzmenge	10.800 Stück	1.200 Stück	483 Stück	190 Stück
Barverkaufspreis pro Stück	3,20 EUR	28,00 EUR	80,00 EUR	180,00 EUR
Einstandspreis pro Stück	1,78 EUR	17,07 EUR	46,00 EUR	117,50 EUR
Variable Handlungskosten	13.422,00 EUR	1.491,00 EUR	600,00 EUR	236,00 EUR
Fixe Kosten	19.250,00 EUR			

Anlage 2

	Warengruppe Handschuhe	Warengruppe Kopfschutz	Warengruppe Arbeitshosen	Warengruppe Arbeitsschuhe	Summe

Aufgabe 4

Das Unternehmen Fun-Sport Heilbronn GmbH ist ein Unternehmen des Sportartikelgroßhandels. Der Kundenkreis umfasst Fachgeschäfte und Fachmärkte vor allem in Süddeutschland. Mit ihrem Sortiment deckt die Fun-Sport Heilbronn GmbH alle populären Sportarten ab.

In den vergangenen Monaten war der Gewinn rückläufig. Daher analysiert die Unternehmensleitung den Unternehmensbereich Logistik hinsichtlich möglicher Kostensenkungen. Um Vorschläge hierfür zu erarbeiten, wurde eine Projektgruppe gebildet. Sie sind Mitarbeiter/-in im Bereich Lager/Logistik und Mitglied in dieser Projektgruppe, die in der kommenden Woche tagt.

4.1 Der Projektleiter, Herr Renz, bittet Sie, zur Vorbereitung der Projektgruppensitzung eine Bewertung der Wirtschaftlichkeit der Lagerhaltung vorzunehmen. Er übergibt Ihnen dazu die Lagerbestandsdaten (**Anlage 1**) für das Jahr 2024.

4.1.1 Berechnen Sie die Lagerzinsen bei einem Marktzinssatz von 5 %.

4.1.2 Im Vorjahr zuvor betrug die Lagerumschlagshäufigkeit 3,4.

Beurteilen Sie die Lagerumschlagshäufigkeit im Vergleich zum Vorjahr.

Hinweis: Falls Sie in Aufgabe 4.1.1 kein Ergebnis ermittelt haben, gehen Sie von einer Umschlagshäufigkeit von 2,6 für das Vorjahr aus.

4.1.3 Geben Sie zwei Vorschläge an, wie die Lagerumschlagshäufigkeit verbessert werden könnte.

4.2 Bisher wurden die Artikel ausschließlich im unternehmenseigenen Zentrallager in Heilbronn gelagert. In der Projektgruppe wird diskutiert, ob die Lagerhaltung mittelfristig um drei bis vier dezentrale Lager ergänzt werden sollte.

Stellen Sie in einer Präsentationsfolie zwei Vor- und zwei Nachteile dezentraler Lagerhaltung gegenüber.

4.3 Die erforderlichen Warentransporte werden bisher von einer örtlichen Spedition ausgeführt. Bei der letzten Projektbesprechung wurde diskutiert, ob Eigentransport Vorteile haben könnte.

Folgende Daten (**Anlage 2**) liegen vor.

4.3.1 Ermitteln Sie, ob in der derzeitigen Situation Eigen- oder Fremdtransport kostengünstiger ist.

4.3.2 Berechnen Sie, bei welcher Fahrstrecke (in Kilometern) die Kosten für Eigen- und Fremdtransport gleich hoch sind.

4.3.3 Erläutern Sie für die Projektsitzung jeweils zwei Argumente für Eigen- und Fremdtransport.

4.4 Der Projektleiter, Herr Renz, möchte gerne die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden in der Logistik ausbauen und beauftragt Sie, in der nächsten Sitzung des Projektteams dazu eine kurze Information zum Supply-Chain-Management (SCM) zu geben.

- 4.4.1 Erklären Sie den Begriff „Supply-Chain-Management (SCM)“.
- 4.4.2 Stellen Sie zwei Ansatzpunkte dar, wodurch sich Kosteneinsparungen im Supply-Chain-Management ergeben.

Anlage 1

Lagerbestandsdaten Zentrallager (Angaben in Euro)	
Jahr 2024	
Warenanfangsbestand	171.340
Warenzugänge	451.250
Monat	Warenendbestände
Januar	198.350
Februar	147.910
März	98.710
April	152.490
Mai	163.260
Juni	137.880
Juli	129.560
August	121.630
September	145.980
Oktober	199.500
November	183.440
Dezember	158.970

Anlage 2

Fahrstrecke zur Belieferung der Kunden im Monat: ca. 7.500 km

Transportpreis Spedition pro Kilometer Fahrstrecke: 1,10 EUR

Daten zum Eigentransport:

- Monatliche Leasingrate für einen Transporter: 1.280,00 EUR
- Jährliche Steuer- und Versicherungskosten: 3.720,00 EUR
- Wartungskosten pro Jahr: 5.400,00 EUR
- Monatliches Gehalt für den Fahrer: 3.600,00 EUR
- Treibstoffkosten pro Kilometer: 0,20 EUR

Aufgabe 5

Die Pedalo GmbH ist ein deutsches Großhandelsunternehmen für Fahrräder, E-Bikes und Fahrradzubehör mit Sitz in Ludwigsburg. Zu seinen Kunden zählen Fahrradeinzelhändler aus dem gesamten Bundesgebiet sowie aus den benachbarten EU-Ländern. Sie sind Mitarbeiter/-in der Marketingabteilung.

- 5.1 Ein neuer Auszubildender beginnt seine Ausbildung in Ihrer Abteilung. Sie übernehmen seine Betreuung. In einer innerbetrieblichen Unterweisung geben Sie dem neuen Auszubildenden einen Überblick über das Sortiment der Pedalo GmbH.

Beschreiben Sie anhand der Artikeldatei (**Anlage 1**) das Sortiment der Pedalo GmbH unter Verwendung der Grundbegriffe der Sortimentsbildung.

- 5.2 Die Pedalo GmbH überlegt, auch E-Scooter mit Straßenzulassung in das Sortiment aufzunehmen.

- 5.2.1 Erklären Sie zwei Vorteile der Aufnahme von E-Scootern in das Sortiment der Pedalo GmbH.

- 5.2.2 Erläutern Sie, um welche Form der Sortimentspolitik es sich handeln würde.

- 5.3 Ein möglicher Artikel einer neuen Warengruppe E-Scooter kann von der Firma Zweirad Krüger GmbH bezogen werden. Dieser E-Scooter könnte zu den in **Anlage 2** angegebenen Bedingungen beschafft und abgesetzt werden.

Begründen Sie auf Basis der Deckungsbeitragsrechnung, ob dieser E-Scooter in das Sortiment aufgenommen werden sollte.

- 5.4 Die Geschäftsführung der Pedalo GmbH hat sich entschieden, E-Scooter in das Sortiment aufzunehmen (**Anlage 2**).

- 5.4.1 In der Abteilungssitzung wird diskutiert, ob der E-Scooter der Zweirad Krüger GmbH zusätzlich in den Absatzgebieten Belgien, Frankreich und Niederlande zu unterschiedlichen Endpreisen angeboten werden soll. Durch eine Marktanalyse hat die Pedalo GmbH dazu Informationen erhalten (**Anlage 3**).

Prüfen Sie, ob der E-Scooter mit diesen differenzierten Preisen angeboten werden sollte. Berücksichtigen Sie dabei die Absatzmärkte Deutschland, Belgien, Frankreich und Niederlande.

- 5.4.2 Beschreiben Sie zwei Voraussetzungen für die Anwendung dieser Preisstrategie.

- 5.5 Die Pedalo GmbH möchte durch Werbung, Salespromotion und Direktkommunikation sowohl ihre bisherigen Kunden unter den Fahrradeinzelhändlern als auch Neukunden auf die neu in das Sortiment aufgenommen E-Scooter aufmerksam machen.

Schlagen Sie je zwei kommunikationspolitische Maßnahmen vor.

Prüfungsaufgaben Organisation von Warensortiment und Dienstleistungen (LF 2, LF 3, LF 5) – Gestreckte Abschlussprüfung Teil 1

1 Prüfungsaufgaben Sommer 2022

Aufgabe 1

Die Baumann GmbH aus Stuttgart ist ein Großhandelsunternehmen, das Produkte aus dem Stahlbereich vertreibt. Das Sortiment umfasst ca. 2.500 Artikel. Zum Kundenkreis gehören Betriebe (Handwerk, Bau und Industrie) aus dem süddeutschen Raum und den grenznahen Regionen von Österreich sowie der Schweiz.

Die Geschäftsleitung hat entschieden, die Kundenzufriedenheit über eine systematische Verbesserung des gesamten Vertriebsprozesses zu erhöhen. Unter anderem kommen nach Kundenanfragen vermehrt keine Aufträge zustande, da bis zur Angebotserstellung zu viel Zeit vergeht. Die Zielvorgabe der Geschäftsleitung lautet, dass Angebote innerhalb von zwei Arbeitstagen dem Kunden zugegangen sein müssen.

Sie sind nach Abschluss Ihrer Ausbildung als Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandelsmanagement in der Abteilung Verkauf als Sachbearbeiter/-in eingesetzt.

- 1.1 Ein Instrument zur systematischen Verbesserung des Vertriebsprozesses ist die Anwendung von Checklisten.

Erstellen Sie eine Checkliste mit den ersten vier Schritten, die durchgeführt werden müssen, bevor einem Kunden ein Angebot unterbreitet wird.

- 1.2 Ein Neukunde, der Handwerksbetrieb Frank Dümmel e. K. aus Esslingen, benötigt einen Artikel aus Ihrem Sortiment und sendet Ihnen eine Anfrage (**Anlage 1**).

- 1.2.1 Erstellen Sie mithilfe der Daten aus den **Anlagen 1 und 2** ein unverbindliches Angebot (**Anlage 3**).

- 1.2.2 Der Kunde Frank Dümmel e. K. bestellt aufgrund Ihres postalischen Angebots am 08.04.2022 per E-Mail. Er erwartet eine verbindliche Lieferung der Ware am 15.04.2022.

Begründen Sie, welche Schritte notwendig sind, damit ein Kaufvertrag zustande kommt (**Anlagen 2 und 4**).

- 1.3 Die Bürlü GmbH aus der Schweiz möchte wegen des günstigen Wechselkurses zwischen Euro und Schweizer Franken zum ersten Mal in Deutschland Ware bestellen. Das Schweizer Unternehmen fragt daher bei der Baumann GmbH 600 Stück des Artikels mit der Art.-Nr. 37485 an (vgl. **Anlage 2**). Im Rahmen des systematischen Verbesserungsprozesses berät die Baumann GmbH ihre Kunden auch im Hinblick auf die Grenzformalitäten.

- 1.3.1 Stellen Sie den Ablauf des Ausfuhrverfahrens dar, das in diesem Fall angewendet wird.

- 1.3.2 Der Vertrag mit der Bürlü GmbH kommt zustande. Sie sind mit der Bearbeitung des Antrags zur Ausfuhrkontrolle beschäftigt.

Erläutern Sie zwei Aspekte, die im Rahmen der Ausfuhrkontrolle relevant sind.

Aufgabe 2

Die SaniRast GmbH mit Sitz in Rastatt ist eine Sanitärgrößhandlung, die Kunden in ganz Süddeutschland hat. Aufgrund der angespannten Wettbewerbssituation hat die Geschäftsleitung u. a. die Zielsetzung herausgegeben, die Gesamtkosten im Beschaffungsbereich zu senken.

Nach Ihrer abgeschlossenen Ausbildung als Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandelsmanagement sind Sie als Sachbearbeiter/-in in der Einkaufsabteilung eingesetzt.

- 2.1 Für die Artikel Wannendichtband DR101 und Spiegel S567 wünscht Ihr Vorgesetzter Informationen über Bestellmengen und Bestandsverläufe. Der Einkaufspreis für den Artikel DR101 beträgt 20,50 EUR/Stück netto und der Einkaufspreis für den Artikel S567 beträgt 199,00 EUR/Stück netto. Bei beiden Artikeln möchte die SaniRast GmbH jederzeit lieferbereit sein.
 - 2.1.1 Das Wannendichtband DR101 wurde bisher einmal im Jahr bestellt und eingelagert. Begründen Sie anhand der optimalen Bestellmenge (**Anlage 5**), ob aus Kostengründen die Bestellhäufigkeit beibehalten werden soll.
 - 2.1.2 Führen Sie ein weiteres Argument auf, das gegen die jährlich einmalige Bestellung des Wannendichtbandes spricht.
 - 2.1.3 Vom Artikel Spiegel S567 werden je Bestellvorgang 100 Stück bestellt. Der Verlauf des Lagerbestandes ist **Anlage 6** zu entnehmen.
 - Analysieren Sie den Verlauf des Lagerbestandes für den Artikel Spiegel S567.
 - Begründen Sie, welches Beschaffungsverfahren geeignet ist, um der Zielsetzung der Geschäftsleitung zu entsprechen.
- 2.2 Die Geschäftsleitung möchte im Sortimentsbereich Waschbecken kostengünstigere Lieferanten gewinnen. Für 500 Waschbecken hat neben einem deutschen Lieferanten auch ein Lieferant aus den Vereinigten Arabischen Emiraten ein Angebot abgegeben (**Anlagen 7 und 8**).

Unser Logistikdienstleister und unsere Hausbank haben uns weitere Informationen (**Anlage 9**) zusammengestellt.

 - 2.2.1 Ermitteln Sie den günstigeren Lieferanten mithilfe der **Anlage 10**.
 - 2.2.2 Beschreiben Sie zwei weitere Kriterien, die neben dem Preis bei der Wahl des Lieferanten eine Rolle spielen könnten.

Anlage 1: E-Mail vom 21.03.2022, 08:10 Uhr

An:	info@bm-stahl.de
Cc:	
Bcc:	
Betreff:	Anfrage Rechteckrohr aus Stahl (feuerverzinkt)
<p>Sehr geehrte Damen und Herren,</p> <p>ich bin an dem folgenden Produkt aus Ihrem Sortiment interessiert:</p> <p>Rechteckrohr aus Stahl (feuerverzinkt):</p> <p>Abmessungen 40 mm × 20 mm × 2 mm, Länge 1.000 mm</p> <p>Bitte senden Sie mir ein Angebot für die Menge von 100 Stück zu.</p> <p>Vielen Dank für Ihre Antwort.</p> <p>Freundliche Grüße</p> <p>Frank Dümmel</p> <p>Frank Dümmel e. K. Kastanienallee 47 73733 Esslingen</p>	

Anlage 2

37485 Rechteckrohr Stahl feuerverzinkt				Artikelkarte
Allgemein	Fakturierung	Beschaffung	Planung	Außenhandel
Nr.	37485	Basiseinheitencode		STÜCK
Beschreibung	Rechteckrohr	Lagerbestand		104
Material	feuerverzinkt	reservierte Menge		0
Form	Rechteckrohr	maximale Kapazität		500
Maße	40 mm × 20 mm × 2 mm	Menge in Bestellung		0
Länge	1.000 mm			
Längentoleranz	+/- 3 mm			
Gewicht	2,75 kg			
Werkstoff	S235JR			
Norm	verzinkt nach EN ISO 1491			

37485 Rechteckrohr Stahl feuerverzinkt				Artikelkarte
Allgemein	Fakturierung	Beschaffung	Planung	Außenhandel
Listeneinkaufspreis	2,95	Rabatt ab 20 STÜCK		3 %
USt.	19 %	Rabatt ab 50 STÜCK		4 %
Basiseinheitencode	EUR	Rabatt ab 80 STÜCK		5 %
Listenverkaufspreis	5,60			

Zahlungsbedingungen		Baumann GmbH
Name	<input type="button" value="▼"/>	
A-Kunde	20 Tage / 4 % Skonto / 60 Tage netto	
B-Kunde	20 Tage / 3 % Skonto / 60 Tage netto	
C-Kunde	10 Tage / 3 % Skonto / 45 Tage netto	
Neu-Kunde	10 Tage / 3 % Skonto / 30 Tage netto	

Versandkosten		Baumann GmbH
Artikelgruppe	3 <input type="button" value="▼"/>	
bis 50 STÜCK	100,00 EUR pauschal	
ab 51–150 STÜCK	70,00 EUR pauschal	
ab 151 STÜCK	kostenfrei	

7 Prüfungsaufgaben Sommer 2025

Hinweis: Verwenden sie zur Lösung den Kontenplan auf den Seiten 429 und 430.

Aufgabe 1

Die Schuhprofi GmbH aus Schwäbisch Gmünd ist ein mittelständisches Großhandelsunternehmen, das sich auf den Vertrieb von hochwertigen Damen-, Herren- und Kinderschuh sowie Schuhpflegeprodukten spezialisiert hat. Das Unternehmen legt großen Wert darauf, mit Herstellern zusammenzuarbeiten, die umweltfreundliche Produktionsmethoden anwenden und ethische Arbeitsbedingungen fördern. Die Schuhprofi GmbH beliefert vorwiegend Schuheinzelhändler im süddeutschen Raum.

Wegen des steigenden Konkurrenzdrucks sieht sich die Unternehmensleitung gezwungen, die anfallenden Kosten zu senken.

Nach Ihrem erfolgreichen Abschluss der Berufsausbildung im Groß- und Außenhandelsmanagement sind Sie im Rechnungswesen der Schuhprofi GmbH eingesetzt.

1.1 In einer E-Mail (**Anlage 1**) bittet Sie Ihre Abteilungsleiterin Erika Brenner, dringend die Handlungskostenzuschlagssätze für das 3. Quartal zu überprüfen.

1.1.1 Ermitteln Sie die Handlungskostenzuschlagssätze für das 3. Quartal mithilfe der **Anlagen 2 und 3**.

1.1.2 Vergleichen Sie die von Ihnen ermittelten Handlungskostenzuschlagssätze mit dem Branchenwert.

Hinweis: Sollten Sie Teilaufgabe 1.1.1 nicht gelöst haben, gehen Sie von einem durchschnittlichen Handlungskostenzuschlagssatz von 30 % über alle Warengruppen aus.

1.1.3 Formulieren Sie eine konkrete Handlungsempfehlung, wie die Schuhprofi GmbH auf Ihren Vergleich reagieren sollte.

1.2 Ein Neukunde der Schuhprofi GmbH stellt eine Anfrage (**Anlage 4**) mit einer konkreten Preisvorstellung. Frau Brenner bittet Sie um Unterstützung bei der Entscheidung, ob dem Kunden ein Angebot unterbreitet werden soll.

1.2.1 Ermitteln Sie mit den Informationen zur Kalkulation (**Anlage 5**) den Gewinn in Prozent und in Euro für ein Paar Schuhe.

1.2.2 Begründen Sie, ob dem Kunden ein Angebot unterbreitet werden soll.

Hinweis: Sollten Sie Teilaufgabe 1.2.1 nicht gelöst haben, gehen Sie von einem Gewinnzuschlag in Höhe von 4,00 % aus.

Aufgabe 2

Die Wohnwelt Hermann GmbH ist ein familiengeführtes mittelständisches Großhandelsunternehmen mit Sitz in Pforzheim. Die Wohnwelt Hermann GmbH hat sich auf Wohnzimmermöbel im gehobenen Preissegment spezialisiert. Das Sortiment besteht aus Sitzmöbeln, Wohnwänden, Tischen und Kommoden. Auch einige Beleuchtungsartikel wie Deckenfluter, Standleuchten sowie Decken- und Hängeleuchten gehören zum Standardsortiment.

Sie sind Mitarbeiter/-in der Abteilung Rechnungswesen. Aufgrund des aktuellen Personalmanagements werden Sie in allen Bereichen des Rechnungswesens eingesetzt.

- 2.1 Erstellen Sie den Buchungssatz für die Rechnung (**Anlage 6**).
- 2.2 Ihr Auszubildender aus dem ersten Ausbildungsjahr hat eine Nachfrage. Er möchte wissen, welche Auswirkungen die Buchung der Rechnung (**Anlage 6**) auf den Erfolg und auf die Umsatzsteuerzahllast der Wohnwelt Hermann GmbH hat.

Erklären Sie ihm die Auswirkungen.
- 2.3 Die Einrichtungshaus Sinner GmbH überweist den fälligen Rechnungsbetrag (**Anlage 7**).
- 2.3.1 Überprüfen Sie, ob die Zahlung rechnerisch korrekt und fristgerecht erfolgt ist (rechnerischer Nachweis erforderlich).
- 2.3.2 Erstellen Sie den Buchungssatz für die Zahlung.
- 2.4 Die Geschäftsführung der Wohnwelt Hermann GmbH überlegt, die Möglichkeit eines Skontoabzugs für Kunden in Zukunft zu streichen.

Diskutieren Sie diese Überlegung.
- 2.5 Die Wohnwelt Hermann GmbH kauft im Rahmen ihrer Sortimentssparte „Beleuchtung“ Standleuchten, welche im Rahmen einer Sonderaktion im kommenden Monat verkauft werden sollen. Sie erhalten die Rechnung (**Anlage 8**).

Erstellen Sie den Buchungssatz für die Rechnung.

Anlage 1

Von:	Erika.Brenner@schuhprofi.de
An:	<Ihr Vorname.Nachname>@schuhprofi.de
Cc:	
Betreff:	Dringende Überprüfung der Handlungskostenzuschlagssätze

Guten Tag Frau/Herr <Ihr Nachname>,

heute habe ich die Branchenzahlen für das dritte Quartal 2024 erhalten. Für den Schuhgroßhandel sind die Werte in diesem Jahr erneut gesunken. Der Handlungskostenzuschlagssatz in unserer Branche beträgt inzwischen nur noch 20 %. Wir müssen dringend unsere Handlungskostenzuschlagssätze überprüfen.

Bitte ermitteln Sie die Handlungskostenzuschlagssätze für die Kostenstellen Damen-, Herren- und Kinderschuhe sowie Schuhpflege für das dritte Quartal 2024.

Teilen Sie mir bitte Ihre Ergebnisse schriftlich mit.

Freundlich grüßt Sie

Erika Brenner
Abteilungsleiterin Rechnungswesen

Schuhprofi GmbH
Lorcher Straße 20
73529 Schwäbisch Gmünd
07171 1322-0

Anhang:	Gemeinkosten mit Verteilungsschlüsseln für das 3. Quartal
---------	---

Anlage 2: Informationen aus der Buchhaltung der Schuhprofi GmbH für das 3. Quartal

	Damenschuhe	Herrenschuhe	Kinderschuhe	Schuhpflege
Aufwendungen für Waren in Euro 3. Quartal	330.230,00	255.680,00	378.450,00	67.920,00

Gemeinkosten	Betrag in Euro	Verteilungsverhältnisse nach Warengruppen			
		Damen-schuhe	Herren-schuhe	Kinder-schuhe	Schuhpfle-ge
Personalkosten	65.500,00 monatlich	2	2	3	1
Miete für Geschäfts- und Lageräume	48.000,00 je Quartal	180 m ²	140 m ²	230 m ²	50 m ²
Abschreibungen	33.600,00 jährlich	3	4	4	1
Werbung	4.000,00 monatlich	4	4	5	2
Sonstige Geschäftskosten	198.000,00 jährlich	1	1	4	3

Bildquellenverzeichnis

BC GmbH Verlags- und Medien-, Forschungs- und Beratungsgesellschaft, Ingelheim:

719.1, 719.3, 719.5, 719.6, 719.7, 719.8, 719.9, 719.10, 719.11, 719.12, 719.13, 719.14, 719.16, 719.17, 719.18, 719.19, 719.20, 719.21, 719.24, 719.25.

CMR-Frachtbrief, Schwelm: 688.1.

DIN Media GmbH, Berlin: 719.4, 719.15, 719.22, 719.23.

Doering, Svenja, Köln: 197.5.

fotolia.com, New York: Durakovic, Zlatan 131.3; fotomek 133.1; Kneschke, Robert 131.1; Marco2811 685.1; PeJo 132.4; stockphoto-graf 135.3, 136.3, 136.5, 136.7; T. Michel 136.6.

Fries, Claudia, Laubach: 197.4.

Google Maps: 746.1.

Hagemann, Antje, Berlin: 762.1.

iStockphoto.com, Calgary: buz buzzer 312.2, 313.3, 314.2, 315.3, 316.2, 316.5, 317.3, 317.6, 318.3, 318.6; DaveLongMedia 40.2.

OKS Group, Delhi: 24.1, 25.1, 189.1, 191.1, 191.2, 194.1, 197.1, 199.1, 204.1, 206.1, 213.1, 214.1, 215.1, 216.1, 224.1, 230.1, 233.1, 235.1, 236.1, 241.1, 284.1, 287.1, 292.1, 293.1, 298.1, 339.1, 360.1, 387.1, 387.2, 389.1, 465.1, 467.1, 468.1, 470.1, 476.1, 490.1, 492.1, 499.1, 509.1, 510.1, 517.1, 518.1, 522.1, 524.1, 526.1, 530.1, 531.1, 532.1, 535.1, 537.1.

Shutterstock.com, New York: 719.2; Jacky Co 315.2, 316.4, 317.1, 317.4, 318.2, 318.5; Vdant85 197.2.

stock.adobe.com, Dublin: alinaosadchenko 132.2; Countrypixel 685.2; dudek 132.1; fotomek 135.2, 136.1; Golz, Boris 685.3; Gstudio Group 135.1, 136.2; industrieblick 133.3; m-ecker corporation 222.1; Mainka, Markus 132.3; Mareen, Mike 312.1, 313.1, 314.1, 315.1, 316.1, 316.3, 317.2, 317.5, 318.1, 318.4; Mariakray 313.2; Mechanik 133.2, 133.4; Oakozhan 137.1, 137.2, 137.3, 137.4; Poirier, Francois 136.4; selinofoto 131.2; ULIASZ, MAREK 611.1.

Wolters-Design, Braunschweig: 197.3.

YPS - York Publishing Solutions Pvt. Ltd.: 16.1, 19.1, 20.1, 21.1, 21.2, 21.3, 23.1, 27.1, 30.1, 31.1, 34.1, 37.1, 37.2, 38.1, 40.1, 40.3, 41.1, 43.1, 44.1, 51.1, 52.1, 55.1, 57.1, 57.2, 58.1, 64.1, 75.1, 76.1, 76.2, 81.1, 84.1, 91.1, 93.1, 95.1, 102.1, 105.1, 113.1, 114.1, 114.2, 114.3, 115.1, 116.1, 117.1, 128.1, 130.1, 140.1, 141.1, 143.1, 147.1, 150.1, 151.1, 175.1, 200.1, 201.1, 201.2, 202.1, 203.1, 205.1, 211.1, 216.2, 249.1, 268.1, 268.2, 270.1, 270.2, 270.3, 271.1, 271.2, 289.1, 291.1, 291.2, 296.1, 319.1, 345.1, 348.1, 348.2, 349.1, 360.2, 391.1, 408.1, 409.1, 410.1, 417.1, 452.1, 458.1, 461.1, 474.1, 520.1, 546.1, 546.2, 547.1, 547.2, 552.1, 570.1, 570.2, 570.3, 573.1, 588.1, 589.1, 596.1, 599.1, 600.1, 608.1, 608.2, 609.1, 612.1, 614.1, 674.1, 681.1, 687.1, 707.1, 713.1, 750.1, 756.1, 757.1, 757.2, 764.1, 775.1.