



# Inhaltsverzeichnis

## Geschäftsprozesse erfassen und kontrollieren

## Lernfeld 8

<b>1 Vom Inventar zur Bilanz</b> .....	12
1.1 Bilanzauswertung mit Hilfe von Kennzahlen .....	15
1.2 Beispiel für einen Bilanzvergleich der Beska GmbH .....	16
<b>2 Geschäftsprozesse erfassen und dokumentieren</b> .....	20
2.1 Betriebliche Notwendigkeiten .....	21
2.2 Rechtliche Notwendigkeiten .....	22
<b>3 Belege als Grundlage der Dokumentation</b> .....	23
3.1 Belegarten .....	24
3.2 Erfassung der Belege im Grundbuch und Hauptbuch .....	26
<b>4 Gewinn- und Verlustrechnung</b> .....	27
4.1 Ermittlung des Unternehmenserfolges .....	29
4.1.1 Aufbau der Gewinn- und Verlustrechnung .....	29
4.1.2 Erfolgsermittlung durch Eigenkapitalvergleich .....	30
4.2 Erfolg durch den Verkauf von Waren .....	31
4.3 Analyse des Unternehmenserfolgs .....	35
4.3.1 Umsatzrentabilität/Umsatzrendite .....	35
4.3.2 Eigenkapitalrentabilität .....	36
4.3.3 Weitere Umsatzkennziffern .....	37
<b>5 Erfolgsanalyse – grafisch darstellen</b> .....	39
5.1 Liniendiagramm .....	39
5.2 Balken- und Säulendiagramm .....	40
5.3 Stapeldiagramm .....	41
5.4 Kreis- und Tortendiagramm .....	41
5.5 Kombination verschiedener Diagrammtypen .....	42
5.6 Grundsätze für die Auswahl von Diagrammen .....	42
<b>Exkurs: Technik der doppelten Buchführung</b> .....	43
1 Auswirkungen von Geschäftsfällen auf die Bilanz .....	43
2 Der Buchungssatz .....	46
3 Erfolgswirksame Geschäftsfälle .....	47
4 Buchungen beim Ein- und Verkauf von Waren .....	50

## Lernfeld 9 Preispolitische Maßnahmen vorbereiten und durchführen

<b>1 Preispolitik</b> .....	52
1.1 Einflussgrößen auf die Preisgestaltung .....	52
1.2 Preisstrategien .....	54
<b>2 Handelskalkulation</b> .....	56
2.1 Vorwärtskalkulation und ihre Vereinfachungen .....	60
2.2 Rückwärtskalkulation und ihre Vereinfachungen .....	62
2.3 Differenzkalkulation .....	64
2.4 Tabellarisches Kalkulationsschema der Vorwärts- und Rückwärtskalkulation .....	65
2.5 Erweiterte Limitrechnung .....	66

## Lernfeld 10 Besondere Verkaufssituationen bewältigen

<b>1 Besondere Kunden</b> .....	68
1.1 Kundengruppen .....	70
1.1.1 Kaufverhalten von Männern und Frauen .....	70
1.1.2 Kaufverhalten von Kunden in verschiedenen Lebensaltern .....	70
1.1.3 Ausländische Kunden .....	74
1.2 Kundentypen .....	75
<b>2 Spätkunden</b> .....	76
<b>3 Geschenkeverkauf</b> .....	78
<b>4 Finanzierungskauf</b> .....	80
4.1 Raten- oder Abzahlungskauf .....	81
4.2 Finanzkauf .....	83
<b>5 Kunden in Begleitung</b> .....	84
<b>6 Hochbetrieb</b> .....	87
<b>7 Beschwerden</b> .....	90
7.1 Gründe .....	90
7.2 Rechtslage bei fehlerfreier Ware .....	91
7.3 Rechtslage bei fehlerhafter Ware .....	92
7.4 Bearbeitung der Beschwerde .....	93
7.5 Beschwerden dokumentieren und auswerten .....	95
<b>8 Ladendiebstähle</b> .....	96
8.1 Methoden und Tricks der Ladendiebe .....	97
8.2 Präventivmaßnahmen .....	98
8.2.1 Übersichtliche Verkaufsräume .....	98
8.2.2 Einsatz von Technik .....	98
8.2.3 Verhalten des Personals .....	100
8.3 Rechtliche Auswirkungen für den Ladendieb .....	101
<b>9 „Erste Hilfe“ beim Telefonieren</b> .....	102

# Mit Marketingmaßnahmen den Kunden gewinnen und binden

## Lernfeld 12

<b>1 Was ist Marketing?</b> .....	104
<b>2 Marktforschung</b> .....	105
2.1 Bereiche .....	106
2.2 Methoden .....	108
2.2.1 Primärforschung .....	108
2.2.2 Sekundärforschung .....	110
<b>3 Standortwahl</b> .....	111
<b>4 Marketinginstrumente</b> .....	114
4.1 Sortimentspolitik .....	114
4.1.1 Einflussfaktoren .....	114
4.1.2 Sortimentskontrolle .....	115
4.1.3 Sortimentsanpassungen .....	117
4.2 Preispolitik .....	121
4.3 Servicepolitik .....	122
4.3.1 Einflussfaktoren .....	122
4.3.2 Servicekonzepte .....	122
4.4 Kommunikationspolitik .....	125
4.4.1 Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) .....	126
4.4.2 Sponsoring .....	127
4.4.3 Direktmarketing .....	127
4.5 Customer Relationship Management (CRM) .....	128
4.6 Corporate Identity (CI) .....	129
4.7 E-Business und E-Commerce .....	131
4.7.1 Business-to-Consumer .....	131
4.7.2 Business-to-Business .....	133
4.7.3 Business-to-Administration .....	133
<b>5 Marketingmix</b> .....	134



## Anhang

<b>1 Grundsätzliches zum Thema „Lernen“</b> .....	136
1.1 Eine Einstellung zur Schule entwickeln .....	136
1.2 Gedächtnisarten .....	137
1.3 Lerntypen .....	137
1.4 Konzentration .....	138
1.5 Zeitplanung .....	139
1.6 Arbeits- und Organisationsmittel .....	140
1.7 Informationsquellen .....	141
<b>2 Lese- und Schreibtechniken</b> .....	142
2.1 Fünf-Schritt-Lese- und Erarbeitungstechnik .....	142
2.2 Mitschriften und Protokolle .....	143
<b>3 Lerntechniken</b> .....	144
3.1 Lernkartei .....	144
3.2 Mindmap .....	145
<b>4 Kreativitätstechniken</b> .....	146
4.1 Brainstorming .....	146
4.2 Brainwriting (Methode 635) .....	146
<b>5 Vortrags- und Präsentationstechniken</b> .....	147
5.1 Merkmale und Ziele .....	147
5.2 Planung .....	147
5.3 Gestaltung und Einsatz unterstützender Medien .....	148
5.4 Vortragstechnik .....	150
<b>6 Arbeitsmethoden</b> .....	151
6.1 Rollenspiel .....	151
6.2 Pro-und-Kontra-Diskussion .....	152
6.3 Kartenabfrage .....	153
6.4 Gruppenarbeit .....	153
6.5 Feedback .....	155
<b>7 Teamarbeit</b> .....	156
7.1 Merkmale .....	156
7.2 Konfliktlösung .....	156
<b>Arbeitsaufträge</b> .....	158
<b>8 Sprachkompetenz Englisch</b> .....	160
8.1 Giving customers some help .....	160
8.2 At the supermarket .....	161
8.3 At the shopping centre: Showing the way .....	162
8.4 Selling good .....	162
8.5 Clothes shopping .....	163
8.6 Useful vocabulary .....	164
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	165
<b>Bildquellenverzeichnis</b> .....	168