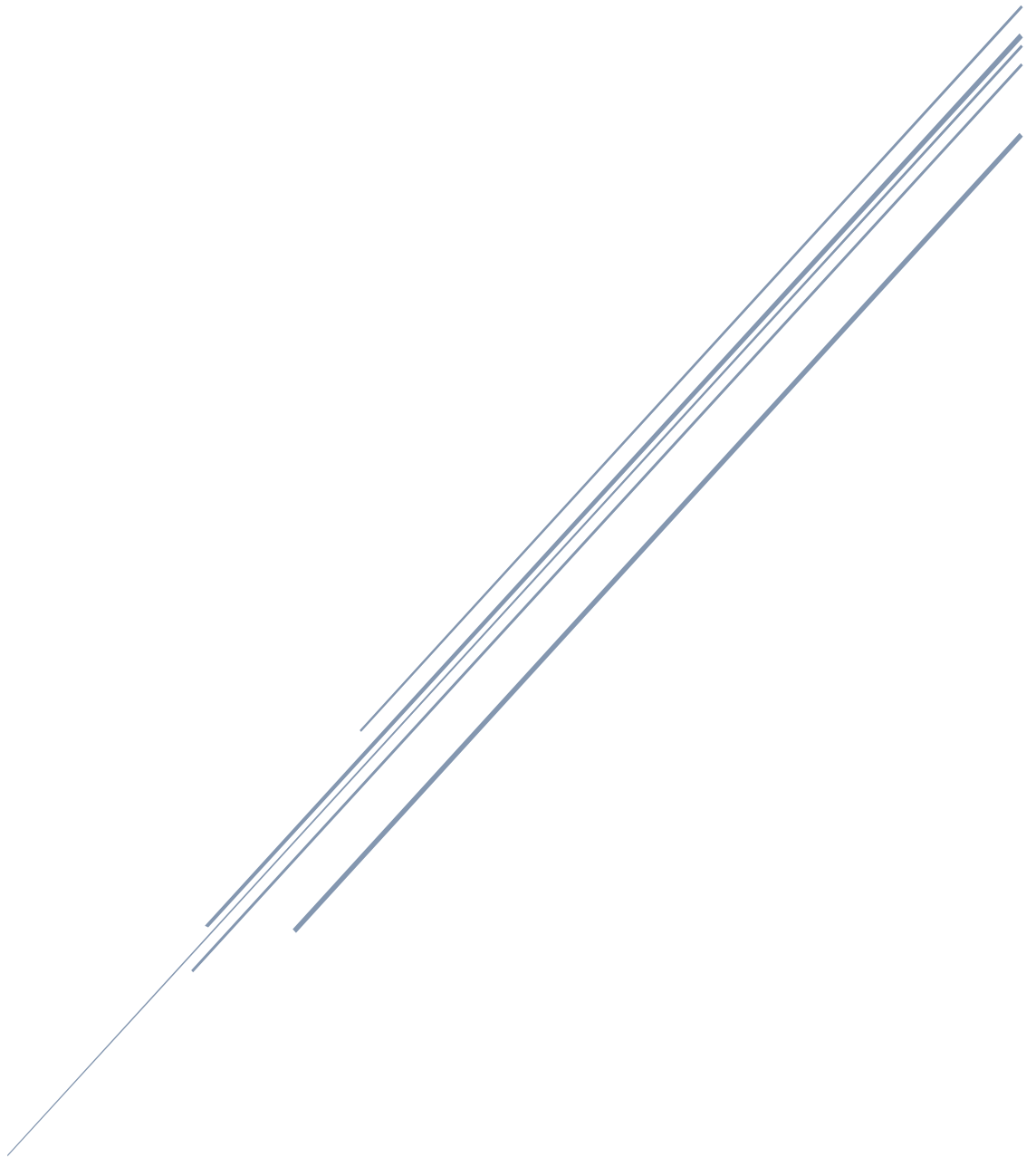


# LERNUNTERLAGEN

Handelsfachwirt IHK



Inhalt

<b>UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND –STEUERUNG.....</b>	<b>7</b>
1 STRATEGIEBILDUNG.....	7
1.1 Vision.....	7
1.2 Ableitung unternehmerischer Grundsätze.....	8
1.3 Strategien.....	8
1.4 Strategische Planung und Kontrolle.....	9
1.5 Strategieentwicklung.....	10
1.6 Wettbewerbsstrategie.....	11
1.7 Differenzierungsstrategie.....	11
1.8 Strategieauswahl.....	11
2 OPERATIVE PLANUNG UND KONTROLLE.....	12
2.1 Grundgedanke.....	12
2.2 operative Pläne und ihre Vernetzung.....	13
2.3 Methoden zur Verbesserung der Planungssicherheit.....	13
2.4 Zielsetzung im Unternehmen.....	14
2.5 Umsetzung operativer Pläne in Budgets.....	15
2.6 operative Kontrolle.....	16
3 CONTROLLING.....	17
3.1 Ziel von Controlling.....	17
3.2 Instrumente des Controllings.....	17
4 BETRIEBSGRÜNDUNG.....	19
4.1 Rechtsformen.....	19
5 BETRIEBSÜBERNAHME.....	23
5.1 Informationsquellen für Betriebe, die zum Verkauf stehen.....	23
5.2 Formen der Übernahmen.....	23
5.3 Kriterien der Unternehmensbewertung.....	24
5.4 Bestandteile eines Unternehmenskaufvertrages.....	24
5.5 persönliche Voraussetzungen eines Unternehmers.....	24
<b>GRUNDLAGEN DER ORGANISATION.....</b>	<b>26</b>
1 DARSTELLUNG VON ARBEITSABLAUFORGANISATIONEN:.....	26
2 BEGRIFFSBESTIMMUNG.....	27
3 METHODEN UND ARTEN DER ORGANISATION.....	28
Aufgabenanalyse und –synthese.....	28
Prozessanalyse und –synthese.....	28
4 GESTALTUNG DER AUFBAUORGANISATION.....	29
4.1 zentrale Organisation.....	30
4.2 dezentrale Organisation.....	30
4.3 Mischform.....	31
4.4 Objektorientierte Organisation.....	32
5 GESTALTUNG DURCH ORGANISATIONSPRINZIPIEN.....	34
5.1 Liniensystem.....	34
5.2 Stabliniensystem.....	35
5.3 Spartensystem.....	36
5.4 Matrixsystem.....	37
5.5 Projektsystem.....	38
5.6 Phasen des Projektablaufes.....	38
6 GESTALTUNG DER ABLAUFORGANISATION.....	39
6.1 Arbeitsablaufanalyse Bsp. Einkauf:.....	40
6.2 Organisationsmittel zur Arbeitsplatzgestaltung.....	41
6.2.1 Richtlinien und Befugnisse.....	41
6.2.2 Beispiel Einkaufshandbuch.....	41
6.2.3 Stellenbeschreibung.....	43
6.2.4 spezifische Organisationsmittel ( Beschaffungsspezifische Dateien ).....	45
6.3 Neue Instrumente zur konzeptionellen Verbesserung.....	46

# Lernunterlagen Handelsfachwirt

7 SUPPLY CHAIN MANAGEMENT .....	46
<b>VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE .....</b>	<b>47</b>
1 GRUNDLAGEN DER VOLKSWIRTSCHAFT .....	47
1.1 Bruttoinlandsprodukt und Bruttonationaleinkommen .....	47
1.2 Wirtschaftsmodelle .....	49
2 MÄRKTE UND PREISBILDUNG .....	50
2.1 Marktformen .....	50
2.2 Marktarten .....	50
2.3 Nachfrage- und Angebotsfunktion, Marktgleichgewicht .....	50
2.4 Funktionen des Preises .....	51
2.5 Preiselastizität .....	51
3 GELD, WÄHRUNG UND EUROPÄISCHE ZENTRALBANK .....	52
3.1 europäische Zentralbank (EZB) .....	52
3.2 Geld und Währung .....	53
4 AUßENWIRTSCHAFT - ZAHLUNGSBILANZ .....	55
5 WIRTSCHAFTS-, SOZIAL- UND KONJUNKTURPOLITIK .....	55
6 EUROPÄISCHE UNION .....	56
<b>PERSONALPOLITIK .....</b>	<b>58</b>
1. PERSONALPOLITIK .....	58
1.1 Zielsetzung, Aufgabenstellung und organisatorische Einordnung der betr. Personalwirtschaft .....	58
1.2 Träger und Ziele der Personalwirtschaft .....	60
1.3 Personalbereich in Gesamtorganisation .....	61
1.4 Anforderungen an die Organisation .....	61
1.5 dezentral und zentrale Organisation .....	61
2. ORGANISATION DER PERSONALABTEILUNG .....	62
2.1 nach Funktionen .....	62
2.2 objektbezogene Organisation .....	62
2.3 Personalwirtschaftliches Dienstleistungsangebot .....	62
3. ZIELE, BEDEUTUNG UND AUFGABEN DER PERSONALPLANUNG .....	63
3.1 interne und externe Bestimmungsgrößen .....	63
3.2 Prognosemethoden .....	64
3.3 Stellenbeschreibung .....	65
4. PERSONALBESCHAFFUNG – PERSONALMARKETING .....	66
4.1 Ziele des Personalmarketings .....	66
4.2 Beschaffungsmärkte .....	66
4.3 grundsätzliche Beschaffungsstrategie .....	66
4.4 interne Stellenausschreibung .....	66
4.5 Möglichkeiten der externen Personalbeschaffung .....	66
4.6 strategische Frühwarnung .....	67
4.7 Darstellung statistischen Zahlenmaterials .....	68
4.8 Korrelation und Kausalität .....	68
5. PERSONALAUSWAHLVERFAHREN .....	68
5.1 Analyse und Bewertung der Bewerbungsunterlagen .....	68
5.2 Arbeitszeugnisse .....	70
5.3 Vorstellungsgespräch .....	70
<b>KOSTEN- UND LEISTUNGSRECHNUNG .....</b>	<b>71</b>
1 RECHNUNGSWESEN .....	71
1.1 Grundbegriffe der Buchführung .....	71
1.2 Absetzung für Abnutzungen (AfA) .....	72
2 KOSTEN- UND LEISTUNGSRECHNUNG .....	73
2.1 Aufgaben des Rechnungswesens .....	73
2.2 Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung .....	74
2.3 Leistungsbegriff und Abgrenzung zum Ertrag .....	74

## Lernunterlagen Handelsfachwirt

2.4	System der Kostenrechnung.....	74
3	KOSTENARTENRECHNUNG .....	75
3.1	Mengenerfassungen zur späteren Bewertung .....	75
3.2	Bewertung der Mengen .....	75
3.3	Erfassung von Wagnissen.....	76
3.4	Kalkulatorische Miete.....	76
3.5	zeitliche Abgrenzung.....	76
4	KOSTENSTELLENRECHNUNG .....	77
4.1	Einstufiger Betriebsabrechnungsbogen (BAB):.....	77
4.2	Mehrstufiger Betriebsabrechnungsbogen.....	77
4.3	Errechnung des Unternehmenserfolges.....	77
5	KALKULATIONSFORMEN DES HANDELS .....	78
5.1	Selbstkostenkalkulation .....	78
5.2	Rückwärtskalkulation .....	78
6	DECKUNGSBEITRAGSRECHNUNG .....	79
7	BREAK EVEN POINT UND PREISUNTERGRENZEN.....	80
	<b>FINANZIERUNG UND GRUNDLAGEN.....</b>	<b>81</b>
	1 Definitionen.....	81
	1.2 finanzielles Zielsystem.....	81
	1.3 Finanzplanung und Kapitalbedarf.....	81
	1.4 Abgrenzung von Finanzierungsformen.....	82
2	AUßENFINANZIERUNG .....	83
2.1	Eigenfinanzierung.....	83
	Aktiengattungen .....	83
2.2	Fremdfinanzierung.....	84
2.3	Schuldverschreibungen und Kreditarten.....	84
2.4	Basel II.....	84
2.5	Factoring und Leasing.....	85
3	INNENFINANZIERUNG.....	87
3.1	Lohmann-Ruchti-Effekt.....	87
3.2	Cash Flow.....	88
3.3	STATISCHE VERFAHREN .....	88
	<b>BESCHAFFUNG UND LOGISTIK .....</b>	<b>89</b>
1	BESCHAFFUNGSPOLITIK.....	89
1.1	Ziele und Aufgaben der Beschaffungspolitik.....	89
1.2	Organisationsformen des Einkaufs.....	90
1.3	Beschaffung als Prozess.....	90
1.4	Beschaffungsmarktforschung.....	90
2	Beschaffungskonzepte .....	91
2.3	ABC / XYZ Analyse.....	93
2.4	Beschaffungskanäle auswählen.....	95
2.5	E-Business in der Beschaffung.....	95
3	KUNDENBEZOGENE GESTALTUNG DES WARENFLUSSES .....	96
3.1	Efficient Consumer Response (ECR).....	96
3.2	Category Zielsetzung (Scorecard).....	96
3.3	Efficient Assortment.....	97
3.4	Efficient Promotion.....	97
3.5	Efficient Product Introduction.....	97
3.6	EAN Code.....	98
4	TRANSPORT UND LOGISTIK.....	98
	Vor- und Nachgelagerte Stufen des Transportprozesses.....	99
	Vor- und Nachteile von Eigentransport und Fremdttransport.....	99
4.1	Incoterms 2010.....	100
4.2	Transportnetzwerke .....	101
5	LAGERWIRTSCHAFT.....	102

## Lernunterlagen Handelsfachwirt

5.1 Klassische Tätigkeiten im Lager .....	102
5.2 Lagerorganisationen nach der Funktion / Art / Ort .....	102
5.3 Lagerordnung.....	102
5.4 Bestandsführung.....	102
5.5 Inventurmethode n.....	103
5.6 Verbrauchsfolgeverfahren.....	103
6 CONTROLLING .....	103
6.2 Limitrechnung .....	105
→ gibt den Maximalwert in Euro vor, der für Bestellungen im kommenden Jahr maximal verwendet werden darf. ....	105
6.3 Open to buy Management .....	105
7 ENTSORGUNG .....	105
7.1 Ziele des Kreislaufwirtschaftsgesetzes .....	105
7.2 Maßnahmen beim Recycling.....	106
7.3 Verpackungsarten.....	106
7.4 Logistikfunktionen der Verpackung .....	106
8 SPEZIELLE VERTRAGSFORMEN IN BESCHAFFUNG, LAGER UND PRODUKTHAFTUNG .....	106
8.1 Verbraucherschutz bei fehlerhaften Produkten .....	107
<b>RECHT.....</b>	<b>108</b>
1 AUFBAU DES DEUTSCHEN RECHTSSYSTEMS .....	108
1.2 Bücher des BGB.....	109
2 RECHTSSUBJEKTE.....	110
2.1 Rechtsgeschäfte und Rechts-/Geschäftsfähigkeit .....	110
2.2 Willenserklärungen begründen Rechtsgeschäfte ( RG ).....	111
2.3 Form der Willenserklärung.....	111
2.4 Der Kaufvertrag ( grundsätzlich Formfreiheit ).....	111
2.5 Störungen bei der Erfüllung des Kaufvertrages.....	113
2.6 Das Schuldrecht ( 2002 ) .....	113
2.7 Rechte des K bei Schlechtleistung.....	113
2.7.1. Nachrangige Rechte des K bei Schlechtleistung.....	114
2.7.2. Verjährung von Mängelansprüchen .....	115
2.7.3 Nicht-rechtzeitig-Lieferung.....	115
2.7.4. Rechte des Käufers.....	116
3 VERTRAGSFREIHEIT .....	117
Gerichtsinstanzen und Gerichtsstände.....	117
3.1 ARBEITSVERTRAG.....	118
3.2 WERKVERTRAG.....	118
Rechtfolgen bei Abnahme von Leistungen .....	119
3.3 RECHTE BEI MANGELHAFTER LIEFERUNG BEI WERKVERTRÄGEN .....	119
3.4 Besonderheiten beim Werkvertrag.....	120
3.5 FERNABSATZVERTRÄGE .....	120
3.6 PFLICHTEN IM ELEKTRONISCHEN GESCHÄFTSVERKEHR.....	120
3.7 AGB .....	120
3.8 STÖRUNGEN DER GESCHÄFTSGRUNDLAGE .....	122
3.9 UN-KAUFRECHT .....	122
4 VERJÄHRUNGSFRISTEN .....	122
4.1 Hemmung der Verjährung.....	123
4.2 Neubeginn der Verjährung.....	123
5 UNTERNEHMENSGRÜNDUNG &-FORMEN.....	124
5.1 Unternehmensgründung.....	124
5.2 Das Handelsregister .....	125
6 PROKURA UND HANDLUNGSVOLLMACHT.....	126
6.1 Prokura .....	126
6.2 Handlungsvollmacht.....	126
6.3 PRODUKTHAFTUNGSGESETZ ( PROGHAFTG ) .....	127
<b>HANDELSMARKETING .....</b>	<b>128</b>

## Lernunterlagen Handelsfachwirt

1 HANDESENTWICKLUNG.....	128
<i>Leistungen des Handels</i> .....	128
1.1 Käufer- und Verkäufermärkte.....	128
1.3 Betriebsformen im Einzelhandel.....	129
1.4 Betriebsformen im Großhandel.....	129
2 KOOPERATIONEN IM HANDEL.....	129
2.1 vertikale Kooperation.....	130
2.2 horizontale Kooperation .....	130
2.3 Laterale Kooperation .....	130
2.4 Franchise.....	131
3 MARKETING .....	131
3.1 Aufgaben, Ziele und Instrumente.....	131
3.3 Marktpotenzial, -volumen, -anteil.....	132
3.4 Marktsegmentierung.....	133
3.5 USP – Unique Selling Proposition.....	133
3.6 MARKTFORSCHUNG .....	134
Methoden der Primärforschung .....	134
3.7 Marktanalyse, Marktbeobachtung, Marktprognose.....	134
3.8 Experiment / Testmarktverfahren.....	134
4 EINSATZ DER MARKETINGINSTRUMENTE.....	135
4.1 Produkt- und Sortimentspolitik .....	135
Sortimentsgestaltung.....	135
4.2 Lebenszyklus-Modell .....	136
4.3 Portfolio-Analyse .....	137
4.4 Erfahrungskurveneffekt .....	138
5 MARKETINGSTRATEGIEN.....	139
5.1 Umweltanalyse, Grundgedanke.....	139
5.2 Unternehmensanalyse.....	139
5.3 Ableitung von Marketingstrategien.....	139
6 STANDORT DES HANDELSBETRIEBES.....	142
6.1 Standortfaktoren.....	142
6.2 Standortveränderungen.....	142
7 VERKAUFSKONZEPTE UND SERVICEPOLITIK.....	143
7.1 Vertriebsformen.....	143
7.3 Distributionskonzepte im Großhandel.....	144
8 Servicepolitik .....	144
8.2 Visual Merchandising.....	145
9 WERBEPLANUNG.....	145
9.1 Werbeplanung im Überblick.....	145
9.2 Zielsetzungen.....	146
Etat bestimmen .....	146
9.3 Zielgruppenbestimmung.....	146
9.4 Werbeträger .....	146
9.5 Werbeerfolgskontrolle.....	146
10 Sales Promotion .....	147
spezielle Formen der Werbung.....	147
Moderne Kommunikationsformen .....	147
10.3 Customer Relationship Management.....	148
10.4 WETTBEWERBSRECHT.....	148
Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen GWB.....	148
10.5 Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb .....	148
<b>WAHLQUALIFIKATION MITARBEITERFÜHRUNG UND QUALIFIZIERUNG .....</b>	<b>148</b>
1 ZEIT- UND SELBSTMANAGEMENT.....	148
1.1 Zeitdiebe und Zeitfresser.....	149
1.2 Zeitmanagement Matrix (Eisenhower-Prinzip).....	149
1.3 Pareto-Prinzip.....	149

## Lernunterlagen Handelsfachwirt

1.4 Die vier Entlastungsfragen.....	150
1.5 die Alpen-Methode.....	150
2 INDIVIDUELLE MITARBEITERFÖRDERUNG UND –ENTWICKLUNG .....	151
2.1 Potentialanalyse .....	151
2.2 Coaching und Mentoring.....	151
2.3 Laufbahnentwicklung.....	151
2.4 MITARBEITERGESPRÄCHE .....	152
Anlässe für Mitarbeitergespräche.....	152
2.4.1 Grundsätze für Mitarbeitergespräche .....	152
2.5 Das Kritikgespräch.....	152
3 AUSBILDUNG IM BETRIEB.....	153
Handelnde Personen in der Ausbildung.....	153
3.1 Ausbildungsordnung.....	153
3.2 das duale System.....	153
3.3 Ausbildungsplan .....	153
3.3.1 Vorbereiten auf Abschlussprüfung.....	154
3.3.2 Ende des Ausbildungsverhältnisses .....	154
3.3.3 Ausbildungszeugnis.....	155
3.4 Qualifizierung am Arbeitsplatz.....	155
3.5 Unterweisungsmethoden .....	155
<b>WAHLQUALIFIKATION HANDELSLOGISTIK .....</b>	<b>157</b>
1 INCOTERMS 2010.....	157
2 ZÖLLE .....	157
3 LOGISTIK-CONTROLLING.....	158
4 LAGERKOSTEN .....	158
5 ÖKOLOGIE IM LOGISTIKBEREICH.....	159
<b>WAHLQUALIFIKATION HANDELSMARKETING IM VERTRIEB .....</b>	<b>160</b>
1 VERTRIEBSSTRATEGIEN.....	160
1.1 mögliche Vertriebsstrategien .....	160
1.2 Multi Channel Strategie .....	160
1.3 Zielgruppenmarketing .....	160
1.4 Markenbildung.....	161
2 FLÄCHENOPTIMIERUNG .....	161
2.1 Instrument zur Analyse von Flächenleistung.....	161
2.2 Verkaufsflächengestaltung.....	161
2.3 Category Management .....	162
3 PREIS- UND KUNDENPOLITIK .....	163
3.1 STRATEGISCHE UND OPERATIVE PREISPOLITIK IM HANDEL .....	163
3.2 PREISFESTSETZUNG .....	163
3.3 PREISELASTIZITÄT.....	163
3.4 PREISDIFFERENZIERUNG .....	164
3.5 PREISSTRATEGIEN.....	165

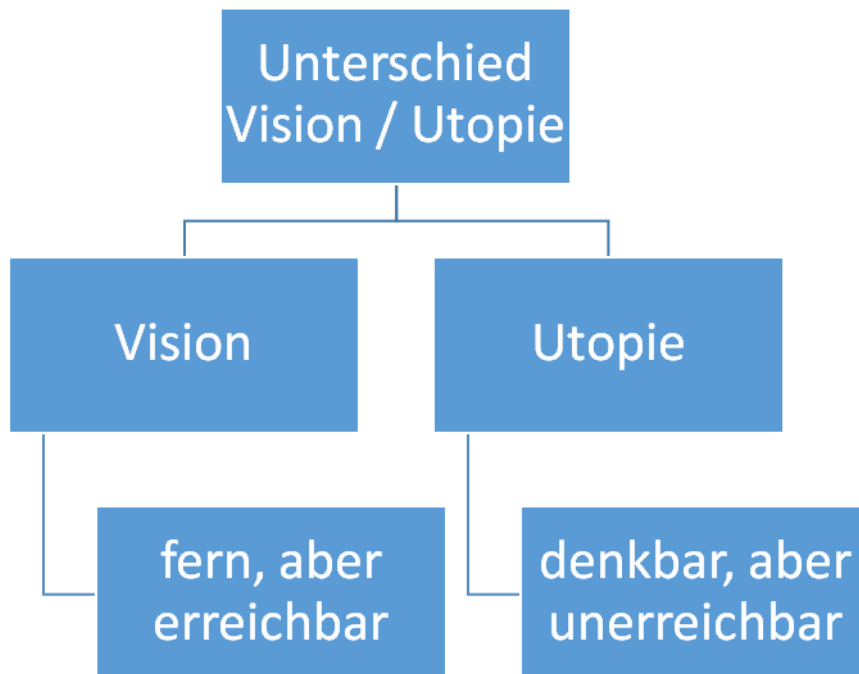
Unternehmensführung und –steuerung

1 Strategiebildung

1.1 Vision

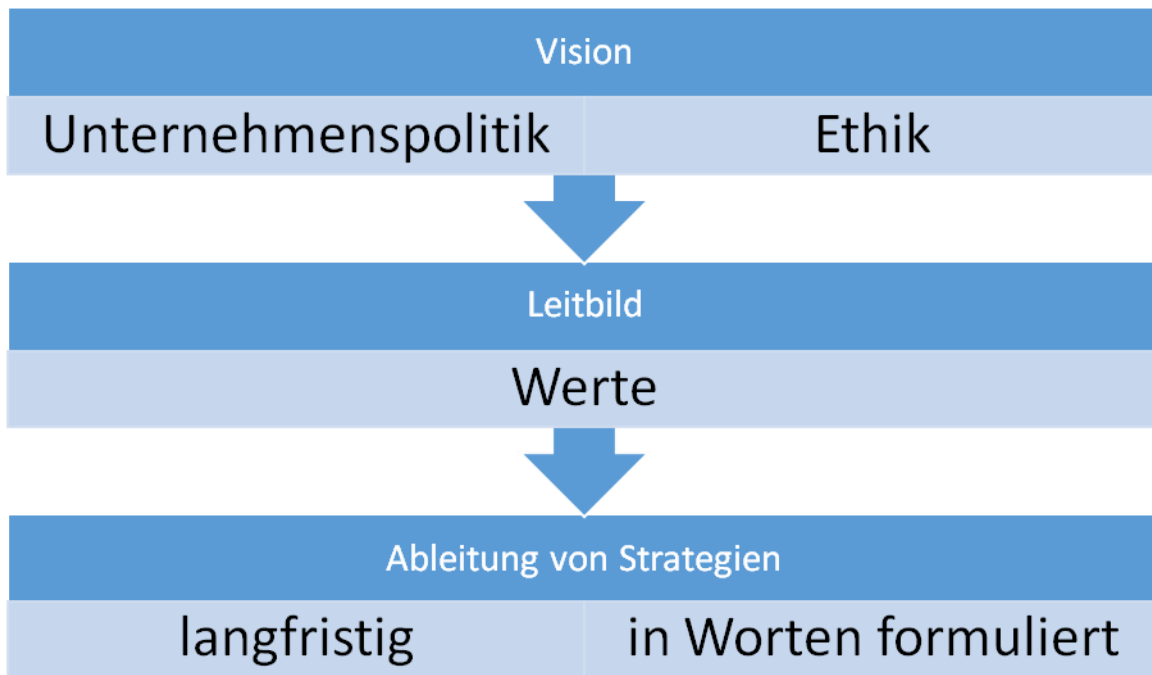
Eine Vision:

- Eine Idee
- Geht von einer Person aus
- Neue Konzepte, Leistungen, Ideen die verwirklicht werden sollen





## 1.2 Ableitung unternehmerischer Grundsätze



## 1.3 Strategien

Ziele der Strategien:

- Menschen begeistern
- Ressourcen opt. Nutzen
- Wettbewerbsposition am Markt erreichen

Generell: Erfassen von Chancen und Risiken unter Berücksichtigung einer Systematik