

Didaktische Jahresplanung Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement



Lernfeld 5 – Lernfeld 8

Die Lernsituationen

Lernfeld 5	Lernfeld 6	Lernfeld 7	Lernfeld 8
<ol style="list-style-type: none"> 1. Das Marketingmanagement der Markgraf Brunnen GmbH analysieren 2. Die Markgraf Brunnen GmbH analysiert den Markt mithilfe der Marktforschung 3. Produktpolitik betreiben: Für jeden Durst das richtige Mineralwasser anbieten 4. Grundlagen der betrieblichen Preispolitik verstehen 5. Einen Preis für „Markgraf BioFair“ kalkulieren und eine Preisstrategie entwickeln 6. Den Absatz fördern mit Werbung und mehr 7. Eine Werbeplanung erstellen und prüfen 8. Einen Marketing-Mix entwickeln und kontrollieren 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens kennenlernen 2. Die Buchungsregeln im System der doppelten Buchführung erarbeiten 3. Bestandskonten im Grundbuch und Hauptbuch führen 4. Aufwendungen und Erträge auf Erfolgskonten buchen und das Unternehmensergebnis ermitteln 5. Kontenrahmen und Kontenplan als Organisationsmittel einsetzen 6. Eine Umsatzsteuervoranmeldung erstellen - oder: Verdient der Staat an der Geschäftstätigkeit der Young Cosmetics KG immer mit? 7. Warengeschäfte im Einkauf und Verkauf buchen 8. Eigenkapitaländerungen erfassen 9. Anschaffungen, Abschreibungen und Verkäufe im Anlagevermögen buchen 10. Die Vermögens-, Finanz- und Erfolgslage eines Unternehmens analysieren 11. Einen Beleggeschäftsgang buchhalterisch erfassen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anforderungen an Gesprächssituationen erfassen 2. Geeignete Kommunikationsmöglichkeiten auswählen und ein Informations- und Beratungsgespräch organisieren 3. Einfache Informations- und Beratungsgespräche führen 4. Strategien zur Konfliktbewältigung und Vermeidung entwickeln 5. Komplexe Informations- und Beratungsgespräche führen 6. Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung nutzen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bestimmungsgrößen der Personalplanung erörtern 2. Den Personalbestand analysieren 3. Den Personalbedarf ermitteln 4. Personalbeschaffung – oder: Ein neuer Mitarbeiter wird gesucht. 5. Ein Personalauswahlverfahren durchführen 6. Einen Arbeitsvertrag mit einem neuen Mitarbeiter schließen und Regelungen des Arbeitsrechtes beachten 7. Die Einführung des neuen Mitarbeiters planen und Personaldaten in der Personalakte erfassen 8. Personal betreuen und den Personaleinsatz organisieren 9. Löhne und Gehälter abrechnen – oder: bekommen, was man verdient 10. Die Personalentwicklung planen und Mitarbeiter beurteilen 11. Arbeitsverhältnisse rechtssicher beenden

Lernfeld 5: Kunden akquirieren und binden		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler nutzen den Einsatz von Marketinginstrumenten für die Kundengewinnung und Kundenbindung.		
Sie erfassen eine Marketing-Problemstellung und entwickeln eine problemlösungsorientierte Marketingkonzeption.		
Lernsituation 1: Das Marketingmanagement der Markgraf Brunnen GmbH analysieren		
Einstiegsszenario: Die Markgraf Brunnen GmbH ist ein bedeutender mittelständischer Getränkehersteller. Die internen und externen Rahmenbedingungen für die Gestaltung eines Marketingmanagements, das sich konsequent an den Bedürfnissen und Anforderungen des Marktes orientiert, werden analysiert. Elemente einer Marketingkonzeption zeigen beispielhaft Möglichkeiten zur Umsetzung von Vermarktungsideen.	Handlungsprodukte: → verschriftliche Analyse des Marketingverständnisses der Markgraf Brunnen GmbH → Zuordnung des Marktsegmentes zum Käufermarkt (in Abgrenzung zum Verkäufermarkt) → identifizierte Zielgruppen und Kundenbedürfnisse am Beispiel des Mineralwasser-Marktes → zur Umsetzung vorgegebener Marketingziele geeignete Marketingstrategien und Marketinginstrumente	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → unterscheiden internes und externes Marketing. → nehmen Kundenorientierung als zentrales Ziel von Marketing wahr. → kennen die wesentlichen Merkmale von Käufer- und Verkäufermärkten. → ordnen Marketingzielen Strategien und Instrumente begründet zu.	Konkretisierung der Inhalte: → internes und externes Marketing → Kundenorientierung in Unternehmensleitbildern und in der betrieblichen Praxis → Unterscheidungsmerkmale von Käufermarkt und Verkäufermarkt → Marketingstrategien und Marketinginstrumente als Elemente einer Marketingkonzeption	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 5: Kunden akquirieren und binden		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler nutzen den Einsatz von Marketinginstrumenten für die Kundengewinnung und Kundenbindung.		
Sie erfahren die Bedeutung von Marktforschung als Grundlage für Marketingentscheidungen.		
Lernsituation 2: Die Markgraf Brunnen GmbH analysiert den Markt mithilfe der Marktforschung		
Einstiegsszenario: Die Geschäftsführerin der Markgraf Brunnen GmbH, Frieda Arnold, legt viel Wert auf aktuelle Marktforschungsergebnisse. Ein kleiner Stab an Mitarbeitern ist stets damit beschäftigt, unternehmensexterne Daten über den Markt für alkoholfreie Getränke zu sammeln und zusammen mit den unternehmensinternen Daten so aufzubereiten, dass sich ein möglichst präzises Bild der aktuellen Marktlage ergibt.	Handlungsprodukte: <ul style="list-style-type: none"> → zu Primär- und Sekundärforschung zugeordnete Marktdaten → Datenauswertung zum Mineralwassermarkt mit Ableitung zielführender Maßnahmen → Datenauswertung zum Fair Trade-Markt mit Ableitung zielführender Maßnahmen → grafisch aufbereitete Absatzzahlen und schriftliche Auswertung → Fragebogen (Konzeption und Erstellung) 	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler <ul style="list-style-type: none"> → unterscheiden Primär- und Sekundärforschung. → werten Sekundärmaterialien aus. → erstellen Grafiken anhand vorgegebener Werte. → interpretieren selbsterstellte und externe Grafiken. → kennen Konstruktionsmerkmale von Fragebögen. → wenden diese Konstruktionsmerkmale auf eine konkrete Situation an. → erstellen den Fragebogen mit geeigneter Software und nutzen ihre Anwendungsmöglichkeiten (Formulargestaltung). → kennen geeignete Maßnahmen, den Rücklauf eines Fragebogens zu sichern. 	Konkretisierung der Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> → Primär- und Sekundärforschung → externe und interne Sekundärmaterialien der Marktforschung → quantitative und qualitative Auswertung von Marktforschungsdaten → Darstellungsmöglichkeiten von Grafiken mithilfe eines Tabellenkalkulationsprogramms → Vorteile einer Fragebogenaktion → Konzeption und Erstellung eines Fragebogens 	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 5: Kunden akquirieren und binden		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler nutzen den Einsatz von Marketinginstrumenten für die Kundengewinnung und Kundenbindung.		
Sie setzen Maßnahmen der Produkt-, Sortiments- und Servicepolitik reflektiert ein.		
Lernsituation 3: Produktpolitik betreiben: Für jeden Durst das richtige Mineralwasser anbieten		
Einstiegsszenario: Die Markgraf Brunnen GmbH positioniert sich auf dem regionalen Markt mit unterschiedlichen Produktlinien. Das Unternehmen bedient sowohl den gehobenen Mengenmarkt über Groß- und Einzelhändler als auch das Marktsegment der Hotels und Restaurants. Neuestes Produkt ist die Marke „Markgraf BioFair“; alle Grundprodukte sind hier ökologisch angebaut und fair gehandelt. Die erweiterte Geschäftsleitung trifft sich zu einem Kick-off-Meeting, um über Maßnahmen der Produktpolitik und des Absatzprogramms zu diskutieren.	Handlungsprodukte: → verbalisierte Merkmale der Produktgestaltung → grafische Darstellung von Produktlebenszyklen (idealtypisch und bezogen auf die Produkte der Markgraf Brunnen GmbH) → Portfolio-Analyse für die Produktlinien der Markgraf Brunnen GmbH → Vorschläge für produktpolitische Maßnahmen → Handlungsempfehlungen zu Sortiments- und Servicepolitik	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → analysieren Merkmale der Produktgestaltung. → kennen die Phasen des idealtypischen Produktlebenszyklus. → wenden das Modell des Produktlebenszyklus auf die Produktlinien der Markgraf-Brunnen GmbH an. → untersuchen die Produktlinien der Markgraf Brunnen GmbH mithilfe der Portfolio-Matrix. → entwickeln Vorschläge und Strategien zur Produkt-, Sortiments- und Servicepolitik.	Konkretisierung der Inhalte: → Produktgestaltung → Produktlebenszyklus (idealtypische und reale Verläufe) → Portfolio-Matrix → Maßnahmen der Produktpolitik → Sortiments- und Servicepolitik	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 5: Kunden akquirieren und binden		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler nutzen den Einsatz von Marketinginstrumenten für die Kundengewinnung und Kundenbindung.		
Sie setzen Modelle der Preistheorie für die betriebliche Preisgestaltung ein.		
Lernsituation 4: Grundlagen der betrieblichen Preispolitik verstehen		
Einstiegsszenario: Die Geschäftsleitung der Markgraf Brunnen GmbH hat die Förderung des Absatzes für die Marke „Markgraf BioFair“ als vorrangiges Unternehmensziel beschlossen. Dabei stellt sich auch die Frage, welchen Einfluss der Preis auf die konkreten Ziele wie z. B. Gewinn- und Umsatzmaximierung, Verdrängung von Mitbewerbern und maximale Marktabschöpfung nimmt. Zu berücksichtigen ist auch, inwieweit das Unternehmen bei unterschiedlichen Marktformen überhaupt aktiv Preispolitik betreiben kann.	Handlungsprodukte: → Darstellung und Interpretation von Angebots- und Nachfragekurve bei vollständiger Konkurrenz → Übersicht über Merkmale des vollkommenen Marktes → Marktformenschema mit Beispielen → Preis-Absatz-Kurve der Markgraf Brunnen GmbH als Polypolist	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → kennen die Prämissen des vollkommenen Marktes. → entwickeln aus vorgegebenen Werten eine grafische Darstellung von Angebots- und Nachfragekurve bei vollständiger Konkurrenz. → interpretieren Marktungleichgewichte und den Gleichgewichtspreis. → untersuchen die Auswirkung von Nachfrageausweitungen. → beschreiben unterschiedliche Marktformen und deren Spielräume für aktive Preispolitik anhand von Beispielen. → erläutern die grafische Darstellung einer Preis-Absatz-Funktion.	Konkretisierung der Inhalte: → Modell der Marktpreisbildung → Merkmale des vollkommenen Marktes → Angebots- und Nachfragekurve bei vollständiger Konkurrenz → Marktungleichgewichte und Gleichgewichtspreis → Wirkung von Nachfrageausweitung auf den Gleichgewichtspreis → Marktformenschema → Preis-Absatz-Funktion auf dem Markt für Mineralwasser	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 5: Kunden akquirieren und binden		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler nutzen den Einsatz von Marketinginstrumenten für die Kundengewinnung und Kundenbindung.		
Sie kalkulieren Preise unter Berücksichtigung unterschiedlicher Einflussfaktoren.		
Lernsituation 5: Einen Preis für „Markgraf BioFair“ kalkulieren und eine Preisstrategie entwickeln		
Einstiegsszenario: <p>Die Entscheidung für eine Preisstrategie mit endgültiger Preisfestlegung ist Aufgabe der Geschäftsführer. Sie werden dabei von den Auszubildenden unter der Leitung von Isabelle Jung beraten.</p> <p>Neben der Deckung aller Kosten strebt die Geschäftsführung einen Gewinn von 10 % an. Die Marketingexpertin legt Wert darauf, dass der Entscheidungsspielraum für die Preisfestlegung auch von den Preisen der Konkurrenten abhängig ist.</p> <p>Als weiterer Einflussfaktor der Preisbildung ist zu berücksichtigen, ob die Käufer das Preis-Leistungsverhältnis akzeptieren.</p>	Handlungsprodukte: <ul style="list-style-type: none"> → Überblick über Arten der Preisbildung → kostenorientierte Preiskalkulation mittels Kalkulationsschema → nachfrage- bzw. konkurrenzorientierte Preiskalkulation mittels Deckungsbeitragsrechnung (Gewinn, Preisuntergrenzen) bei schwankender Beschäftigung → berechnete kurz- und langfristige Preisuntergrenze → Entscheidungen zur Sortimentsbildung → Preisstrategie unter Nutzung von Preisdifferenzierung → Vorschlag zur Preisgestaltung unter den Aspekten Kosten, Konkurrenz, Nachfrage, Preisdifferenzierung und Preisstrategie 	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler <ul style="list-style-type: none"> → unterscheiden Einflussgrößen der Preisbildung. → kalkulieren einen Verkaufspreis. → nutzen die Deckungsbeitragsrechnung zur Preisfestsetzung. → geben Empfehlungen zur Sortimentsbildung, indem sie die Ergebnisse der Deckungsbeitragsrechnung interpretieren. → entwickeln eine Preisstrategie unter Kosten-, Konkurrenz- und Nachfrageorientierung und berücksichtigen dabei Möglichkeiten der Preisdifferenzierung. 	Konkretisierung der Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> → Einflussfaktoren der Preisbildung: Kosten, Konkurrenz, Nachfrage → Preisbildung auf Vollkostenbasis (Kalkulationsschema) → Preisbildung auf Teilkostenbasis (Deckungsbeitragsrechnung, kurz- und langfristige Preisuntergrenze) → Sortimentsentscheidungen mithilfe der Deckungsbeitragsrechnung → Arten der Preisdifferenzierung → Preisstrategien (z. B. Hochpreisstrategie) und weitere Marketingstrategien (z. B. Wachstumsstrategie) → Konditionenpolitik 	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 5: Kunden akquirieren und binden		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler nutzen den Einsatz von Marketinginstrumenten für die Kundengewinnung und Kundenbindung.		
Sie setzen die Kommunikationspolitik zur Förderung des Absatzes ein.		
Lernsituation 6: Den Absatz fördern mit Werbung und mehr		
Einstiegsszenario: „Einfach bio – einfach fair.“ Der Werbeslogan soll ein wesentliches Element der Marketingstrategie der Markgraf Brunnen GmbH sein. Man ist sich aber darüber im Klaren, dass ein einzelner Slogan noch keine Werbekampagne macht und Werbung ohnehin nur ein mögliches Element der Kommunikationspolitik ist. So entsteht die Notwendigkeit, eine Zusammenstellung wesentlicher Instrumente anzufertigen, diese kurz zu skizzieren und einige konkrete Möglichkeiten für die Vermarktung aufzuzeigen.	Handlungsprodukte: → Zusammenstellung von Marketinginstrumenten mit Kurzdefinitionen → Radiospot unter Berücksichtigung der Grundsätze der Absatzwerbung → Zuordnung der Radiowerbung zu unterschiedlichen Formen der Werbung → Übersicht zu Möglichkeiten des Social Media Marketing mit Erläuterungen → Umsetzungsmöglichkeiten von Social Media Marketing für die Marke „Markgraf BioFair“	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → erläutern unterschiedliche Marketinginstrumente. → wenden die AIDA-Formel auf ein konkretes Beispiel an. → beschreiben und berücksichtigen Werbegrundsätze. → unterscheiden Formen der Werbung. → erläutern Begriffe des Social Media Marketings. → prüfen den Einsatz von Social Media Werbung für die Markgraf Brunnen GmbH.	Konkretisierung der Inhalte: → Marketing-Instrumente mit Beispielen für die Markgraf Brunnen GmbH → Grundsätze der Absatzwerbung → AIDA-Formel → Formen der Werbung → Social Media Marketing	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 5: Kunden akquirieren und binden		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler nutzen den Einsatz von Marketinginstrumenten für die Kundengewinnung und Kundenbindung.		
Sie setzen die Kommunikationspolitik zur Förderung des Absatzes ein.		
Lernsituation 7: Eine Werbeplanung erstellen und prüfen		
Einstiegsszenario: Die Produktlinie „Markgraf Premium“ hat sich in den letzten Jahren mit kontinuierlichen Absatzsteigerungen zu einer starken Marke des Produktionsprogramms der Markgraf Brunnen GmbH entwickelt. Um die Nachhaltigkeit des Markterfolges zu sichern, beschließt die Unternehmensleitung, durch gezielte Marketing-Maßnahmen neue Kunden für dieses Marktsegment zu akquirieren und zu binden. Nach Vorgaben der Unternehmensleitung soll ein Werbeplan erstellt werden.	Handlungsprodukte: → Werbeplan für das Produkt „Markgraf Premium“ → prämierter Werbeslogan für das Produkt „Markgraf Premium“ → hinsichtlich der Grenzen der Werbefreiheit geprüfte Werbebotschaften → Werbebrief (Serienbrief) → Entscheidung für eine Anzeigenkampagne unter Kostengesichtspunkten → Vorschläge zur Öffentlichkeitsarbeit → Maßnahmen zur Messung des Werbeerfolgs	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → erläutern Elemente eines Werbeplans. → kennen Kriterien für einen guten Werbeslogan. → entwickeln einen Werbeslogan. → berücksichtigen gesetzliche Vorgaben für Werbung und antizipieren Einsprüche des Deutschen Werberates. → entwerfen einen Werbebrief (Serienbrief). → erstellen den Brief mit einem Textverarbeitungsprogramm und nutzen grafische Funktionen zur Text- und Bildbearbeitung. → analysieren die Wirtschaftlichkeit einer Anzeigenkampagne. → planen Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit. → kontrollieren den Erfolg von Werbemaßnahmen.	Konkretisierung der Inhalte: → Elemente eines Werbeplans → Kriterien eines Werbeslogans → Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) → Aufgaben des Deutschen Werberates → Gestaltungselemente eines Werbebriefes für die Markgraf Brunnen GmbH → Werbeetat und Werbekosten → Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit → Werbeerfolgskontrolle	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 5: Kunden akquirieren und binden		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler nutzen den Einsatz von Marketinginstrumenten für die Kundengewinnung und Kundenbindung.		
Sie reflektieren unterschiedliche Marketinginstrumente hinsichtlich der Zielerreichung einer Werbekampagne.		
Lernsituation 8: Einen Marketing-Mix entwickeln und kontrollieren		
Einstiegsszenario: Die Neukundengewinnung für die Produktlinie „Markgraf Premium“ hat sich als äußerst erfolgreich erwiesen. Anfragen und Bestellungen nehmen weiter zu. Heute prüft die Geschäftsführerin, Frieda Arnold, die Bestellung des Neukunden „Art + More“, der seinen Auftrag mit Werbung in eigener Sache verknüpft. Als Werbeagentur bietet „Art + More“ die Entwicklung eines maßgeschneiderten Marketing-Mix an. Nach einem Gespräch ist sich die erweiterte Geschäftsleitung schnell einig, mit „Art + More“ neue Wege in der Vermarktung zu gehen.	Handlungsprodukte: → zu einer Marketingaufgabe passend ausgewählte Marketinginstrumente → Vorschläge für einen Marketing-Mix → Auswahl der besten Gesamtkonzepte für einen Marketing-Mix → Vorschläge zur Kontrolle von Marketingmaßnahmen	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → wählen geeignete Marketingmaßnahmen für eine Marketingaufgabe aus. → planen einen Marketingmix. → dokumentieren, präsentieren und beurteilen unterschiedliche Vorschläge für einen Marketing-Mix. → erläutern geeignete Kontrollinstrumente zur Überprüfung der Wirtschaftlichkeit einer Marketingmaßnahme.	Konkretisierung der Inhalte: → Elemente eines Marketing-Mix → Möglichkeiten der unterschiedlichen Marketinginstrumente → Kombination von Marketinginstrumenten → Marketingcontrolling	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg. Sie erfassen den Zusammenhang von Werteströmen und Geschäftsfällen und dokumentieren diese unter Berücksichtigung gesetzlicher und kaufmännischer Vorgaben.		
Lernsituation 1: Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens kennenlernen		
Einstiegsszenario: Alisa ist Auszubildende im 2. Ausbildungsjahr der Young Cosmetics KG. Anhand ihrer bisherigen Ausbildungserfahrungen werden Güter-, Geld- und Informationsströme identifiziert. Der Zusammenhang von Werteströmen und Geschäftsfällen, die im Rechnungswesen anhand von Belegen zu erfassen sind, zeigt die Auswirkungen (Wertzugänge bzw. Wertabgänge) auf den Vermögens-, Kapital- und Leistungsbereich des Unternehmens. Rechtliche Anforderungen an eine ordnungsgemäße Buchführung und die Dokumentation von Vermögen und Kapital in einer Bilanz werden thematisiert.	Handlungsprodukte: → identifizierte Güter-, Geld- und Informationsströme in den Funktionsbereichen der Young Cosmetics KG → den Geschäftsfällen bzw. Belegen zugeordnete Werteströme → Entscheidungen zur r Anwendung von Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung → berechnete Bilanzwerte und Darstellung des Bilanzmodells	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → identifizieren Werteströme anhand von Geschäftsprozessen. → stellen einen Zusammenhang von Werteströmen und Geschäftsfällen mit und ohne Auswirkung auf den Erfolg des Betriebes her. → entscheiden, ob es sich bei Geschäftsfällen jeweils um Wertzugänge oder Wertabgänge handelt. → informieren sich über rechtliche Anforderungen an eine ordnungsgemäße Buchführung. → unterscheiden und prüfen verschiedene Arten von Belegen (Eigen-/Fremdbelege und Eingangs-/Ausgangsrechnungen). → dokumentieren Vermögen und Kapital im Bilanzmodell.	Konkretisierung der Inhalte: → Werteströme und Geschäftsprozesse → Werteströme und Belege/Belegarten → kaufmännische Buchführungspflicht (Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung, Aufbewahrungspflichten) → die Bilanz als Dokumentation von Vermögen und Kapital	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:
Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)

<p>Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg.</p> <p>Sie kennen die Buchungsregeln für Bestandskonten und wenden diese an.</p>		
<p>Lernsituation 2: Die Buchungsregeln im System der doppelten Buchführung erarbeiten</p>		
<p>Einstiegsszenario:</p> <p>Ausgehend vom Bilanzmodell erläutert Frau Richter, Ausbilderin in der Abteilung Rechnungswesen der Young Cosmetics KG, die möglichen Auswirkungen von Geschäftsfällen auf die Bilanz.</p>	<p>Handlungsprodukte:</p> <ul style="list-style-type: none"> → tabellarische Übersicht: Geschäftsfällen sind Bilanzpositionen, Kontenart und Art der Bilanzveränderung zugeordnet → auf den Konten „Kasse“ und „Verbindlichkeiten“ erfasste Geschäftsfälle → tabellarische Übersicht: mit den Geschäftsfällen sind Bilanzpositionen, Kontenart, Wertveränderung und Kontoseite (Soll/Haben) zugeordnet → schematische und verbalisierte Darstellung der Buchungsregeln 	
<p>Wesentliche Kompetenzen:</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler</p> <ul style="list-style-type: none"> → ordnen Geschäftsfällen die betroffenen Bilanzpositionen zu, unterscheiden diese nach Aktiv- und Passivkonto und stellen die Art der Bilanzveränderung fest. → erarbeiten die Buchungsregeln für Bestandskonten. → führen die Konten „Kasse“ und „Verbindlichkeiten“. → wenden die Vorüberlegungen zur doppelten Buchung bei der Erfassung von Geschäftsfällen an. → unterscheiden und formulieren die Buchungsregeln nach Kontenarten und Werteströmen. 	<p>Konkretisierung der Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Veränderung der Bilanz durch Werteströme/Geschäftsfälle → Erfassen der Werteströme/Geschäftsfälle auf Konten → Prinzip der doppelten Buchführung → Buchungsregeln 	
<p>Lern- und Arbeitstechniken:</p>	<p>Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL</p>	<p>Organisatorische Hinweise:</p>

Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg. Sie buchen Geschäftsfälle auf Bestandskonten im Grundbuch und Hauptbuch.		
Lernsituation 3: Bestandskonten im Grundbuch und Hauptbuch führen		
Einstiegsszenario: Anhand eines Bankbeleges (Barabhebung vom Bankkonto) erklärt Frau Richter die Vorgehensweise zur Erstellung eines Buchungssatzes.	Handlungsprodukte: → einfache und zusammengesetzte Buchungssätze für Bestandskonten im Grundbuch → kontierte Belege und Rückschluss auf Geschäftsfälle anhand von Buchungssätzen → Buchungsgang mit Grundbuch und Hauptbuch	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → kennen die Schritte einer systematischen Vorgehensweise zur Bildung eines Buchungssatzes. → bilden Buchungssätze anhand von Belegen und Geschäftsfällen. → ermitteln aus vorgegebenen Buchungssätzen die zugrundeliegenden Geschäftsfälle. → kontieren Belege. → formulieren zusammengesetzte Buchungssätze aus Geschäftsfällen. → führen das Hauptbuch zu Bestandskonten.	Konkretisierung der Inhalte: → einfacher und zusammengesetzter Buchungssatz (Grundbuch) → Vorkontierung der Belege → Hauptbuch → Eröffnung und Abschluss der Bestandskonten → vom Eröffnungsbilanzkonto zum Schlussbilanzkonto	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg. Sie buchen Aufwendungen und Erträge im Grundbuch und Hauptbuch und ermitteln das Unternehmensergebnis.		
Lernsituation 4: Aufwendungen und Erträge auf Erfolgskonten buchen und das Unternehmensergebnis ermitteln		
Einstiegsszenario: Ausgehend von der Feststellung, dass alle bisherigen Geschäftsfälle das Eigenkapital in seiner Höhe nicht verändert haben, erörtern Frau Richter und Alisa die Bedeutung des Gewinns für das Unternehmen. Geschäftsfälle mit Aufwendungen bzw. Erträgen, die das Eigenkapital verändern, werden als Wertzugänge bzw. Wertabgänge identifiziert und im Grund- und Hauptbuch auf Erfolgskonten erfasst.	Handlungsprodukte: → verschriftliche Aspekte zu Ansprüchen von Unternehmern auf Gewinn und Bedeutung des Gewinns für Unternehmen → identifizierte erfolgserfolgswirksame Geschäftsfälle → Buchungen erfolgswirksamer Geschäftsfälle im Grundbuch und Hauptbuch → über das „Gewinn- und Verlustkonto“ abgeschlossene Erfolgskonten → über das „Eigenkapitalkonto“ abgeschlossenes „Gewinn- und Verlustkonto“ → analysierte Gewinnentwicklung des Modellbetriebes	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → kennen die Bedeutung der Gewinnerzielung für ein Unternehmen. → deuten die Auswirkungen von Belegen bzw. Geschäftsfällen auf das Eigenkapital. → ordnen den Aufwendungen und Erträgen die Werteströme (Wertzugänge bzw. Wertabgänge) zu. → formulieren eigene erfolgswirksame Geschäftsfälle. → buchen Belege und erfolgswirksame Geschäftsfälle im Grund- und Hauptbuch. → schließen die Erfolgskonten ab und erstellen das Gewinn- und Verlustkonto. → ermitteln den Gesamtgewinn sowie den durchschnittlichen Gewinn und nehmen Stellung zu möglichen Ursachen der Gewinnentwicklung.	Konkretisierung der Inhalte: → Bedeutung erfolgswirksamer Vorgänge für Kapitalgeber und Unternehmen → Erfolgskonten als Dokumentation der Quellen des wirtschaftlichen Erfolgs → Buchen auf Erfolgskonten → Abschluss von Erfolgskonten → Überblick über das System der doppelten Buchführung mit Bestands- und Erfolgskonten	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg. Sie buchen auf Bestands- und Erfolgskonten und setzen dabei den Industriekontenrahmen (IKR) als Organisationsmittel ein.		
Lernsituation 5: Kontenrahmen und Kontenplan als Organisationsmittel einsetzen		
Einstiegsszenario: Die Vielzahl von Geschäftsfällen, die in der Young Cosmetics KG täglich anfallen, führen zu unterschiedlichen Buchungen auf Bestands- und Erfolgskonten einschließlich deren Abschlussbuchungen. Sie erfordern einen Ordnungsrahmen zur einheitlichen Erfassung aller Geschäftsfälle/ Werteströme. Für Alisa stellt sich die Aufgabe, sich mit dem Industriekontenrahmen vertraut zu machen und mithilfe des Kontenrahmens zu buchen.	Handlungsprodukte: → nach IKR zugeordnete Konten und Kontennummern → Kontenplan für die Young Cosmetics KG → Buchungssätze mit Angabe der Kontennummern nach IKR für Bestands- und Erfolgskonten	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → beschreiben Aufbau und Gliederung des Industriekontenrahmens. → unterscheiden Kontenrahmen und Kontenplan. → ordnen Kontennummern Kontenart und Konto zu. → erstellen aus dem Kontenrahmen einen betrieblichen Kontenplan. → bilden Buchungssätze unter Verwendung der Konten des IKR und Kontennummern.	Konkretisierung der Inhalte: → Aufbau und Gliederung des Industriekontenrahmens → Kontenplan	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg. Sie erfassen das System der Umsatzsteuer, berücksichtigen die Umsatzsteuer bei Ein- und Ausgangsrechnungen und erstellen eine Umsatzsteuervoranmeldung.		
Lernsituation 6: Eine Umsatzsteuervoranmeldung erstellen – oder: Verdient der Staat an der Geschäftstätigkeit der Young Cosmetics KG immer mit?		
Einstiegsszenario: Frau Richter sendet eine interne Mitteilung an Frau Schönberg (Mitarbeiterin in der Abteilung Rechnungswesen) mit der Bitte, die bereits vorbereitete Umsatzsteuererklärung zu korrigieren und fertigzustellen. Alisa soll in den Arbeitsprozess einbezogen werden und mit Unterstützung von Frau Schönberg das System der Umsatzsteuer erarbeiten.	Handlungsprodukte: → Gegenüberstellung von recherchierten „Kuriositäten“ im Vergleich der Umsatzsteuersätze → ausgefüllte schematische Darstellung des Systems der Umsatzsteuer → Buchungssätze unter Berücksichtigung von Umsatzsteuer im Grundbuch → im Hauptbuch (Konten „Umsatzsteuer“ und „Vorsteuer“) buchhalterisch ermittelte Zahllast → ausgefüllter Überweisungsträger für die Überweisung der Zahllast → im ausgefüllter Lückentext mit Merksätzen zur Umsatzsteuer	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → erläutern das System der Umsatzsteuer. → erläutern die Zielsetzung unterschiedlicher Umsatzsteuersätze. → recherchieren Beispiele für unterschiedliche Umsatzsteuersätze. → grenzen Begriffe im Bereich der Umsatzsteuer voneinander ab. → buchen Ein- und Ausgangsrechnungen unter Berücksichtigung der Umsatzsteuer. → führen das Vorsteuer- und Umsatzsteuerkonto im Hauptbuch. → ermitteln die Zahllast und bereiten die Überweisung vor. → fassen die wesentlichen Erkenntnis in „Merksätzen zur Umsatzsteuer“ zusammen.	Konkretisierung der Inhalte: → Umsatzsteuergesetz, insbesondere § 1 UStG → System der Umsatzsteuer → buchhalterische Erfassung der Umsatzsteuer auf den Konten „Umsatzsteuer“ und „Vorsteuer“ → Ermittlung von Zahllast bzw. Vorsteuerüberhang → Umsatzsteuervoranmeldung	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg. Sie erfassen anhand von Eingangs- und Ausgangsrechnungen Wareneinkäufe (nach dem aufwandsrechnerischen Verfahren) und Warenverkäufe, buchen Rücksendungen und Skonti und werten die Warenkonten aus..		
Lernsituation 7: Warengeschäfte im Einkauf und Verkauf buchen		
Einstiegsszenario: Alisa hat eine Warensendung in Empfang genommen und in das Lager geräumt. Aus diesem Vorgang leitet sie ab, dass eingehende Waren zunächst auf dem Bestandskonto „Handelswaren“ gebucht werden. Frau Richter erklärt Alisa jedoch, dass das sogenannte bestandsorientierte Verfahren in der Young Cosmetics KG nicht angewandt wird, sondern dass die Wareneinkäufe nach dem aufwandsorientierten Verfahren gebucht werden. Ausgehend von diesem Gespräch ergibt sich die Notwendigkeit, das aufwandsorientierte Verfahren näher zu betrachten.	Handlungsprodukte: → konkretisierte Begriffe des aufwandsrechnerischen Verfahrens beim Wareneinkauf → Grund- und Hauptbuch für Wareneinkäufe und Warenverkäufe einschließlich Buchung der Bestandsveränderung → ermittelter Wareneinsatz und Warenrohgewinn → Grundbuch und Hauptbuch für Warenrücksendungen und Zahlungsausgleich unter Abzug von Skonto	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → unterscheiden bestands- und aufwandsorientiertes Verfahren zur Erfassung von Wareneinkäufen. → ermitteln den Wareneinsatz. → ermitteln und buchen Bestandsveränderungen auf dem Konto „Handelswaren“. → buchen Wareneinkäufe und Warenverkäufe im Grund- und im Hauptbuch und schließen die Warenkonten ab. → buchen Warenrücksendungen und Skonti im Einkauf und Verkauf. → ermitteln rechnerisch und buchhalterisch den Warenrohgewinn.	Konkretisierung der Inhalte: → aufwandsorientierte Buchung des Wareneinkaufs → Buchung von Bestandsveränderungen → Buchung des Warenverkaufs → Warenrücksendungen und Skonti im Einkauf und Verkauf	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg. Sie buchen erfolgswirksame und nicht erfolgswirksame Geschäftsfälle, die zu einer Änderung des Eigenkapitals führen, und berechnen Eigenkapitalveränderungen und Erfolg.		
Lernsituation 8: Eigenkapitaländerungen erfassen		
Einstiegsszenario: Samia Lang, Komplementärin der Young Cosmetics KG, ist von einer Geschäfts- und Urlaubsreise zurückgekehrt. Sie legt sowohl geschäftliche als auch private Belege über ihre Reisekosten vor, die vom Geschäftskonto beglichen werden. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, die Reisekosten aufzuteilen und mit Bezug zum Konto „Eigenkapital“ zu buchen. Darüber hinaus wird der Erfolg des Geschäftsjahres unter Berücksichtigung von Privatentnahmen und Privateinlagen auch rechnerisch ermittelt.	Handlungsprodukte: → Aufteilung von geschäftlich und privat veranlassten Reisekosten → Buchungssätze für die Zahlung der Reisekosten → Buchung von Eigenverbrauch → Abschluss des Kontos „Privat“ → durch Eigenkapitalvergleich ermittelter Erfolg	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → entwickeln einen Vorschlag zur Aufteilung von Mischbelegen. → buchen privat veranlasste Geschäftsfälle im Grundbuch. → führen das Konto „Privat“ im Hauptbuch und führen den Kontenabschluss durch. → ermitteln den Erfolg des Unternehmens durch Eigenkapitalvergleich.	Konkretisierung der Inhalte: → nicht erfolgswirksame Eigenkapitaländerungen durch Privateinlagen und Privatentnahmen → Buchungen auf dem Privatkonto (Privateinlagen/-entnahmen, Eigenverbrauch) → Erfolgsermittlung durch Eigenkapitalvergleich	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg. Sie erfassen buchhalterisch die Anschaffung, die Abschreibung und den Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens.		
Lernsituation 9: Anschaffungen, Abschreibungen und Verkäufe im Anlagevermögen buchen		
Einstiegsszenario: Der Firmenwagen der Young Cosmetics KG hat schon 140 000 km „auf dem Buckel“, ist bereits 6 Jahre alt, längst reparaturanfällig und vermittelt kein werbewirksames Bild mehr. Er ist vollständig abgeschrieben. Es wird deshalb mit dem örtlichen Autohändler ein Kaufvertrag über einen neuen Pkw abgeschlossen. Alle mit dem Kauf verbundenen Buchungen und Folgebuchungen (Abschreibungen, Verkauf des alten Pkw) sind Gegenstand der folgenden Überlegungen.	Handlungsprodukte: → Anschaffungskosten des neuen Pkw → Buchungssatz für die Anschaffung des neuen Pkw und den Zahlungsausgleich → Auflistung möglicher Ursachen für den Werteverfall des neuen Pkw und Auswirkungen auf den Erfolg der Young Cosmetics KG → Berechnungen zur linearen Abschreibung → Buchungen zur Anschaffung und Abschreibung eines Druckers im Grundbuch und Hauptbuch → Buchungen zum Verkauf eines Fahrzeuges nach Ermittlung des Restbuchwertes	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → kennen die Bestandteile von Anschaffungskosten für Anlagegüter. → berechnen die Anschaffungskosten für einen neuen Pkw. → bilden Buchungssätze für die Anschaffung und Abschreibung von Anlagegütern einschließlich zeitanteiliger Abschreibung. → ermitteln den Abschreibungsbetrag und Abschreibungssatz bei linearer Abschreibung. → erstellen Abschreibungspläne. → ermitteln den Restbuchwert von Anlagegütern, buchen den Verkauf und berechnen den Verkaufserfolg.	Konkretisierung der Inhalte: → Ermittlung und Buchung der Anschaffungskosten → Berechnung und Buchung der linearen Abschreibung → Verkauf von gebrauchtem Anlagevermögen (Berechnung, Buchung)	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg. Sie stellen einen Zusammenhang zwischen Finanzbuchführung und tatsächlichen Bestandswerten her und beurteilen die Entwicklung eines Unternehmens mit Hilfe von Kennziffern.		
Lernsituation 10: Die Vermögens-, Finanz- und Erfolgslage eines Unternehmens analysieren		
Einstiegsszenario: Die Unternehmensergebnisse der Young Cosmetics KG konnten in den letzten Jahren nicht immer zufrieden stellen. Es wird deshalb eine Kooperation mit Partnern gesucht, die sich mit ihren Kompetenzen und Angeboten ergänzen. Mit einem Investitionskredit der Hausbank wäre ein Kauf von „Naturkosmetik Klara e. Kfr.“, einem benachbarten Unternehmen, möglich. Zur Ermittlung des Kaufpreises wird eine Inventur angefordert. Eine anschließende Analyse anhand von Bilanz- und Erfolgskennziffern führt zu einer Beurteilung des Kreditrisikos.	Handlungsprodukte: → Stellungnahme zur Notwendigkeit einer zeitnahen Inventur zwecks Kaufpreisermittlung für „Naturkosmetik Klara eKfr“. → Entscheidung für ein sinnvolles Inventurverfahren bei „Naturkosmetik Klara“ → berechnete und ausgewertete Bilanzkennziffern von „Naturkosmetik Klara“ → berechnete und ausgewertete Erfolgskennziffern von „Naturkosmetik Klara“ → schriftliche Beurteilung des Kreditrisikos für den geplanten Investitionskredit	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → erkennen den Zusammenhang zwischen Finanzbuchführung und Bilanz Gründe für Inventurdifferenzen. → entscheiden sich begründet für ein Inventurverfahren. → ermitteln Bilanz- und Erfolgskennziffern und beurteilen eine Unternehmensentwicklung. → beurteilen das Kreditrisiko für einen erforderlichen Investitionskredit.	Konkretisierung der Inhalte: → Durchführung der Inventur und Inventurarten, Inventar → Zusammenhang zwischen Buchführung und Bilanz → Bewertung von Unternehmen mittels Bilanz- und Erfolgskennziffern.	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 6: Werteströme erfassen und beurteilen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler erfassen prozessbegleitend Werteströme im Betrieb, dokumentieren diese ordnungsgemäß und beurteilen die Auswirkungen auf den Betriebserfolg. Sie erstellen ein Grundbuch und Hauptbuch anhand von Belegen.		
Lernsituation 11: Einen Beleggeschäftsgang buchhalterisch erfassen		
Einstiegsszenario: Ausgehend von den Daten des bisherigen Geschäftsjahres werden Belege für den Monat Dezember des laufenden Geschäftsjahres gebucht und das Geschäftsjahr wird abgeschlossen.	Handlungsprodukte: → Grundbuch der Young Cosmetics KG für den Monat Dezember → Hauptbuch der Young Cosmetics KG für den Monat Dezember	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → wenden ihre Kenntnisse zu den Anforderungen an eine ordnungsgemäße Buchführung bei der Erstellung eines Beleggeschäftsganges an. → Erkenn und verstehen Belege. → wenden die Buchungsregeln an. → erstellen das Grundbuch und Hauptbuch. → arbeiten konzentriert, verantwortungsbewusst und sorgfältig. → überprüfen ihre Ergebnisse hinsichtlich der Plausibilität der Ergebnisse.	Konkretisierung der Inhalte: Belegbuchungen zu den Bereichen: → Einkauf- und Verkauf von Waren → Bestandsveränderungen → Rücksendungen und Skonto im Ein- und Verkauf → sonstiger Einkauf- und Verkauf im Leistungsbereich (Aufwendungen/Erträge) → Verkauf von Anlagegütern → Abschreibungen auf Anlagevermögen → Privatentnahmen und –einlagen → Abschluss der Unterkonten und Konten	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 7: Gesprächssituationen gestalten		(40 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler besitzen die Kompetenz, in Gesprächssituationen mit Geschäftspartnern angemessen und sachgerecht zu handeln.		
Die Schülerinnen und Schüler erfassen die unterschiedlichen Anforderungen, die Gesprächssituationen (Beratung, Beschwerde, Reklamation) mit sich bringen. Sie zeigen Bereitschaft und Flexibilität Gespräche engagiert, zielgerichtet und verantwortungsbewusst zu führen.		
Lernsituation 1: Anforderungen an Gesprächssituationen erfassen		
Einstiegsszenario: Der Auszubildende ist neu in der Abteilung „Verkauf“ der FanGusto GmbH. Am ersten Tag lernt er verschiedene Situationen kennen: einen Beratungstermin mit einem Restaurantleiter, eine Situation mit einem Kunden im Laden, ein Beschwerdegespräch. Er erfasst die unterschiedlichen Situationen und Anforderungen an die Mitarbeiter.	Handlungsprodukte: ➔ Advance Organizer (zu Situationen und Anforderungen)	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler ➔ leiten aus Gesprächssituationen deren Charakteristika ab. ➔ leiten aus Gesprächssituationen Anforderungen ab, die diese mit sich bringen. ➔ stellen ihre Ergebnisse in Form eines Advance Organizers dar. ➔ verbalisieren den Advance Organizer. ➔ vergleichen ihre Ergebnisse.	Konkretisierung der Inhalte: ➔ Überblick über die Inhalte des Lernfeldes: <ul style="list-style-type: none"> ○ Gesprächsarten: Information und Beratung, Beschwerde, Reklamation ○ fachliche und rechtliche Kenntnisse über den Gesprächspartner ○ Grundlagen der Kommunikation ○ Regeln und Techniken der Gesprächsführung ○ soziale und personale Kompetenzen 	
Lern- und Arbeitstechniken: Advance Organizer	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise: Die Dialoge können als szenisches Spiel von den Schülern vorbereitet und vor der Klasse gespielt werden. Die Advance Organizer können in themen- gleicher oder arbeitsteiliger Gruppenarbeit erstellt werden. Bei der arbeitsteiligen Variante analysiert jeweils eine Gruppe eine Gesprächssituation. Dann finden sich Mitglieder aus den drei Gruppen zusammen und gestalten gemeinsam die Übersicht.

Lernfeld 7: Gesprächssituationen gestalten		(40 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler besitzen die Kompetenz, in Gesprächssituationen mit Geschäftspartnern angemessen und sachgerecht zu handeln.		
Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über die Möglichkeiten der Kommunikation mit Geschäftspartnern ihres Betriebes. Dazu schätzen sie die jeweilige Kommunikationssituation ein. Sie recherchieren Techniken der Kommunikation sowie rechtliche und betriebliche Regelungen		
Lernsituation 2: Geeignete Kommunikationsmöglichkeiten auswählen und ein Informations- und Beratungsgespräch organisieren		
Einstiegsszenario: Die FunGusto GmbH hat neue Produkte und Dienstleistungen in ihr Sortiment aufgenommen. Da diese bislang trotz Informationen im aktuellen Katalog von den Kunden kaum nachgefragt werden, sucht man nach weiteren Möglichkeiten, den Kunden diese neuen Angebote nahezubringen. In der Rolle als Auszubildende in der Verkaufsabteilung wählen die Schülerinnen und Schüler passende Kommunikationsmöglichkeiten aus und treffen die organisatorischen Vorbereitungen für ein Informations- und Beratungsgespräch.	Handlungsprodukte: → Übersicht über geeignete Kommunikationsmöglichkeiten unter Berücksichtigung der rechtlichen und betrieblichen Regelungen → Ablaufplanung für die Organisation und Vorbereitung auf ein Informations- und Beratungsgespräch	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → informieren sich über die Möglichkeiten der Kommunikation mit Geschäftspartnern ihres Betriebes. Dazu schätzen sie die jeweilige Kommunikationssituation ein. → recherchieren in diesem Zusammenhang rechtliche und betriebliche Regelungen. → entscheiden sich auf Grundlage der Informationen und Recherchen für eine der Situation angemessene Kommunikationsmöglichkeit und begründen ihre Entscheidung. → treffen Vorbereitungen für eine positive Gesprächsatmosphäre.	Konkretisierung der Inhalte: → Möglichkeiten der Kommunikationen (face to face, fernmündlich/Videokonferenz) → Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) bei Telefongesprächen → Organisatorische Vorbereitung im Hinblick auf Raumgestaltung und Bewirtung	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 7: Gesprächssituationen gestalten		(40 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler besitzen die Kompetenz, in Gesprächssituationen mit Geschäftspartnern angemessen und sachgerecht zu handeln.		
<p>Die Schülerinnen und Schüler ermitteln die Wünsche, Emotionen und Interessen der Geschäftspartner durch aktives Zuhören und gezielte Fragestellung sowie durch die Analyse von Äußerungen und Verhalten. Sie definieren die situationsbezogenen Gesprächsziele und sammeln Argumente für die Gespräche. Sie achten auf eine positive Gesprächsatmosphäre zur Umsetzung ihrer Ziele. Sie erstellen Kriterienkataloge zur Beurteilung von Gesprächssituationen.</p>		
Lernsituation 3: Einfache Informations- und Beratungsgespräche führen		
Einstiegsszenario: Der Auszubildende ist in den Verkaufsräumen der FanGusto GmbH als Kundenberater eingesetzt. Er bereitet sich auf die Kundengespräche vor, um sie fach- und sachgerecht zu führen.	Handlungsprodukte: → Mindmap mit den wichtigsten Techniken und Regeln der Gesprächsführung → Gesprächsleitfaden → Kriterienkatalog für die Beurteilung von Gesprächen → Kundengespräche (Rollenspiele)	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → informieren sich über die Grundlagen der Kommunikation sowie die Techniken und Regeln der Gesprächsführung. → wenden ihre Kenntnisse auf konkrete Gesprächssituationen an. → beurteilen Gespräche Kriterien geleitet.	Konkretisierung der Inhalte: → Sach- und Beziehungsebene → Vier-Ohren-Modell → Verbale, para- und nonverbale Kommunikation → Gesprächsziele und Argumentation → Regeln der Gesprächsführung → Fragetechniken	
Lern- und Arbeitstechniken: Mindmapping Partnerpuzzle Rollenspiel	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise: Von Vorteil ist für die Durchführung der Rollenspiele die räumliche Gestaltung in Form einer Ladenatmosphäre (manche Schulen haben bspw. Fachräume für den Einzelhandel). Das Filmen der Rollenspiele kann die Beurteilung erleichtern.

Lernfeld 7: Gesprächssituationen gestalten		(40 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler besitzen die Kompetenz, in Gesprächssituationen mit Geschäftspartnern angemessen und sachgerecht zu handeln.		
<p>Für einen verständnisvollen Umgang mit Geschäftspartnern entwickeln sie Strategien zur Konfliktbewältigung und -vermeidung. Sie berücksichtigen dabei die Wirkung der eigenen Persönlichkeit. Sie sind sich ihrer emotionalen Reaktionstendenz bewusst und passen diese bei Bedarf zielorientiert an.</p> <p>Sie erkennen Konfliktursachen in der Kommunikation und führen Konfliktgespräche (Eisbergmodell, Gewaltfreie Kommunikation). Die Schülerinnen und Schüler wenden Strategien zur Lösung von möglichen Konflikten in Gesprächssituationen an.</p>		
Lernsituation 4: Strategien zur Konfliktbewältigung und –vermeidung entwickeln		
Einstiegsszenario: Der Auszubildende erlebt eine Konfliktsituation eines anderen Auszubildenden mit einem Kunden. Der Konflikt wird in der Situation nicht gelöst.	Handlungsprodukte: → Übersicht über Ursachen/Anzeichen von Konflikten in einer konkreten Situation → Checkliste zur Vermeidung von Konflikten → Kundengespräche (Rollenspiele)	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → arbeiten die Ursachen und Anzeichen aus einer konkreten Konfliktsituation heraus. → entwickeln Strategien zur Konfliktvermeidung. → wenden Strategien zur Konfliktvermeidung in Gesprächssituationen an. → setzen das Konzept der Gewaltfreien Kommunikation in Konfliktsituation ein. → entwickeln ein Gespür für die Wirkung ihrer eigenen Persönlichkeit.	Konkretisierung der Inhalte: → sach- und beziehungsbezogene Ursachen von Konflikten → Anzeichen von Konflikten → Strategien zur Konfliktvermeidung und -bewältigung	
Lern- und Arbeitstechniken: Rollenspiele	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise: Von Vorteil ist für die Durchführung der Rollenspiele die räumliche Gestaltung in Form einer Ladenatmosphäre (manche Schulen haben bspw. Fachräume für den Einzelhandel). Das Filmen der Rollenspiele kann die Beurteilung erleichtern.

Lernfeld 7: Gesprächssituationen gestalten		(40 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler besitzen die Kompetenz, in Gesprächssituationen mit Geschäftspartnern angemessen und sachgerecht zu handeln.		
Die Schülerinnen und Schüler nehmen Geschäftspartner als wichtige Partner wahr. Sie informieren und beraten diese auch in einer fremden Sprache. Sie vertreten die Interessen des Betriebes und verhalten sich verantwortungsvoll den Geschäftspartnern und sich selbst gegenüber. Sie artikulieren verständlich den Sachverhalt und reagieren situativ angemessen auf verbale und nonverbale Äußerungen der Geschäftspartner. Zu Geschäftspartnern bauen sie ein Vertrauensverhältnis auf, zeigen Einfühlungsvermögen und agieren selbstbewusst. Sie nutzen ihre Argumente entsprechend der Kundenbedürfnisse und begegnen überzeugend Kundeneinwänden. Sie beziehen Zusatzangebote und Serviceleistungen des Betriebes in die Kundengespräche ein. Sie halten Gesprächsregeln ein und berücksichtigen die Wirkung ihrer eigenen Persönlichkeit. Sie erstellen Kriterienkataloge zur Beurteilung von Gesprächssituationen.		
Lernsituation 5: Komplexe Informations- und Beratungsgespräche führen		
Einstiegsszenario: An einem Tag im Jahr übernehmen die Auszubildenden der FanGusto GmbH Bereiche des Unternehmens. In diesem Jahr ist es die Abteilung „Verkauf“. Die Auszubildenden bereiten sich auf diesen Tag vor.	Handlungsprodukte: → To-Do-Liste → Gesprächsleitfäden für Gespräche mit Privat- und Geschäftskunden, für face-to-face-Gespräche und Telefonate → Kriterienkatalog für die Beurteilung von Gesprächen → Kundengespräche (Rollenspiele)	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → analysieren die Interessen des Betriebes und vertreten diese. → bereiten Gespräche sachgerecht vor und halten die Ergebnisse in angemessener Form fest. → erstellen einen Kriterienkatalog für die Beurteilung von Gesprächen und setzen diesen ein. → führen Gespräche unter Berücksichtigung der sachlichen Gegebenheiten, der Gesprächsregeln und der jeweiligen Situation.	Konkretisierung der Inhalte: → vgl. Lernsituation 3 → Phasen des Informations- und Beratungsgesprächs → Gesprächstypen	
Lern- und Arbeitstechniken: Ggf. arbeitsteilige Gruppenarbeit Rollenspiele	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise: Von Vorteil ist für die Durchführung der Rollenspiele die räumliche Gestaltung in Form einer Ladenatmosphäre (manche Schulen haben bspw. Fachräume für den Einzelhandel). Das Filmen der Rollenspiele kann die Beurteilung erleichtern.

Lernfeld 7: Gesprächssituationen gestalten		(40 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler besitzen die Kompetenz, in Gesprächssituationen mit Geschäftspartnern angemessen und sachgerecht zu handeln. Sie entwickeln ein Gespür für die emotionale Lage des Gesprächspartners und verwenden Techniken, mit den Emotionen sinnvoll umzugehen, ohne sich und anderen zu schaden. Die Schülerinnen und Schüler überprüfen Beschwerden und Reklamationen auf Rechtmäßigkeit und berücksichtigen dabei betriebliche und gesetzliche Regelungen. Sie wägen die Interessen des Betriebes und die Bedürfnisse der Geschäftspartner gegeneinander ab. Die Schülerinnen und Schüler wenden Strategien zur Lösung von möglichen Konflikten in Gesprächssituationen an. Sie nutzen das Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung. Sie zeigen im Umgang mit in- und ausländischen Kunden Empathie für kulturbedingte Besonderheiten. Sie erstellen Kriterienkataloge zur Beurteilung von Gesprächssituationen.		
Lernsituation 6: Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung nutzen		
Einstiegsszenario: Im Verkaufsbüro der FanGusto GmbH geht eine telefonische Kundenbeschwerde ein, die der Auszubildende bearbeiten soll.	Handlungsprodukte: → Übersicht/Mindmap → Gesprächsleitfaden → Beschwerdedokumentation → Kriterienkatalog für die Beurteilung von Gesprächen → Beschwerdegespräche (Rollenspiele) → Präsentation → Handout	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → erfassen die unterschiedlichen Sichtweisen von Kunden, Mitarbeitern und Unternehmen im Rahmen von Beschwerden. → führen Beschwerdegespräche und berücksichtigen dabei betriebliche und rechtliche Regelungen. → erläutern die Bedeutung des Beschwerdemanagements für die Bindung des Kunden an das Unternehmen → beschreiben kulturbedingte Besonderheiten im Umgang mit in- und ausländischen Kunden.	Konkretisierung der Inhalte: → Beschwerden aus Sicht des Kunden, des Mitarbeiters und des Unternehmens → Beschwerdegespräche unter Berücksichtigung betrieblicher und gesetzlicher Regelungen → Dokumentation von Beschwerden → Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung Umgang mit kulturbedingten Besonderheiten im Rahmen des Beschwerdemanagements	
Lern- und Arbeitstechniken: Brainstorming/Clustering Rollenspiele	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise: Das Filmen der Rollenspiele kann die Beurteilung erleichtern.

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie analysieren den Personalbestand und Personalbedarf in quantitativer und qualitativer Hinsicht und bereiten personalwirtschaftliche Entscheidungen vor.		
Lernsituation 1: Bestimmungsgrößen der Personalplanung erörtern		
Einstiegsszenario: In der Personalmanagementrunde des Radmarktes „Reif KG“ führen die Führungskräfte eine Diskussion über die aktuelle Personalsituation. Neben der Bestätigung der grundsätzlichen Ausrichtung der Personalpolitik an den Zielen des Unternehmens werden auch quantitative und qualitative Aspekte der Personalbestands- bzw. Personalbedarfsplanung sowie interne und externe Einflussfaktoren des Personalbedarfs erörtert.	Handlungsprodukte: → Analyse der Personalsituation im Radmarkt „Reif KG“ mit Blick auf die quantitativen und qualitativen Aspekte der Personalplanung → Dokumentation der Leistungen von Personalmanagement, Personalwesen und Personalverwaltung → Zuordnung von internen und externen Einflussfaktoren des Personalbedarfs	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → identifizieren Aufgaben und Probleme der Personalwirtschaft. → identifizieren quantitative und qualitative Aspekte der Personalplanung. → unterscheiden situationsbezogenen Begrifflichkeiten der Personalwirtschaft. → kennen und unterscheiden interne und externe Einflussfaktoren des Personalbedarfs.	Konkretisierung der Inhalte: → Ziele und Aufgaben der Personalwirtschaft (quantitative und qualitative Aspekte der Personalplanung) → Begriffsdefinitionen der Personalwirtschaft → Einflussfaktoren des Personalbedarfs	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie analysieren den Personalbestand und Personalbedarf in quantitativer und qualitativer Hinsicht und bereiten personalwirtschaftliche Entscheidungen vor.		
Lernsituation 2: Den Personalbestand analysieren		
Einstiegsszenario: Henrike Berger, Leiterin des Personalbereichs im Radmarkt „Reif KG“, erhält von der Geschäftsleitung eine interne Mitteilung mit dem Auftrag, eine Personalstatistik zum aktuellen Personalbestand unter Berücksichtigung vorgegebener Kriterien zu erstellen und auszuwerten. Henrike Berger wird dabei von Heiko Langner, Auszubildender im 2. Ausbildungsjahr, unterstützt.	Handlungsprodukte: → tabellarische Personalstrukturstatistik → Diagramme zur Personalstrukturstatistik → Analyse der Personalstrukturstatistik → Dokumentation des Handlungsbedarfs in qualitativer und quantitativer Hinsicht → quantitative Personalbestandsplanung	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → werten eine umfangreiche Personalbestandsliste aus. → erstellen eine tabellarische Personalstrukturstatistik. → ergänzen die Personalstrukturstatistik um aussagefähige Diagramme. → werten die Personalstrukturstatistik aus. Sie beschreiben Ergebnisse, identifizieren und analysieren Auffälligkeiten, bewerten die Personalstruktur und leiten daraus den Handlungsbedarf ab. → ermitteln unter Berücksichtigung der Personalstrukturstatistik und geplanter Zu- und Abgänge den voraussichtlichen Personalbestand.	Konkretisierung der Inhalte: → Personalbestandsliste → Personalstrukturstatistik → Erstellen von Tabellen und Diagrammen mit Excel → Personalbestandsplanung	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie analysieren den Personalbestand und Personalbedarf in quantitativer und qualitativer Hinsicht und bereiten personalwirtschaftliche Entscheidungen vor.		
Lernsituation 3: Den Personalbedarf ermitteln		
Einstiegsszenario: Die Personalmanagementrunde erörtert auf der Grundlage der ausgewerteten Personalstrukturstatistik und weiterer Zielsetzungen den Personalbedarf in den einzelnen Abteilungen des Radmarktes. In mehreren Abteilungen ist eine Verbesserung der Personalsituation dringend erforderlich. Henrike Berger und Heiko Langner werden beauftragt, nach den Vorgaben der Geschäftsleitung unterschiedliche Berechnungen zum Personalbedarf vorzunehmen.	Handlungsprodukte: → Entscheidung über anzuwendende Methoden der quantitativen Personalbedarfsplanung in den Abteilungen des Radmarktes → festgestellter Soll-Bestand in den Abteilungen des Radmarktes: ergänzter Stellenbesetzungsplan (Arbeitsplatz-/Stellenplanmethode) bzw. berechneter Soll-Bestand (Kennzahlmethode) → berechnete Auswirkung einer Verkürzung der Wochenarbeitszeit auf den Soll-Bestand → ermittelter Personalbedarf mit Über- bzw. Unterdeckung, Ersatz- und Neubedarf → Stellenbeschreibung für die „Leitung Einkauf“	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → informieren sich über die Methoden der quantitativen Personalbedarfsplanung. → ergänzen einen Stellenbesetzungsplan. → berechnen den Soll-Personalbestand. → berechnen die Auswirkung einer Verkürzung der Wochenarbeitszeit auf den Soll-Bestand → ermitteln eine Über- bzw. Unterdeckung, Ersatz- und Neubedarf. → erstellen eine Stellenbeschreibung.	Konkretisierung der Inhalte: → quantitative Personalbedarfsplanung: <ul style="list-style-type: none"> • Ermittlung des Soll-Bestandes (Kennzahlmethode, Arbeitsplatz-/ Stellenplanmethode) • Ermittlung der Über-/Unterdeckung (Berechnungsschema) • Zuordnung Ersatz-/Neubedarf → qualitative Personalbedarfsplanung (Stellenbeschreibung)	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie wählen geeignete Wege der Personalbeschaffung und organisieren das Auswahl- und Einstellungsverfahren.		
Lernsituation 4: Personalbeschaffung – oder: Ein neuer Mitarbeiter wird gesucht.		
Einstiegsszenario: Die Stelle der Einkaufsleitung ist intern besetzt worden. Petra Reif und Dirk König planen, die Geschäftsprozesse im Radmarkt „Reif KG“ zu optimieren, auch, um die teilweise dünne Personalbesetzung aufzufangen. Eine maßgeschneiderte Software, die von der Finanzbuchhaltung bis zur Lohnabrechnung, von der Auftragsbearbeitung bis zum Bestellwesen alles in einem System verwaltet, soll im Radmarkt zum Einsatz kommen. Zur Realisierung des Vorhabens sowie zur Professionalisierung des gesamten Informationsmanagements wird die Stelle eines Netzwerk- und Systemadministrators ausgeschrieben.	Handlungsprodukte: → Dokumentation von Gründen für eine externe Personalbeschaffung sowie deren Vor- und Nachteile → Entscheidung über Mitwirkung des Betriebsrates bei der Personalbeschaffung → Empfehlung für Wege der externen Personalbeschaffung → ausgefüllter Vermittlungsauftrag der Bundesagentur für Arbeit → Entwurf einer Stellenanzeige zur ausgeschriebenen Stelle → überprüfetes Bewerbungsanschreiben zur ausgeschriebenen Stelle	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → kennen Vor- und Nachteile von externer und interner Personalbeschaffung und wenden diese an. → prüfen die Mitwirkung des Betriebsrates bei der Personalbeschaffung. → bewerten unterschiedliche Wege der externen Personalbeschaffung → bearbeiten einen Vermittlungsauftrag der Bundesagentur für Arbeit. → entwerfen eine Stellenanzeige. → erstellen ein Bewerbungsanschreiben. → holen ein Feedback zum Bewerbungsschreiben ein.	Konkretisierung der Inhalte: → Personalbeschaffungswege (intern, extern) → Mitwirkung des Betriebsrates → Stellenanzeige → Bewerbungsanschreiben	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie wählen geeignete Wege der Personalbeschaffung und organisieren das Auswahl- und Einstellungsverfahren.		
Lernsituation 5: Ein Personalauswahlverfahren durchführen		
Einstiegsszenario: Auf die Stellenanzeigen des Radmarktes „Reif KG“ sind mehrere Bewerbungen eingegangen. Nach einer Vorauswahl durch den Abteilungsleiter Dirk König kommen drei Bewerber für die zu besetzende Stelle des Netzwerk- und Systemadministrators infrage. In einer Sitzung der Personalmanagementrunde werden die Bewerbungsunterlagen geprüft und begründete Entscheidungen über die Einladung zu einem Bewerbungsgespräch getroffen.	Handlungsprodukte: → Kriterien zur Bewerbervorauswahl → Entscheidung für eine Einladung zum Vorstellungsgespräch auf der Basis der erstellten → durchgeführte und bewertete Bewerbungsgespräche → Beispielaufgaben zu Eignungstests → Absageschreiben	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → kennen Kriterien, nach denen eine Vorauswahl der Bewerber getroffen wird. → prüfen Bewerbungsunterlagen kriteriengeleitet und entscheiden über eine Einladung zum Vorstellungsgespräch. → führen und beurteilen Bewerbungsgespräche unter Berücksichtigung der Sichtweise von Unternehmen und Bewerber. → recherchieren über Inhalt und Aufbau von Eignungstests und konzipieren dazu eigene Aufgaben. → formulieren ein Schreiben an abgelehnte Bewerber.	Konkretisierung der Inhalte: → Bewerbungsunterlagen → Personalauswahl (Entscheidungsbewertungstabelle) → Bewerbungsgespräch → Eignungstest → Absage an nicht berücksichtigte Bewerber	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie wirken beim Abschluss von Arbeitsverträgen mit und berücksichtigen rechtliche Anforderungen.		
Lernsituation 6: Einen Arbeitsvertrag mit einem neuen Mitarbeiter schließen und Regelungen des Arbeitsrechtes beachten		
Einstiegsszenario: Henrike Berger, zuständig für alle vertragsrechtlichen Personalangelegenheiten im Radmarkt „Reif KG“, hat in Zusammenarbeit mit Abteilungsleiter Dirk König den Arbeitsvertrag für den neuen Mitarbeiter vorzubereiten. Dabei sind zunächst die Mitwirkungsmöglichkeiten des Betriebsrates sowie Formvorschriften und Art des Arbeitsvertrages zu klären und anschließend Henrike Bergers Formulierungsvorschläge für den Arbeitsvertrag zu prüfen, indem einzelvertragliche Regelungen, ArbZG, BGB, BUrlG und Tarifbestimmungen im Hinblick auf das Rang- und Günstigkeitsprinzip des Arbeitsrechtes gegeneinander abgewogen werden. Nach Korrektur der Vorschläge für den Arbeitsvertrag wird ein Musterarbeitsvertrag für den neuen Mitarbeiter vorbereitet.	Handlungsprodukte: → geprüfte Mitwirkung des Betriebsrates bei der Einstellung → Erläuterungen zur Form des Arbeitsvertrages → begründete Entscheidungen zur Befristung des Arbeitsvertrages → geprüfte und korrigierte Formulierungen des Arbeitsvertrages unter Berücksichtigung arbeitsrechtlicher Regelungen → Vorbereitung eines Musterarbeitsvertrags	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → prüfen die Ansprüche des Betriebsrates bei der Einstellung eines Mitarbeiters. → klären die Formvorschriften für den Abschluss eines Arbeitsvertrages. → kennen die Vor- bzw. Nachteile von (un)befristeten Arbeitsverträgen. → prüfen Voraussetzungen und Dauer von Befristungen. → prüfen vorgeschlagene Regelungen für den Arbeitsvertrag unter Berücksichtigung der Vorschriften des Arbeitsrechts. → bereiten einen Musterarbeitsvertrag vor.	Konkretisierung der Inhalte: → Rechtliche Grundlagen des Arbeitsverhältnisses: <ul style="list-style-type: none"> • Mitbestimmungsrechte des Betriebsrates • Gesetze: ArbZG, BGB, BUrlG • Tarifvertrag • Arbeitsvertrag → Rang- und Günstigkeitsprinzip des Arbeitsrechts → Ausgestaltung von Arbeitsverträgen (Form, Inhalte) → Arten des Arbeitsvertrages (befristet/unbefristet, mit/ohne Probezeit)	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie wirken bei der Einführung neuer Mitarbeiter mit und legen Personalakten an.		
Lernsituation 7: Die Einführung des neuen Mitarbeiters planen und Personaldaten in der Personalakte erfassen		
Einstiegsszenario: Das Bewerbungs- und Auswahlverfahren für den neuen Mitarbeiter ist zur Zufriedenheit aller abgeschlossen. Nun gilt es, den ersten Arbeitstag des neuen Mitarbeiters gezielt vorzubereiten. In diesem Zusammenhang sind von der Personalabteilung auch noch einige Daten für die Personalakte zu erheben und Vertragsunterlagen zu bearbeiten. Der neue Mitarbeiter nimmt seine Tätigkeit auf: In seiner Funktion als Beauftragter für Datenschutz hat er die Belegschaft in einem Vortrag über die Einführung und besonderen Vorteile einer elektronischen Personalakte sowie über die Aufgaben des Datenschutzbeauftragten und die im Zuge der Umsetzung geplanten Tätigkeiten zu informieren.	Handlungsprodukte: → Szenario für den ersten Arbeitstag des neuen Mitarbeiters → Personalstammblatt für den Radmarkt „Reif KG“ → Dokumentation wesentlicher Grundsätze des Bundesdatenschutzes einschließlich der Rechte von Arbeitnehmern hinsichtlich der Personalakte → PowerPoint-Vortrag zum Thema „elektronische Personalakte“ und „Aufgaben des Datenschutzbeauftragten“.	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → entwerfen ein Szenario für den ersten Arbeitstag des neuen Mitarbeiters. → entwickeln ein Personalstammblatt. → definieren wesentliche Grundsätze des Bundesdatenschutzes und berücksichtigen diese bei der Führung der Personalakte. → stellen die Rechte von Mitarbeitern bezüglich der Personalakte fest. → erarbeiten einen PowerPoint-Vortrag zum Thema „elektronische Personalakte“ und „Aufgaben des Datenschutzbeauftragten“.	Konkretisierung der Inhalte: → Personaleinführung → Personalpapiere und Personalunterlagen → Personalakte und Personaldatenverwaltung → Bundesdatenschutzgesetz	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie betreuen Mitarbeiter und unterstützen die Planung des Personaleinsatzes.		
Lernsituation 8: Personal betreuen und den Personaleinsatz organisieren		
Einstiegsszenario: Das Personalverwaltungsteam um Henrike Berger ist auch zuständig für einen effizienten Personaleinsatz: Grundsatzentscheidungen hinsichtlich unterschiedlicher Arbeitszeitmodelle sind vorzubereiten und darüber hinaus ist der konkrete Personaleinsatz mit Verteilung von Arbeits- und Urlaubszeiten unter Berücksichtigung von betrieblichen Erfordernissen und privaten Wünschen der Mitarbeiter festzulegen - selbstverständlich unter Berücksichtigung der relevanten Rechtsregelungen. Für grundlegende Entscheidungen der Geschäftsleitung zur Personalsteuerung ist eine Fehlzeitenstatistik zu führen und auszuwerten.	Handlungsprodukte: → Übersicht über für den Radmarkt geeignete Arbeitszeitmodelle → berechneter Urlaubsanspruch für schwerbehinderten Mitarbeiter → Vorschläge über Vorkehrungen zum Schutz werdender Mütter in der Abteilung „Verkauf“ → Urlaubsplan nach Mitarbeiterwünschen und betrieblichen Erfordernissen → aufbereitete und ausgewertete Fehlzeitenstatistik	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → informieren sich über Arbeitszeitmodelle und prüfen deren Eignung für unterschiedliche Abteilungen. → berechnen Urlaubstage für schwerbehinderten Mitarbeiter unter Berücksichtigung entsprechender Rechtsregelungen. → informieren sich über Pflichten des Arbeitgebers zum Schutz werdender Mütter und erkennen notwendige Vorkehrungen. → erstellen eine Urlaubsplanung. → erstellen eine Fehlzeitenstatistik, bereiten diese ggf. grafisch auf und werten sie aus.	Konkretisierung der Inhalte: → Arbeitszeitmodelle → weitere Rechtsregelungen beim Personaleinsatz (Mutterschutzgesetz, Schwerbehindertenrecht, Tarifvertrag) → Personaleinsatzplanung (Urlaubsplanung) → Personalstatistiken (Fehlzeitenstatistik)	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie berechnen und dokumentieren Arbeitszeiten und ermitteln das Bruttoentgelt.		
Lernsituation 9: Löhne und Gehälter abrechnen – oder: bekommen, was man verdient		
Einstiegsszenario: Im Rahmen der Personalverwaltung ist Monika Mücke für die Erstellung der Lohn- und Gehaltsabrechnungen zuständig. Sie steht allen Mitarbeitern auch für Fragen rund um die Entlohnung zur Verfügung. Der Geschäftsleitung ist es wichtig, dass die Mitarbeiter ihren Verdienst als angemessen empfinden. Man orientiert sich deshalb für eine möglichst gerechte Lösung an Maßstäben wie Ausbildung, Anforderungsprofil der Arbeit, erbrachte Leistung und Familienstand. Außerdem soll aber der Blick auf die Personalkosten nicht vernachlässigt werden, da neben den Bruttogehältern weitere beträchtliche Personalzusatzkosten anfallen.	Handlungsprodukte: → Beurteilungsmaßstäbe für die Festlegung der Mitarbeiterentgelte → Übersicht über unterschiedliche Entgeltformen → berechneter Bruttolohn eines Mitarbeiters → Gehaltsabrechnung für eine Mitarbeiterin → Gesamtbild über relevante Gehaltsgrößen des Radmarktes (Steuern, Sozialversicherungsbeiträge, Auszahlungsbetrag, Personalkosten) und Überweisungsmodalitäten → Dokumentation von Wahlmöglichkeiten und Maßnahmen bei der Änderung von Steuerklassen	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → stellen fest, welche Maßstäbe/Teilgerechtigkeiten bei der Festlegung von Bruttoentgelten zu berücksichtigen sind. → erläutern unterschiedliche Entgeltformen und Einsatzmöglichkeiten. → ermitteln den Bruttolohn aus einem Stundenzettel. → kennen und berücksichtigen die Lohnsteuerabzugsmerkmale. → berechnen steuerpflichtige und sozialversicherungspflichtige Abzüge vom Bruttoentgelt und erstellen eine gegliederte Gehaltsabrechnung. → ermitteln relevante Gehaltsgrößen des Unternehmens und kennen die Überweisungsmodalitäten. → reflektieren Wahlmöglichkeiten bei den Steuerklassen.	Konkretisierung der Inhalte: → Lohngerechtigkeit → Entgeltformen → Lohn- und Gehaltsabrechnung <ul style="list-style-type: none"> • Steuern (Lohnsteuerabzugsmerkmale, Lohnsteuertabellen) • Sozialversicherungsabgaben • VL → Personalkosten des Unternehmens → Überweisungsmodalitäten (Steuern, Sozialversicherungsbeiträge)	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie entwickeln Ideen zur Personalförderung, schlagen für Mitarbeiter Fortbildungsmaßnahmen vor und beurteilen diese.		
Lernsituation 10: Die Personalentwicklung planen und Mitarbeiter beurteilen		
Einstiegsszenario: Dirk König hat alle Auszubildenden zu einer internen Schulungsmaßnahme zum Thema „Personalentwicklung und Mitarbeiterbeurteilung“ eingeladen. In einem Eingangsstatement betont er, dass es für die Umsetzung der Unternehmensziele qualifizierter, leistungsfähiger und motivierter Mitarbeiter bedarf. Die Geschäftsleitung fördert deshalb seit Jahren die Qualifikation der Mitarbeiter. Im Verkauf sorgt ein regelmäßiger Arbeitsplatzwechsel dafür, dass Urlaubs- und Krankenvertretungen ohne Reibungsverluste ablaufen. Für das kommende Jahr sind verstärkt interne und externe Maßnahmen der Personalentwicklung geplant.	Handlungsprodukte: → Auflistung von Gründen für die betriebliche Weiterbildung → Entscheidung über Eignung von Maßnahmen der Personalentwicklung für unterschiedliche Abteilungen des Radmarktes → Entscheidung über geeignete Arten der Personalbeurteilung in den Abteilungen des Radmarktes → qualifiziertes Arbeitszeugnis → Beurteilung der Chancen und Risiken von „Zeugniscodes“	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → recherchieren Gründe für die Notwendigkeit der betrieblichen Weiterbildung. → kennen unterschiedliche Möglichkeiten zur Umsetzung von Maßnahmen der Personalentwicklung. → kennen Arten der Personalbeurteilung und schätzen deren Eignung für die Mitarbeiter in den unterschiedlichen Abteilungen des Radmarktes ein. → entwerfen ein qualifiziertes Arbeitszeugnis. → beurteilen Chancen und Risiken von „Zeugniscodes“.	Konkretisierung der Inhalte: → Ziele der Personalentwicklung → Maßnahmen der Personalentwicklung → Personalbeurteilung → Arbeitszeugnisse	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise:

Lernfeld 8: Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen		(80 Stunden)
Kernkompetenz: Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal sowie bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit. Sie wirken bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen mit.		
Lernsituation 11: Arbeitsverhältnisse rechtssicher beenden		
Einstiegsszenario: Die Personalbesetzung in der Abteilung „Lager, Warenannahme, Montage, Reparatur“ war in den letzten Monaten quantitativ und qualitativ nicht mehr zufriedenstellend. Im Radmarkt „Reif KG“ wurden deshalb drei neue Zweiradmechaniker und ein Auszubildender zum Zweiradmechatroniker eingestellt, die sich schnell eingearbeitet haben. Mittlerweile ist deutlich, dass nun ein Mitarbeiter im Bereich „Montage und Reparatur“ nicht mehr benötigt wird. Eine vergleichbare andere Stelle im Unternehmen kann nicht zur Verfügung gestellt werden. Mit der Arbeitsleistung des Mitarbeiters Sven Borutta war man in der Vergangenheit nicht mehr zufrieden, sodass die Geschäftsleitung beschließt, ihn zum nächstmöglichen Termin zu entlassen.	Handlungsprodukte: → geprüfte Kündigung im Hinblick auf Kündigungsarten, Kündigungsfristen, Kündigungsgründe, Vorschriften zum Kündigungsschutz und Beteiligung des Betriebsrates → Beurteilung des Kündigungsschreibens an den Mitarbeiter Sven Borutta	
Wesentliche Kompetenzen: Die Schülerinnen und Schüler → berechnen die Kündigungsfrist für eine ordentliche Kündigung. → prüfen die Rechtswirksamkeit einer außerordentlichen bzw. einer ordentlichen Kündigung. → beachten weitere Vorschriften zum Kündigungsschutz (u. a. Schutz besonderer Personengruppen, Beteiligungsrechte des Betriebsrates). → erkennen Maßnahmen, die ein Mitarbeiter zur Vermeidung einer erfolgten Kündigung ergreifen kann. → beurteilen ein Kündigungsschreiben.	Konkretisierung der Inhalte: → Arten der Beendigung von Arbeitsverhältnissen → Arten der Kündigung <ul style="list-style-type: none"> • ordentliche Kündigung (Kündigungsgründe, Kündigungsfristen) • außerordentliche Kündigung (Kündigungsgründe, Kündigungsfristen) → rechtliche Rahmenbedingungen bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen → Kündigungsschreiben	
Lern- und Arbeitstechniken:	Unterrichtsmaterialien: u. a. Büro 2.1 - Informationsband 2/XL 2 Büro 2.1 - Lernsituationen Band 2/XL 2	Organisatorische Hinweise: