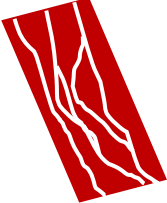
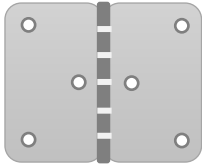
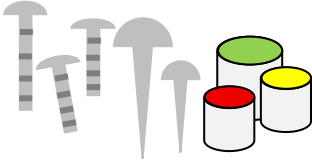
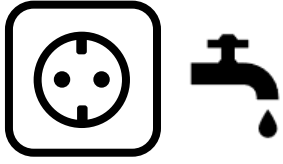


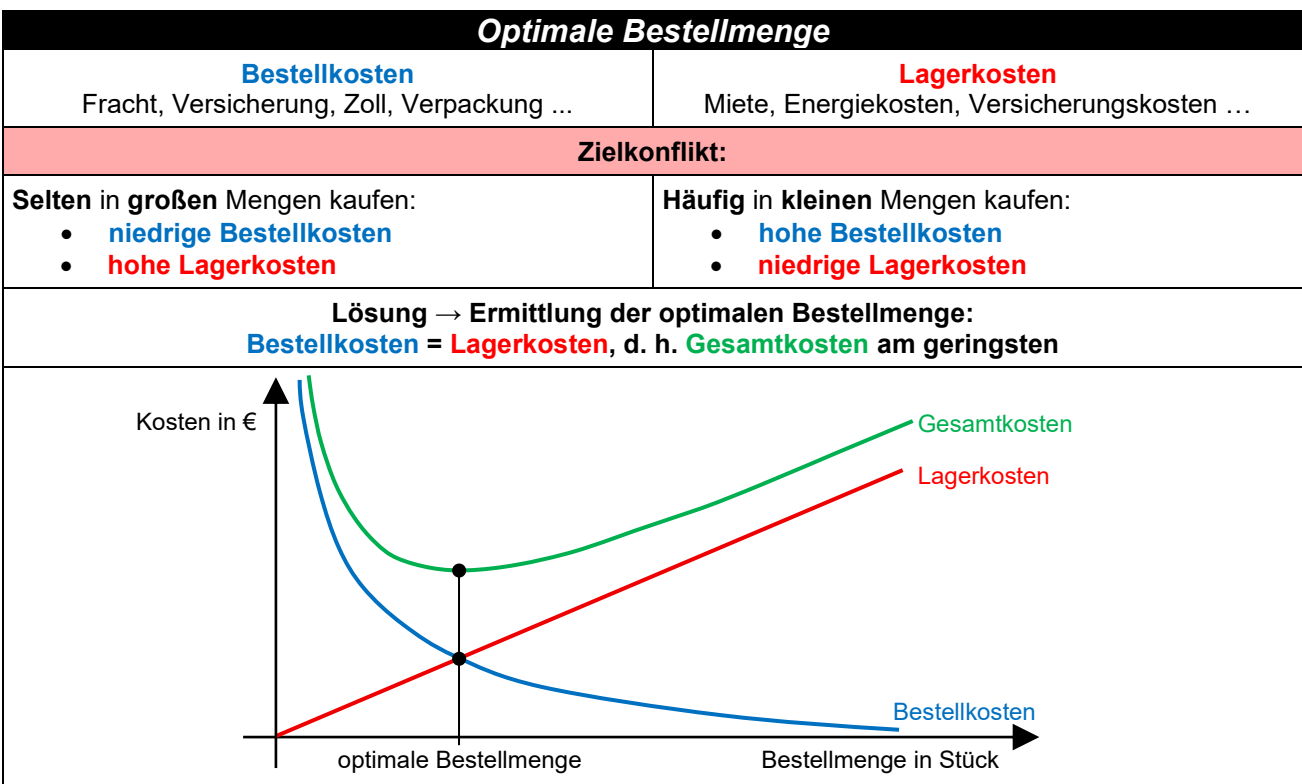
# 1. Buchungskreislauf

<b>Eröffnung der Bestandskonten zum 01.01.</b>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">S</td> <td style="text-align: center;">Aktives Bestandskonto</td> <td style="text-align: center;">H</td> <td style="text-align: center;">S</td> <td style="text-align: center;">Passives Bestandskonto</td> <td style="text-align: center;">H</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Anfangsbestand</td> <td></td> <td></td> <td>Anfangsbestand</td> <td></td> </tr> </table>	S	Aktives Bestandskonto	H	S	Passives Bestandskonto	H		Anfangsbestand			Anfangsbestand																			
S	Aktives Bestandskonto	H	S	Passives Bestandskonto	H																										
	Anfangsbestand			Anfangsbestand																											
<b>Bestands- und Erfolgsvorgänge während des Jahres</b>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">S</td> <td style="text-align: center;">Aktives Bestandskonto</td> <td style="text-align: center;">H</td> <td style="text-align: center;">S</td> <td style="text-align: center;">Passives Bestandskonto</td> <td style="text-align: center;">H</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Anfangsbestand</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td>Anfangsbestand</td> <td style="text-align: center;">+</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">+</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">+</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">S</td> <td style="text-align: center;">Aufwandskonto</td> <td style="text-align: center;">H</td> <td style="text-align: center;">S</td> <td style="text-align: center;">Ertragskonto</td> <td style="text-align: center;">H</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">im Soll</td> <td>Storno bei Rücksendung</td> <td></td> <td>Storno bei Rücksendung</td> <td style="text-align: center;">im Haben</td> <td></td> </tr> </table>	S	Aktives Bestandskonto	H	S	Passives Bestandskonto	H		Anfangsbestand	-	-	Anfangsbestand	+	+					+	S	Aufwandskonto	H	S	Ertragskonto	H	im Soll	Storno bei Rücksendung		Storno bei Rücksendung	im Haben	
S	Aktives Bestandskonto	H	S	Passives Bestandskonto	H																										
	Anfangsbestand	-	-	Anfangsbestand	+																										
+					+																										
S	Aufwandskonto	H	S	Ertragskonto	H																										
im Soll	Storno bei Rücksendung		Storno bei Rücksendung	im Haben																											
<b>Vorabschlussbuchungen (VAB) zum 31.12.</b>	<b>1. Abschluss der Unterkonten auf ihre Hauptkonten</b>																														
	a) <b>Bezugskosten Werkstoffe</b> 60•0 AW• an 60•1 BZK•																														
	b) <b>Nachlässe Werkstoffe</b> 60•2 N• an 60•0 AW•																														
	c) <b>Erlösberichtigungen Fertigerzeugnisse</b> 5000 UEFE an 5001 EBFE																														
	d) <b>Privat</b> siehe 9. Jahrgangsstufe																														
	<b>2. Ermittlung (BS1) und Banküberweisung der USt-Zahllast (BS 2)</b>																														
	4800 UST an 2600 VORST Abschluss Konto VORST 4800 UST an 2800 BK Abschluss Konto UST																														
	<b>3. Bewertung der Sachanlagen</b> siehe 9. Jahrgangsstufe																														
	<b>4. Bewertung der Forderungen</b> siehe 9. Jahrgangsstufe																														
	<b>5. Zeitliche Abgrenzung</b> siehe 10. Jahrgangsstufe																														
<b>6. Bestandsveränderungen</b>																															
20•0 Werkstoff an 60•0 AW• Mehrbestand: AB < SB 60•0 AW• an 20•0 Werkstoff Minderbestand: AB > SB																															
<b>Hauptabschlussbuchungen zum 31.12.</b>	<b>1. Erfolgskonten</b>																														
	8020 GUV an Aufwandskonto Abschluss Aufwandskonto Ertragskonto an 8020 GUV Abschluss Ertragskonto																														
	<b>2. GUV-Konto</b>																														
	8020 GUV an 3000 EK im Gewinnfall 3000 EK an 8020 GUV im Verlustfall																														
	<b>3. Bestandskonten</b>																														
<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">S</td> <td style="text-align: center;">Aktives Bestandskonto</td> <td style="text-align: center;">H</td> <td style="text-align: center;">S</td> <td style="text-align: center;">Passives Bestandskonto</td> <td style="text-align: center;">H</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Anfangsbestand</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td>Anfangsbestand</td> <td style="text-align: center;">+</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">+</td> <td>SBK</td> <td></td> <td>SBK</td> <td style="text-align: center;">+</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>8010 SBK an Aktives Bestandskonto</td> <td></td> <td>Passives Bestandskonto an 8010 SBK</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	S	Aktives Bestandskonto	H	S	Passives Bestandskonto	H		Anfangsbestand	-	-	Anfangsbestand	+	+	SBK		SBK	+			8010 SBK an Aktives Bestandskonto		Passives Bestandskonto an 8010 SBK									
S	Aktives Bestandskonto	H	S	Passives Bestandskonto	H																										
	Anfangsbestand	-	-	Anfangsbestand	+																										
+	SBK		SBK	+																											
	8010 SBK an Aktives Bestandskonto		Passives Bestandskonto an 8010 SBK																												

## 2. **Einkauf** von Werkstoffen und **Verkauf** von Fertigerzeugnissen

Werkstoffe			
Rohstoffe (= Hauptbestandteile des Fertigerzeugnisses)	Fremdbauteile (= Einbauteile des Fertigerzeugnisses)	Hilfsstoffe (= Nebenbestandteile des Fertigerzeugnisses)	Betriebsstoffe (= nicht Bestandteile des Fertigerzeugnisses)
Holz...	Scharniere...	Schrauben, Nägel, Farbe...	Strom, Gas, Öl, Wasser...
			

Fachbegriffe										
<b>Handelsregister</b>	Öffentliches Verzeichnis aller gemeldeten Kaufleute, das beim <b>Amtsgericht</b> geführt wird.									
<b>Rechtsformen</b>	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;"><b>Einzelunternehmen:</b></td> <td style="width: 40%;"><b>e. K.</b> = eingetragene(r) Kaufmann/-frau</td> <td style="width: 30%;">Abteilung A</td> </tr> <tr> <td><b>Kapitalgesellschaften:</b></td> <td><b>GmbH</b> = Gesellschaft mit beschränkter Haftung</td> <td>Abteilung B</td> </tr> <tr> <td></td> <td><b>AG</b> = Aktiengesellschaft</td> <td>Abteilung B</td> </tr> </table>	<b>Einzelunternehmen:</b>	<b>e. K.</b> = eingetragene(r) Kaufmann/-frau	Abteilung A	<b>Kapitalgesellschaften:</b>	<b>GmbH</b> = Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Abteilung B		<b>AG</b> = Aktiengesellschaft	Abteilung B
<b>Einzelunternehmen:</b>	<b>e. K.</b> = eingetragene(r) Kaufmann/-frau	Abteilung A								
<b>Kapitalgesellschaften:</b>	<b>GmbH</b> = Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Abteilung B								
	<b>AG</b> = Aktiengesellschaft	Abteilung B								
<b>Lieferbedingungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ab Werk:</b> Käufer (= Kunde) bezahlt die gesamten Transportkosten selbst</li> <li>• <b>frei Haus:</b> Verkäufer (= Lieferer) übernimmt die gesamten Transportkosten</li> </ul>									
<b>Eigentumsvorbehalt</b>	Die gelieferte Ware gehört erst dann dem Käufer, wenn dieser vollständig bezahlt hat.									
<b>Just-in-time-Fertigung</b>	Benötigtes Material (Werkstoffe) wird erst dann angeliefert, wenn es in der Produktion gebraucht wird. <b>Vorteile:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lagerkosten werden reduziert.</li> <li>• Bestände veraltern und verderben nicht.</li> </ul> <b>Nachteile:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eventuelle Lieferverzögerungen bringen Produktionsablauf ins Stocken.</li> <li>• hoher Lieferbedarf führt zu Belastungen im Straßenverkehr und damit zu Umweltschäden</li> </ul>									



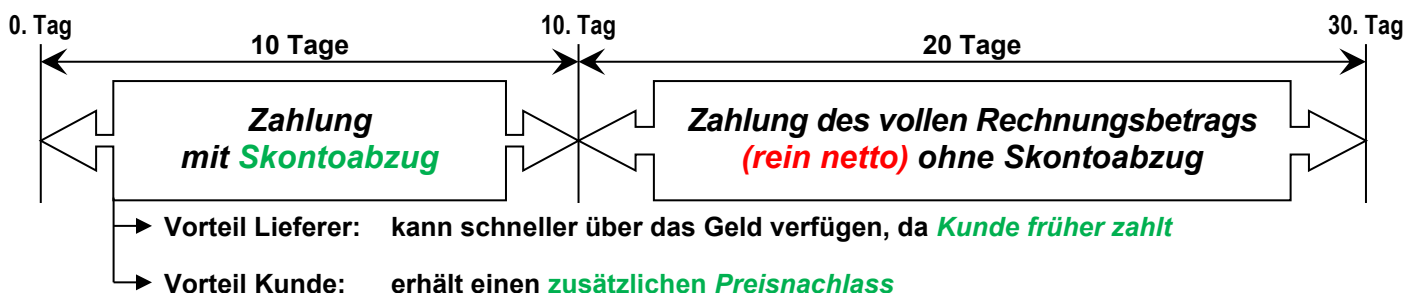
<b>Bestandsveränderungen im Eingangslager</b>	
Trotz <b>Just-in-time-Produktion</b> wird für Notfälle ein Lager benötigt: <b>Eiserner Bestand</b>	
<b>Mehrbestand</b> <b>AB &lt; SB</b>	<b>Minderbestand</b> <b>AB &gt; SB</b>
weniger verbraucht als eingekauft (Einlagerung) ⇒ <b>Aufwand im Haben korrigieren</b>	mehr verbraucht als eingekauft (Lagerentnahme) ⇒ <b>Aufwand im Soll buchen</b>
20•0 Werkstoff an <b>60•0 AW•</b>	<b>60•0 AW•</b> an 20•0 Werkstoff

<b>Kalkulationen</b>			
Einkaufskalkulation		Angebotskalkulation (Verkaufskalkulation)	
netto- Preise!	Listeneinkaufspreis LEP	GW	Selbstkostenpreis SKP
	- Lieferer-Rabatt L-Rabatt	GW	+ Gewinn Gewinn
	= Zieleinkaufspreis ZEP	GW	= Barverkaufspreis BVP
	- Lieferer-Skonto L-Skonto	GW	+ Kunden-Skonto K-Skonto
	= Bareinkaufspreis BEP	GW	= Zielverkaufspreis ZVP
	+ Bezugskosten BZK	GW	+ Kunden-Rabatt K-Rabatt
= Einstandspreis EP	GW	= Listenverkaufspreis LVP	
<b>weitere Kriterien beim Angebotsvergleich:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitz des Lieferers</li> <li>• Lieferzeit</li> <li>• Qualität der Ware</li> <li>• Zuverlässigkeit und Service des Lieferers</li> </ul>		<b>4-Schritt-Methode bei Kalkulationen:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Schema</b> hinschreiben (doppelte Prozenspalte)</li> <li>2. gegebene <b>Beträge</b> + <b>Prozensätze</b> eintragen</li> <li>3. <b>Grundwerte</b> festlegen</li> <li>4. <b>Gesuchtes</b> berechnen</li> </ol>	

<b>Preiskorrekturen</b>		
Preisnachlässe		Gutschrift nach Rücksendung
sofort gewährt	nachträglich gewährt	
<b>Rabatte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Treuerabatt</b> (für Stammkunden)</li> <li>• <b>Mengenrabatt</b> (bei Kauf großer Stückzahlen)</li> <li>• <b>Sonderrabatt</b> (z. B. Jubiläumsrabatt)</li> </ul> <b>Zweck:</b> Kundenbindung	<b>Skonto</b> = Preisnachlass bei vorzeitiger Zahlung	<b>Gutschrift aufgrund von Sachmängeln</b> (keine Rücksendung)
<b>sofort abziehen, keine Buchung!</b>	<b>Korrekturbuchung</b> beim <b>Einkauf:</b> im <b>Nachlasskonto</b> im Haben  <b>Korrekturbuchung</b> beim <b>Verkauf:</b> im <b>Erlösberichtigungskonto</b> im Soll	
		<b>Gründe:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• beschädigt</li> <li>• zu viel</li> <li>• falsch</li> </ul> } geliefert
		<b>Stornobuchung</b> im Hauptkonto

<b>Wichtige Buchungssätze</b>	
<b>Einkaufsbereich</b> am Beispiel von Rohstoffen	<b>Verkaufsbereich</b> am Beispiel von Fertigerzeugnissen
Einkauf auf Ziel: <b>6000 AWR ZEP</b> <b>2600 VORST</b> an <b>4400 VE brutto</b>	Verkauf auf Ziel: <b>2400 FO brutto</b> an <b>5000 UEFE ZVP</b> <b>4800 UST</b>
Gutschrift vom Lieferer für Rücksendung: <b>Stornobuchung!</b> <b>4400 VE brutto</b> an <b>6000 AWR netto</b> <b>2600 VORST</b>	Gutschrift an den Kunden für Rücksendung: <b>Stornobuchung!</b> <b>5000 UEFE netto</b> <b>4800 UST</b> an <b>2400 FO brutto</b>
Barzahlung der Bezugskosten: <b>6001 BZKR netto</b> <b>2600 VORST</b> an <b>2880 KA brutto</b>	Barzahlung von Versandkosten*: <b>6040 AWVM netto</b> <b>2600 VORST</b> an <b>2880 KA brutto</b>
Beispiele für Bezugskosten: • Transportkosten • Verpackung • Porto, • Fracht • Zoll • Transportversicherung ...	<b>6140 AFR netto</b> <b>2600 VORST</b> an <b>2880 KA brutto</b>  * <b>Verpackungs- und/oder Frachtkosten (= Versandkosten)</b> fallen an, wenn wir das Geld für den Kunden zunächst auslegen oder wenn wir mit dem Kunden Lieferung <b>frei Haus</b> vereinbart haben.  Weiterbelastung der Versandkosten an den Kunden: <b>2400 FO brutto</b> an <b>5000 UEFE Versand</b> <b>4800 UST</b>
Gutschrift vom Lieferer für Rücksendung der Leihverpackung: <b>Stornobuchung!</b> <b>4400 VE brutto</b> an <b>6001 BZKR netto</b> <b>2600 VORST</b>	Gutschrift an den Kunden für Rücksendung der Leihverpackung: <b>Stornobuchung!</b> <b>5000 UEFE netto</b> <b>4800 UST</b> an <b>2400 FO brutto</b>
Gutschrift vom Lieferer für Sachmangel ( <b>keine Rücksendung</b> ): <b>4400 VE brutto</b> an <b>6002 NR netto</b> <b>2600 VORST</b>	Gutschrift an den Kunden für Sachmangel ( <b>keine Rücksendung</b> ): <b>5001 EBFE netto</b> <b>4800 UST</b> an <b>2400 FO brutto</b>
Banküberweisung an den Lieferer, <u>ohne</u> Skonto: <b>4400 VE</b> an <b>2800 BK</b>	Banküberweisung vom Kunden, <u>ohne</u> Skonto: <b>2800 BK</b> an <b>2400 FO</b>
Banküberweisung an den Lieferer, <u>abzgl.</u> Skonto: Rechnungsbetrag – Gutschrift = Restschuld ① – Brutto-Skonto = Banklastschrift (Überweisungsbetrag) ②  Netto-Skonto = Brutto-Skonto : 1,19 ③  <b>4400 VE</b> ① an <b>2800 BK</b> ② <b>6002 NR</b> ③ <b>2600 VORST</b>	Banküberweisung vom Kunden, <u>abzgl.</u> Skonto: Rechnungsbetrag – Gutschrift = Restforderung ① – Brutto-Skonto = Bankgutschrift (Überweisungsbetrag) ②  Netto-Skonto = Brutto-Skonto : 1,19 ③  <b>2800 BK</b> ② <b>5001 EBFE</b> ③ <b>4800 UST</b> an <b>2400 FO</b> ①

**Beispiel Zahlungsbedingung: „10 Tage 3% Skonto, 30 Tage rein netto“**



### 3. Marketing

#### 3.1 Marketingziele

<b>Ökonomische Ziele</b> ⇒ zahlenmäßig genau erfassbar	<b>Psychologische Ziele</b> ⇒ nur schwer messbar, da sie Einstellungen beschreiben
• <b>Absatzzahlen</b> steigern	• <b>Image</b> steigern
• <b>Umsatz</b> erhöhen	• <b>Bekanntheitsgrad</b> erhöhen
• <b>Marktanteil</b> vergrößern	• <b>Kundenzufriedenheit</b> verbessern
• <b>Gewinn</b> verbessern	• <b>Kundenbindung</b> ausbauen
• <b>Kosten</b> senken	• <b>Produktqualität</b> sicherstellen

<b>Zusammenspiel einzelner Ziele</b>	
<b>ZIELHARMONIE</b> ⇒ Ziele ergänzen sich	<b>ZIELKONFLIKT</b> ⇒ Ziele schließen sich gegenseitig aus
<b>Beispiel:</b>	
<b>Absatzzahlen</b> steigern und <b>Bekanntheitsgrad</b> erhöhen	<b>Kosten</b> senken und <b>Produktqualität</b> sicherstellen

#### 3.2 Marketinginstrumente (Marketing-Mix)

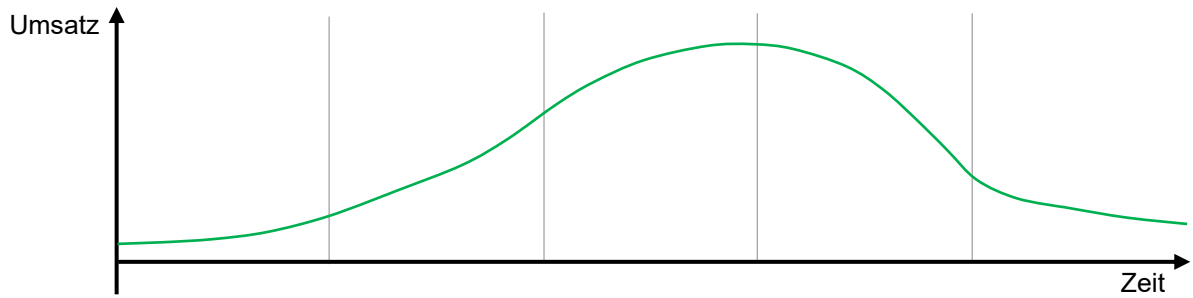
<b>Produktpolitik</b> <b>P</b> roduct	<b>Preispolitik</b> <b>P</b> rice	<b>Kommunikationspolitik</b> <b>P</b> romotion	<b>Vertriebspolitik</b> <b>P</b> lace
<b>Aufgabe:</b>			
Entwicklung neuer, zukunftsfähiger Produkte aufgrund von Kundenwünschen	Ermittlung eines passenden Preises für das Produkt	Bekanntmachung des Produktes	Verkauf des Produktes an einem passenden Ort
<b>Ziel:</b>			
Instrumente optimal kombinieren, um den Absatz zu erhöhen			

#### 3.3 Produktpolitik

<b>Produktionsprogramm</b>			
<b>Produkteliminierung</b>	<b>Produktinnovation</b>	<b>Produkt differenzierung</b>	<b>Produktvariation</b>
<b>Ziel:</b>			
Herausnahme eines Produktes vom Markt	Einführung eines neuen Produktes am Markt	Einführung verschiedener Arten des gleichen Produktes für unterschiedliche Zielgruppen	Veränderung eines bereits am Markt befindlichen Produktes
<b>Beispiel:</b>			
Technische Veralterung	Neuentwicklung	Differenzierung nach Altersgruppen	Neues Produktdesign

### Produktlebenszyklus

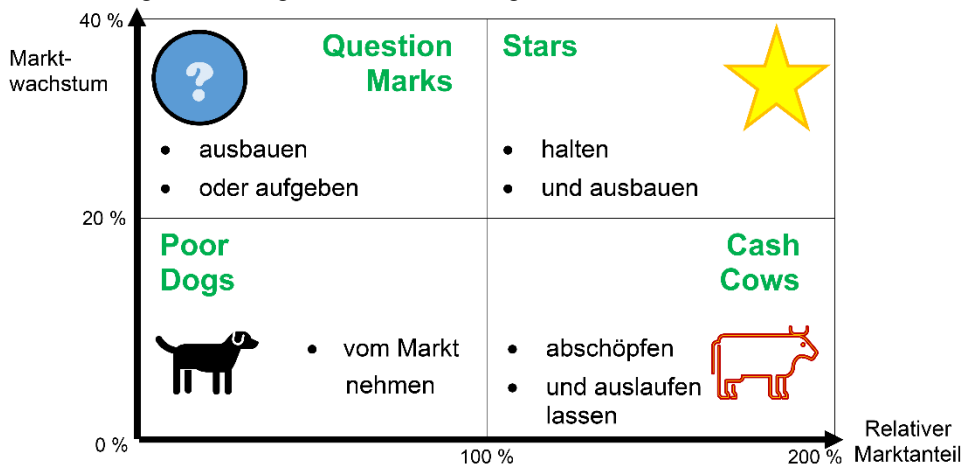
zeigt in welcher Phase sich ein Erzeugnis befindet



	<b>Einführung</b>	<b>Wachstum</b>	<b>Reife</b>	<b>Sättigung</b>	<b>Degeneration</b>
<b>Absatz</b>	gering	schnell ansteigend	Spitzenabsatz	fallend	rückläufig
<b>Gewinn</b>	negativ/ sehr gering	steigend	hoch	fallend	rückläufig
<b>Preis</b>	sehr hoch	hoch	durchschnittlich	fallend	niedrig
<b>Konkurrenz</b>	keine/wenige	nimmt zu	gleichbleibend	nimmt ab	verschwindet
<b>Ziel</b>	Produkt bekannt machen	größtmöglicher Marktanteil	größtmöglicher Gewinn	Sicherung des Marktanteils	Kosten senken/ Gewinnmitnahme

### Portfoliomatrix

ermöglicht strategische Entscheidungen zu den einzelnen Produkten



<b>Marktwachstum</b>	<b>Relativer Marktanteil</b>
= prozentuale Steigerung des selbst erzielten Umsatzes von einem auf den nächsten Zeitraum	= Verhältnis des eigenen Umsatzes für ein bestimmtes Produkt zum Umsatz des größten Konkurrenten

## 3.4 Preispolitik

### Preisdifferenzierung

= das gleiche Produkt wird zu unterschiedlichen Preisen angeboten

<b>Personenbezogen</b>	<b>Mengenbezogen</b>	<b>Zeitbezogen</b>	<b>Raumbezogen</b>
Preis abhängig vom <b>Kundenkreis</b> , z. B. Alter	Preis abhängig von der <b>Stückzahl</b> , z. B. Mengenstaffel	Preis abhängig vom <b>Verkaufszeitpunkt</b> , z. B. Saison	Preis abhängig vom <b>Verkaufsort</b> , z. B. Land

<b>Preisstrategien</b>				
<b>Dumping</b>	<b>Niedrigpreis</b>	<b>Höchstpreis</b>	<b>Abschöpfung (Skimming)</b>	<b>Schwellenpreis (psychologischer Preis)</b>
Preis unter den Herstellkosten	bei Standard- und Massenware	bei hochwertigen Markenprodukten	Preissenkungen im Verlauf des Produktlebenszykluses	Preis endet auf „99“ und wirkt günstiger als er tatsächlich ist

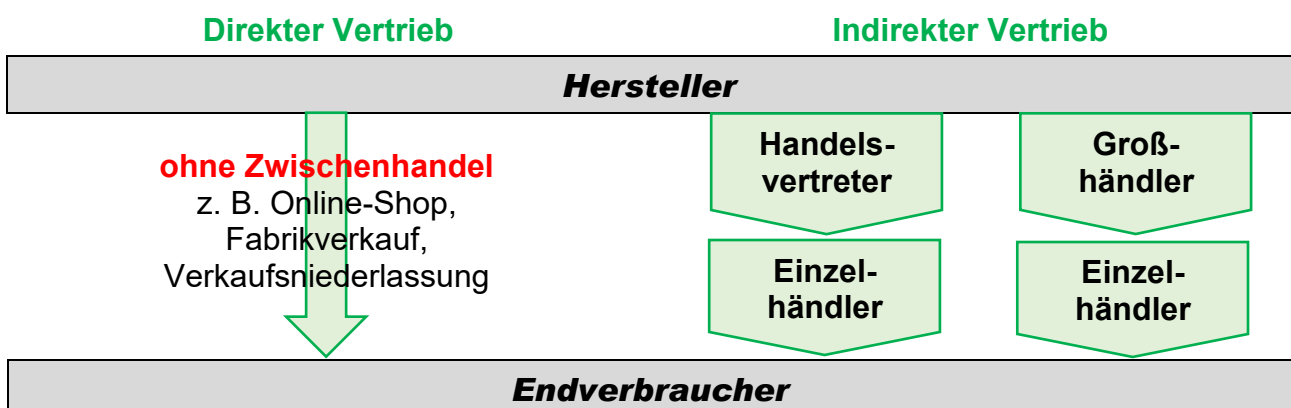
### 3.5 Kommunikationspolitik

<b>Möglichkeiten der Kommunikationspolitik</b>			
<b>Werbung</b>	<b>Sponsoring</b>	<b>Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)</b>	<b>Sales Promotion (Verkaufsförderung)</b>
bezahlte Kampagnen, die sich direkt an die Zielgruppe richten, z. B. Fernseh-/ Radiospot	Unterstützung von Sport-, Kultur- und Sozialeinrichtungen mit Nennung des Firmennamens	Verbesserung des Rufs eines Unternehmens, z. B. Tag der offenen Tür	kurzfristige und zeitlich befristete Maßnahmen und Aktionen, z. B. Gutscheine, Gewinnspiele

<b>Unterschied</b>	
<b>Werbemittel</b> Womit wird geworben?	<b>Werbeträger</b> Wo wird geworben?
Anzeigen, Werbespots, Plakate, ...	Zeitungen, Fernsehen, Plakatwände, ...

<b>AIDA-Konzept</b>	
beschreibt die psychologische Wirkung von Werbung	
<b>Attention</b>	<b>Aufmerksamkeit</b> erzielen
<b>Interest</b>	<b>Interesse</b> wecken
<b>Desire</b>	<b>Besitzwunsch</b> auslösen
<b>Action</b>	<b>Kauf</b> bewirken

### 3.6 Vertriebspolitik



<b>Direkter Vertrieb</b>	
<b>Vorteile</b>	<b>Nachteile</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• schnellere Wahrnehmung von Kundenwünschen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• höhere Lagerhaltungskosten</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• persönliche Rückmeldung zu Qualität, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fehlende Verkaufserfahrung der Hersteller</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• keine Gewinnabtretung an Zwischenhändler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• schwierige Markterreichbarkeit durch kleines Vertriebsnetz</li> </ul>

<b>Indirekter Vertrieb</b>	
<b>Vorteile</b>	<b>Nachteile</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• großer Kundenstamm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• schwierige Kontrolle des Absatzgeschehens</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• großes Vertriebsnetz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (teilweise) Abhängigkeit von Zwischenhändlern</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Übernahme des Absatzrisikos bei schlecht verkäuflicher Ware</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erschwerte Kommunikation mit Endverbrauchern</li> </ul>

### 3.7 Aufwendungen im Marketingbereich

Beachte, welcher **Umsatzsteuersatz** für das jeweilige Beispiel gilt:

Konto-Nr.	USt.	Beispiele
<b>6760 PROV</b>	19 %	<b>Provisionen</b> (erfolgsabhängige Verkaufsprämie) für den Handelsvertreter
		<b>Beispiel:</b> Eingangsrechnung des Handelsvertreters über Provisionen, 800,00 € netto
		<b>6760 PROV</b> 800,00 € <b>2600 VORST</b> 152,00 €    an <b>4400 VE</b> 952,00 €
<b>6770 RBK</b>	---	<b>Rechts- und Beratungskosten</b> , z. B. Gerichtskosten, Kosten für Notar, Rechtsanwalt, Steuer- und Unternehmensberater
	19 %	<b>Beispiel:</b> Eingangsrechnung vom Steuerberater, 428,40 € brutto
		<b>6770 RBK</b> 360,00 € <b>2600 VORST</b> 68,40 €    an <b>4400 VE</b> 428,40 €
<b>6820 KOM</b>	---	<b>Postwertzeichen</b> (Briefmarken)
	19 %	<b>Kommunikationsgebühren</b> (Telefon, inklusive Online-Gebühren)
		<b>Beispiel:</b> Barkauf von Briefmarken, 95,00 €
		<b>6820 KOM</b> 95,00 €    an <b>2880 KA</b> 95,00 €
<b>6850 REK</b>	7 %	<b>Reisekosten</b> für betriebliche Zwecke, z. B. Bahntickets, Bus/Taxi (bis 50 km)
	19 %	Flugtickets, Taxi/Bus (über 50 km), Hotel (Übernachtung, Essen und Trinken)
		<b>Beispiel:</b> Girocard-Zahlung einer Bahnkarte für einen Geschäftstermin, 85,00 € netto
		<b>6850 REK</b> 85,00 € <b>2600 VORST</b> 5,95 €    an <b>2800 BK</b> 90,95 €
<b>6870 WER</b>	7 %	<b>Werbekosten:</b> Aufwendungen für Werbematerial und Werbemittel
	19 %	z. B. Broschüren (Druckerzeugnisse), Plakate, Inserate, Fernsehspots, Homepage ...
		<b>Beispiel:</b> Eingangsrechnung der Tageszeitung über ein Werbeinserat, 700,00 € netto
		<b>6870 WER</b> 700,00 € <b>2600 VORST</b> 133,00 €    an <b>4400 VE</b> 833,00 €

## 4. Personal

<b>Personalbeschaffung</b>		
<b>Intern</b>		<b>Extern</b>
Besetzung der offenen Stelle mit einem Mitarbeiter <b>aus dem eigenen Unternehmen</b>		Besetzung der offenen Stelle mit einem Mitarbeiter <b>von außerhalb</b> des eigenen Unternehmens
<b>Möglichkeiten (Beispiele):</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versetzung</li> <li>• Übernahme eines Auszubildenden</li> <li>• Schwarzes Brett</li> <li>• E-Mail an Mitarbeiter</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stellenangebote Homepage/Soziale Medien</li> <li>• Zeitungsinserate</li> <li>• Arbeitsagentur</li> <li>• Zeitarbeitsunternehmen</li> </ul>
<b>Vorteile:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitarbeitermotivation (Aufstieg)</li> <li>• keine Eingewöhnungszeit</li> <li>• geringes Risiko einer Fehlbesetzung</li> <li>• schnell und kostengünstig</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• exakte Stellenbesetzung möglich</li> <li>• größere Bewerberauswahl</li> <li>• kaum Einfluss aufs Betriebsklima</li> <li>• frische, neue Ideen</li> </ul>
<b>Checkliste bei der Erstellung von Stellenanzeigen:</b>		
✓ Unternehmensvorstellung	✓ Antrittsbeginn	✓ Anforderungsprofil/Qualifikation
✓ Stellentitel	✓ Arbeitsform	✓ Chancen/Leistungen
✓ geschlechtsneutrale Anzeige	✓ Aufgabenprofil	✓ Kontaktdaten

<b>Kriterien Bewerberauswahl</b>	
<b>Fachliche Qualifikationen</b>	<b>Überfachliche Qualifikationen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• sind Voraussetzungen für eine Stelle</li> <li>• beschreiben berufliche Eignung</li> <li>• leicht überprüfbar anhand von Zeugnissen etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• beschreiben Persönlichkeit</li> <li>• schwieriger überprüfbar</li> <li>• beeinflussen Erfolg der Tätigkeit maßgeblich</li> </ul>
<b>Beispiele:</b>	
<b>Fachkompetenzen („Hard Skills“)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachwissen</li> <li>• Lese- und Schreibkompetenz</li> <li>• Sprachkenntnisse ...</li> </ul>	<b>Sozial- und Personalkompetenzen („Soft Skills“)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teamfähigkeit</li> <li>• Selbstständigkeit</li> <li>• Kommunikationsfähigkeit ...</li> </ul>

<b>Unterschiedliche Arbeitsformen</b>		
<b>Normalarbeitsverhältnis</b>	<b>Atypische Beschäftigung</b>	
unbefristete und voll sozialversicherungspflichtige Tätigkeit mit mehr als 20 Wochenarbeitsstunden	<b>Befristete Beschäftigung</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zeitlich begrenzt</li> <li>• endet mit Fristablauf</li> </ul>	<b>Zeitarbeit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zeitlich begrenzt</li> <li>• Arbeitnehmerüberlassung</li> </ul>
	<b>Geringfügige Beschäftigung</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minijob</li> <li>• max. 556,00 € Bruttoverdienst (Stand: 2025)</li> </ul>	<b>Teilzeitarbeit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unbefristet, voll sozialversicherungspflichtig</li> <li>• max. 20 Wochenarbeitsstunden</li> </ul>

<b>Entgeltformen</b>			
<b>Zeitentgelt</b>	<b>Leistungsentgelt</b>		<b>Beteiligungsentgelt</b>
Basis: erbrachte <u>Arbeitszeit</u>	Basis: geleistete <u>Arbeitsmenge</u>		Basis: erwirtschafteter Gewinn
	<b>Akkordlohn</b>	<b>Prämienlohn</b>	→ zusätzliche Entlohnung
	→ Entlohnung nach Stückzahl	→ Sonderzahlung	

<b>Faktoren, die die Entgelthöhe bestimmen</b>				
Berufserfahrung	Schulabschluss	Verantwortung	Region	Branche
Alter	Qualifikation	Ausbildung	Unternehmensgröße	Geschlecht

<b>Abrechnungsschema Verdienstabrechnung</b>	
<b>Bruttoverdienst</b>	
- Abzüge	(= Steuern u. Sozialversicherungsbeiträge Arbeitnehmer)
= <b>Nettoverdienst</b>	(= Auszahlungsbetrag)

<b>Abzüge Arbeitnehmer</b>	
<b>Steuern</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lohnsteuer abhängig von Bruttolohn und Steuerklasse</li> <li>• Kirchensteuer 8 % der Lohnsteuer (in Bayern)</li> </ul>
<b>Sozialversicherungsbeiträge</b> Grundlage: Bruttoverdienst	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitslosenversicherung</li> <li>• Pflegeversicherung</li> <li>• Krankenversicherung</li> <li>• Rentenversicherung</li> </ul> <p style="text-align: right;"><b>zunehmender Beitragssatz</b> (Stand: 2025)</p>

<b>Steuerklassen</b>	
<b>I</b>	ledige, geschiedene oder verwitwete Arbeitnehmer <b>ohne Kind</b>
<b>II</b>	ledige, geschiedene oder verwitwete Arbeitnehmer <b>mit Kind</b>
<b>III</b>	verheiratete Arbeitnehmer: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein Ehepartner arbeitet nicht <b>oder</b></li> <li>• beide arbeiten; hier Partner, der <b>mehr verdient</b> (der andere in V)</li> </ul>
<b>IV</b>	verheiratete Arbeitnehmer; beide arbeiten; Verdienst ist in etwa gleich hoch
<b>V</b>	verheiratete Arbeitnehmer; beide arbeiten; hier Partner, der <b>weniger verdient</b> (der andere in III)
<b>VI</b>	Arbeitnehmer mit mehreren Beschäftigungsverhältnissen

<b>Wichtige Buchungssätze</b>	
Erfassung des Personalaufwands bei Auszahlung per Banküberweisung:	
<b>6200 LG</b> <span style="color: blue;">brutto</span> an <b>2800 BK</b> <span style="color: blue;">netto</span>	
	<b>4830 VFA</b> <span style="color: green;">Steuern</span>
	<b>4840 VSV</b> <span style="color: red;">① Arbeitnehmeranteil Sozialversicherung</span>
<b>6400 AGASV</b> an <b>4840 VSV</b> <span style="color: red;">② Arbeitgeberanteil Sozialversicherung</span>	
<b>Beachte:</b> beide Buchungssätze sind hier erforderlich!	

Banküberweisung der gesamten einbehaltenen Steuern an das Finanzamt:	
<b>4830 VFA</b> an <b>2800 BK</b> <span style="color: green;">Steuern</span>	

Banküberweisung der gesamten einbehaltenen Sozialversicherungsbeiträge an die SoV-Träger:	
<b>4840 VSV</b> an <b>2800 BK</b> <span style="color: blue;">SoV-Beiträge von Arbeitgeber und Arbeitnehmer ① + ②</span>	

<b>Lohnnebenkosten (Personalzusatzkosten)</b>	
<b>gesetzliche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AG-Anteil Sozialversicherung (AGASV)</li> <li>• Beiträge gesetzliche Unfallversicherung</li> <li>• bezahlte Feiertage, bezahlter Urlaub</li> <li>• Lohnfortzahlung im Krankheitsfall</li> <li>• Mutterschaftsurlaub (Elternzeit)</li> </ul>
<b>tarifliche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Urlaubsgeld, Weihnachtsgeld (13. Gehalt)</li> <li>• zusätzliche bezahlte Urlaubstage</li> </ul>
<b>betriebliche/freiwillige</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermögensbildung</li> <li>• betriebliche Altersversorgung</li> <li>• Sonstiges: z. B. Kantinen- und Fahrtkostenzuschuss</li> </ul>

## 5. Unternehmen und Staat

Gebühren				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Abgaben an den Staat, die nur fällig sind, wenn die Leistung in Anspruch genommen wird</li> <li>sind Aufwendungen → <b>erfolgsmindernd</b></li> </ul>				
<b>6730 GEB</b>	—	<b>Gebühren</b> , z. B. für Abwasserkanal, Müllentsorgung,		
	7 %	Wasserversorgung,		
	19 %	Kaminkehrer, auch für Weiterbildung (Seminargebühren)		
<b>Beispiel:</b> Eingang eines Bescheids der Gemeinde über Abwassergebühren, 295,00 €				
<b>6730 GEB</b>		<b>295,00 €</b>	<b>an</b>	<b>4400 VE</b>
			<b>an</b>	<b>295,00 €</b>

Steuerarten			
<b>Steuern als durchlaufende Posten (Durchlaufsteuern)</b> → <b>erfolgsneutral</b>		<b>Betriebliche Steuern (Aufwandssteuern)</b> → <b>erfolgsmindernd</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsatzsteuer</li> <li>einbehaltene Lohnsteuer der Arbeitnehmer</li> </ul>		<b>Gewerbsteuer: 7000 GWST</b>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Gemeindesteuer</li> <li>Grundlage: Gewerbeertrag (Ertragssteuer)</li> <li>Hebesatz beeinflusst Standortwahl</li> </ul>	
<b>Berechnung Gewerbesteuer</b>		<b>Grundsteuer: 7020 GRST</b>	
Gewinn aus Gewerbe		90.500,00 €	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gemeindesteuer</li> <li>Grundlage: Grundbesitz</li> <li>Grundsteuer A: Vermögen Land-/Forstwirtschaft</li> <li>Grundsteuer B: Privatvermögen oder Betriebsvermögen</li> <li>Hebesatz beeinflusst Standortwahl</li> </ul>
– Freibetrag (e. K., OHG, KG)	24.500,00 €	24.500,00 €	
= Maßgebender Gewerbeertrag		66.000,00 €	
* Gewerbesteuerermesszahl	in Deutschland 3,5 %	* 0,035	
= Gewerbesteuerermessbetrag		2.310,00 €	
* Hebesatz	in Großostheim 350 %	* 3,50	<b>Kraftfahrzeugsteuer: 7030 KFZST</b>
<b>= Gewerbesteuer</b>	jährlicher Betrag	<b>8.085,00 €</b>	

Umsatzsteuer	
<ul style="list-style-type: none"> <li>wichtigste Einnahmequelle des Staates (Gemeinschaftssteuer: Empfänger Bund, Länder und Gemeinden)</li> <li>nur Buchung auf Bestandskonten: erfolgsneutral</li> <li>Regelsteuersatz: 19 %</li> </ul>	
<b>Ermäßigter Satz 7 %</b>	<b>Steuerfreie Umsätze</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Grundnahrungsmittel (Milch; aber keine Getränke)</li> <li>Bücher, Zeitungen und Zeitschriften</li> <li>Kulturangebote (Museums- und Theatereintritt)</li> <li>Bahnfahrkarten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Leistungen der Ärzte/Zahnärzte (nicht Tierärzte)</li> <li>Umsätze der Deutschen Post AG (Briefmarken)</li> <li>Umsätze der Banken (Gebühren und Zinsen)</li> <li>Handel innerhalb der EU (mit USt-IdNr)</li> </ul>

Umsatzsteuer-Zahllast	
<b>Rechenschema:</b>	
<b>Saldo Umsatzsteuer</b>	berechnet vom Nettobetrag der umsatzsteuerpflichtigen Erträge
– <b>Saldo Vorsteuer</b>	berechnet vom Nettobetrag der umsatzsteuerpflichtigen Aufwendungen
<b>= Zahllast</b>	
<b>Wichtige Buchungssätze:</b>	
Ermittlung der USt-Zahllast (Abschluss Konto VORST):	Banküberweisung der USt-Zahllast:
<b>4800 UST</b> an <b>2600 VORST</b> <b>Saldo VORST</b>	<b>4800 UST</b> an <b>2800 BK</b> <b>Zahllast</b>