Anforderungskatalog

für das FAP

Handel und Büro

Lehrplan 2020

Aktualisiert im März 2022

|  |
| --- |
| Bereich Buchführung und Wirtschaftsrechnen  Literatur: Praxiserlebnis Buchführung und Wirtschaftsrechnen (Huber-Lechner, Meinhard, Plech, Tyszak, Pecher und Streif, 2. Auflage 2021), Trauner Verlag, Linz. |

|  |
| --- |
| **Kapitel Grundlagen des Rechnungswesens (S. 83 – 92)** |
| 1. Welche Aufgaben hat die Buchhaltung und welche gesetzlichen Regelungen gelten dafür?   *Minimal* |
| * 1. Welche Personen und Behörden sind an der Buchhaltung interessiert?   Erkläre, *warum* sie an der Buchhaltung interessiert sind. |
| Die Buchhaltung hat in einem Betrieb eine große Bedeutung, da sie verschiedenen Personen und Behörden Auskunft über die Lage des Unternehmens gibt.   * **Die Unternehmerin/der** **Unternehmer**: Möchte wissen, wie es um sein Unternehmen steht, ob und wie viel Gewinn oder Verlust er macht und wie hoch das Vermögen und die Schulden sind. * **Banken**: gewähren nur einen Kredit, wenn ein Unternehmen eine gute Bonität (=Kreditwürdigkeit) aufweist. Ob sich das Unternehmen die Rückzahlung leisten kann, kann mittels der Buchhaltung festgestellt werden. * **Lieferanten**: Bei Lieferungen auf Ziel (gegen spätere Bezahlung) wird oft die Auskunft von Kreditschutzverbänden eingeholt, wie es um das Unternehmen finanziell bestellt ist. Der Lieferant muss sicher sein, dass das Unternehmen die Rechnungen bezahlen kann. Wenn nicht, wird nur gegen Barzahlung geliefert. * **Finanzamt**: Jedes Unternehmen und jeder Unternehmer müssen Steuern an das Finanzamt zahlen. Aus den Buchhaltungsunterlagen (Bilanz bzw. Erfolgsermittlung) geht hervor, wie hoch die Steuern sind, die zu bezahlen sind. Bei einer Steuerprüfung müssen die Unterlagen vorgelegt werden können. |
| * 1. Nenne vier *Gründe,* warum ein Unternehmen eine Buchhaltung führt. |
| * Es ist gesetzlich vorgeschrieben. Was genau aufgezeichnet werden muss (Einnahmen-Ausgaben-Rechnung oder Doppelte Buchführung) hängt von der Höhe des Umsatzes ab! * Der Unternehmer muss wissen, wie hoch sein Vermögen und seine Schulden sind. * Banken prüfen die Unterlagen, bevor sie einen Kredit vergeben. Sie müssen sicher sein, dass das Unternehmen den Kredit zurückzahlen kann. * Das Finanzamt berechnet aufgrund des Gewinns bzw. des Verlusts die Steuern, die das Unternehmen bezahlen muss. |
| * 1. Welche Unternehmer führen eine Einnahmen-Ausgaben-Rechnung, welche eine doppelte Buchhaltung? |
| **Einnahmen-Ausgaben-Rechnung** führen Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 700.000,00 EUR. Ärzte, Rechtsanwälte, Künstler, … (Freiberufler) können auch bei höherem Umsatz die E-A-R führen.  **Doppelte Buchhaltung**: Jedes Unternehmen, das in zwei aufeinander folgenden Jahren MEHR als 700.000,00 EUR Jahresumsatz hat, muss ab dem übernächsten Jahr eine doppelte Buchhaltung führen, bei mehr als 1.000.000,00 EUR Jahresumsatz gilt das bereits ab dem nächsten Jahr.  Kapitalgesellschaften (GmbH, AG) müssen **immer** eine doppelte Buchhaltung führen (auch bei geringerem Umsatz)!  Jedes Unternehmen kann auch bei weniger als 700.000,00 EUR Jahresumsatz **freiwillig** eine doppelte Buchhaltung führen. |

|  |
| --- |
| * 1. Wie lauten die bekannten Formvorschriften? |
| Die Unternehmen sind dazu verpflichtet, bei der Führung ihrer Bücher die gesetzlichen Formvorschriften einzuhalten. |
| * 1. Was versteht man unter dem Begriff *Aufbewahrungspflicht*? |
| Alle Unterlagen und Aufzeichnungen, Belege, Bücher, Datenträger müssen ab Ende des jeweiligen Kalenderjahres **sieben Jahre** aufbewahrt werden. Belege, die das Gebäude betreffen (z. B. Reparaturen, Zubau) müssen **zwanzig** **Jahre** aufbewahrt werden.  Wenn es zu einer Steuerprüfung durch das Finanzamt kommt, müssen alle Unterlagen vorhanden sein und vorgelegt werden können. |

|  |
| --- |
| **Kapitel Belege (S. 93 – 104)** |
| 1. Wie werden Belege eingeteilt, organisiert und bearbeitet? |
| * 1. Erkläre den Begriff *Beleg* und nenne Beispiele.   *Minimal* |
| Belege sind schriftliche Nachweise über Geschäftsfälle in einem Unternehmen und dienen als Grundlage für die Buchhaltung.  Beispiele: Kontoauszug, Eingangsrechnung, Ausgangsrechnung, Kassabon, … |
| * 1. Erkläre die Einteilung der Belege!   *Minimal* |
| * Nach ihrer **Herkunft**: in externe (z. B. AR, ER) und interne Belege (z. B. Gehaltszettel, Beleg für Privatentnahme) * Nach **Sachgebieten**: K (Kassabeleg), B (Bankbeleg), ER (Eingangsrechnung), AR (Ausgangsrechnung), SO (Sonstige Belege)   Beispiele:  **K**: Beleg für bare Zahlung, z. B. Kassabon, Eigenbeleg für Privatentnahme aus der Kassa;  **B**: Beleg für Überweisungen auf ein Bankkonto, z. B. Kontoauszug;  **ER** (Eingangsrechnung): eingehende Rechnung von einem Lieferanten, z. B. Rechnung vom Lieferanten für Wareneinkauf auf Ziel;  **AR** (Ausgangsrechnung): ausgehende Rechnung an einen Kunden, z. B. Rechnung an eine Kundin mit Zahlungsziel;  **SO**: Lohnlisten, Inventuraufzeichnungen, Lohn- und Gehaltszettel; |
| * 1. Welcher wichtige Grundsatz gilt für die Belege und wie lange müssen sie aufbewahrt werden?   *Minimal* |
| Grundsatz: Keine Buchung ohne Beleg!  Aufbewahrungsdauer: 7 Jahre ab Ende des Geschäftsjahres. |
| * 1. Erkläre die fünf Schritte, die bei der Belegbearbeitung durchzuführen sind.   *Minimal* |
| 1. Prüfung des Beleges auf Richtigkeit: Es werden Leistung, Menge, Rechnungsbetrag, Rabattabzüge usw. kontrolliert und wenn alles stimmt, wird er abgezeichnet (meist mit einem Kürzel des Bearbeiters/der Bearbeiterin). 2. Eingangsstempel (meist rechts oben): Eingelangt am … + Datum 3. Kürzel für Belegart und fortlaufende Nummer werden meist rechts im oberen Bereich auf dem Beleg notiert z. B. ER 155 4. Vorkontierung: Der Beleg wird mit einem Buchungsstempel und dem Buchungssatz versehen. 5. Die Verbuchung erfolgt mit einem Buchhaltungsprogramm. Danach wird der Beleg in einem Ordner abgelegt. Die Belege müssen so geordnet sein, dass sie rasch wieder auffindbar sind. |
| 1. Welche Bestandteile weisen Rechnungen auf? |
| * 1. Nenne die zwei Arten der Rechnung, die Unternehmen und Privatpersonen betreffen.   *Minimal* |
| Rechnungen **bis** 400,00 EUR (brutto) (sogenannte *Kleinbetragsrechnungen)* und  Rechnungen **über** 400,00 EUR (brutto). |
| * 1. Bis zu welchem Bruttobetrag spricht man von einer *Kleinbetragsrechnung* und welche sechs Bestandteile müssen darauf angeführt sein? welche vier (neue) Bestandteile gibt es seit der Registrierkassenpflicht?   *Minimal* |
| Kleinbetragsrechnung bis 400,00 EUR Brutto (inkl. Umsatzsteuer).  Sechs Bestandteile:   1. Name und Anschrift des Verkäufers 2. Ausstellungsdatum 3. Menge und handelsübliche Bezeichnung der gelieferten Ware 4. Gesamtbetrag des Entgeltes inkl. USt 5. Steuersatz 6. Datum der Lieferung oder Leistung |
| * 1. Welche vier (neuen) Bestandteile muss eine Kleinbetragsrechnung seit Einführung der Registrierkassenpflicht enthalten?   *Minimal* |
| 1. Kassenidentifikationsnummer 2. Datum und Uhrzeit der Belegausstellung 3. Betrag der Barzahlung nach Steuersätzen getrennt 4. maschinenlesbarer Code z. B. QR-Code |
| * 1. Welche Rechnungsbestandteile müssen Rechnungen über 400,00 EUR brutto aufweisen?   *Minimal* |
| 1. Name und Anschrift des Verkäufers 2. Name und Anschrift des Käufers (bei Unternehmen die Firmenbezeichnung) 3. Datum der Lieferung 4. Menge und handelsübliche Bezeichnung der Lieferung oder Leistung 5. Entgelt (netto) 6. Umsatzsteuerbetrag 7. Steuersatz bzw. Hinweis auf Befreiung 8. Ausstellungsdatum 9. Fortlaufende Rechnungsnummer 10. UID-Nummer des Verkäufers (UID-Nr. = Umsatzsteueridentifikationsnummer) 11. UID-Nummer des Käufers, wenn dieser ein Unternehmer ist und der Rechnungsbetrag 10.000,00 EUR übersteigt |
| * 1. Erkläre die Begriffe *Nettobetrag* und *Bruttobetrag*!   *Minimal* |
| Unter *Nettobetrag* versteht man den Warenwert OHNE Umsatzsteuer (exklusive USt).  Der *Bruttobetrag* ist der Warenwert MIT (=inklusive) Umsatzsteuer. |

|  |
| --- |
| **Kapitel Einnahmen-Ausgaben-Rechnung (S. 141 – 208)** |
| 1. Erkläre den Begriff *Einnahmen-Ausgaben-Rechnung*!   *Minimal* |
| Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung stellt eine vereinfachte Form der Ermittlung von Gewinn oder Verlust dar. Die tatsächlich bezahlten Betriebseinnahmen und –ausgaben werden in geordneter Form aufgezeichnet. Am Ende des Geschäftsjahres kann ermittelt werden, ob ein Gewinn oder ein Verlust erwirtschaftet wurde.  Berücksichtigt werden nur bereits bezahlte Eingangs- und Ausgangsrechnungen!  Bei der Erfolgsermittlung am Ende des Geschäftsjahres werden die Betriebseinnahmen den Betriebsausgaben gegenübergestellt und die Differenz ergibt den *Geschäftserfolg*. Das kann ein Gewinn oder ein Verlust sein. |
| * 1. Nenne zwei Beispiele für Unternehmer, die eine Einnahmen-Ausgaben-Rechnung führen (dürfen).   *Minimal* |
| * Personen, die freie Berufe ausüben, wie Rechtsanwälte, Steuerberater, Ärzte, sowie Land- und Forstwirte. * Einzelunternehmen und Personengesellschaften mit einem Jahresumsatz von weniger als 700.000,00 EUR. |
| * 1. Welche Aufzeichnungen sind zu führen? Erkläre sie näher.   *Minimal* |
| * **Kassabuch**: Darin werden alle baren Geschäftsfälle (Bareinnahmen und Barausgaben) aufgezeichnet. * **Bankbuch**: Dort werden alle Einnahmen und Ausgaben erfasst, die über das Bankkonto abgewickelt werden (Überweisungen in Form von Gutschriften und Lastschriften bzw. alle Bankomatzahlungen). * Ins **Wareneingangsbuch** werden alle Wareneinkäufe eingetragen, die zur Weiterverarbeitung und zum Wiederverkauf bestimmt sind. * Im **Anlagenverzeichnis** werden alle Anlagen (z. B. Maschinen, Einrichtung, Fahrzeuge, Gebäude, …) geführt, die zum Betrieb zählen. * Werden Mitarbeiter/innen beschäftigt, sind **Lohnkonten** zu führen. Für offene Rechnungen werden **Offene-Posten-Listen** geführt, um den Überblick über die Kundenforderungen zu bewahren.   Grundlage der Aufzeichnungen in den Büchern sind die Belege. Diese bilden die Geschäftsfälle ab. |
| * 1. Erkläre die Begriffe *Gewinn* und *Verlust*.   *Minimal* |
| Die Erfolgsermittlung wird an bestimmten Stichtagen, z. B. am Ende des Geschäftsjahres durchgeführt. Zu diesem Zeitpunkt werden die Einnahmen und Ausgaben einander gegenübergestellt.  Sind die Einnahmen höher als die Ausgaben, entsteht ein **Gewinn.**  Sind die Einnahmen niedriger als die Ausgaben, entsteht ein **Verlust**. |
| * 1. Erkläre die Begriffe *Inventur* sowie *Sollbestand* und *Istbestand*!   *Minimal* |
| Am Ende eines Geschäftsjahres werden bei der *Inventur* alle Vermögenswerte und Schulden gezählt und bewertet. Dabei wird festgestellt, wie reich ein Unternehmen zu einem bestimmten Zeitpunkt ist.  *Sollbestand*: Es wird ausgerechnet, wie viele Waren auf Lager sein sollen (od. auch wie viel Geld in der Kassa sein soll).  *Istbestand:* Durch Zählen aller Waren bzw. des Bargeldes (Kassasturz) wird ermittelt, wie viel Waren/Bargeld tatsächlich vorhanden ist.  Sollbestand sollte mit Istbestand übereinstimmen. |

|  |
| --- |
| **Kapitel Umsatzsteuer (S. 105 – 124)** |
| 1. Erkläre alles zum Thema *Umsatzsteuer*! |
| * 1. Für welche Lieferungen und sonstigen Leistungen wird in Österreich Umsatzsteuer verrechnet?   *Minimal* |
| Besteuert werden grundsätzlich Lieferungen und Leistungen, die eine Unternehmerin/ein Unternehmer im Inland (=Österreich) gegen Bezahlung im Rahmen ihres/seines Unternehmens erbringt.  Mit anderen Worten: Für alle Waren und Dienstleistungen, die ein Unternehmen in Österreich verkauft, ist Umsatzsteuer zu bezahlen. Einige Lieferungen bzw. Leistungen sind umsatzsteuerfrei, wie z. B. Post- und Paketgebühren und Versicherungsprämien. |
| * 1. Welche Umsatzsteuersätze gibt es in Österreich? Nenne je zwei Beispiele, wo diese USt-Sätze Anwendung finden.   *Minimal* |
| * 20 % (Normalsteuersatz) für den Großteil aller Waren und Dienstleistungen, auch für Getränke. Z.B. Sportschuhe, Smartphone, Apfelsaft, ... * 10 % (ermäßigter Steuersatz) z. B. für Lebensmittel (nur Essen!), Bücher, Zeitschriften, Personenbeförderung, Medikamente und Beherbergung (Hotel!) z. B. Wurst, Brot, Taxi, Zugticket, Übernachtung im Hotel, … * 13 % (ermäßigter Steuersatz) z.B. Tiernahrung, Blumen, Kino, Theater, Ab-Hof-Verkauf von Wein (selbst erzeugt!) |
| * 1. Welche Lieferungen bzw. Leistungen sind umsatzsteuerfrei?   *Minimal* |
| Nicht umsatzsteuerpflichtig sind z. B. Post- u. Paketgebühren, Versicherungsprämien, Gutscheine. |
| * 1. Erkläre den Unterschied zwischen den Begriffen *Brutto* und *Netto!*   *Minimal* |
| *Netto*: Betrag ohne (= exklusive) Umsatzsteuer (= 100 %)  *Brutto:* Betrag mit (inklusive) Umsatzsteuer (= 110, 113 oder 120 %).  Netto + USt = Brutto! |
| * 1. Berechne 10 % USt, 13 % USt anhand eines selbstgewählten Betrages und erkläre die Berechnung!   *Minimal* |
|  |
| * 1. Erkläre die Begriffe *Vorsteuer und Umsatzsteuer und Umsatzsteuer-Zahllast*!   *Minimal* |
| * **Umsatzsteuer**: Ein Unternehmen verkauft eine Lieferung oder eine Leistung und kassiert mit dem Bruttopreis, den der Kunde/die Kundin bezahlt, automatisch auch die Umsatzsteuer ein. Diese darf sich das Unternehmen nicht behalten, sondern muss es an das Finanzamt abliefern. Umsatzsteuer hebt ein Unternahmen für alle Verkäufe ein. * **Vorsteuer:** Kauft ein Unternehmen Waren oder Leistungen ein, bezahlt es mit dem Bruttopreis auch automatisch Umsatzsteuer mit. Diese Umsatzsteuer für die Einkäufe wird als *Vorsteuer* bezeichnet. Ein Unternehmen darf sich die Vorsteuer vom Finanzamt „zurückholen“. * **Umsatzsteuer-Zahllast:** Am Ende eines Monats ist von jedem Unternehmen eine Umsatzsteuervoranmeldung (UVA) beim Finanzamt durchzuführen. Dabei wird die Umsatzsteuer-Zahllast berechnet:   **Summe der Umsatzsteuer** für die Verkäufe (muss abgeliefert werden)  **– Summe der Vorsteuer** für die Einkäufe (bekommt man vom Finanzamt zurück)  **= Umsatzsteuer-Zahllast**  Ist die Summe der Umsatzsteuer höher als die Vorsteuer = Schuld (muss ans Finanzamt bezahlt werden) 🡪 das ist der Normalfall!  Ist die Summe der Umsatzsteuer niedriger als die Vorsteuer = Guthaben (bekommt man vom Finanzamt als Gutschrift).  Die USt-Zahllast wird am Ende des Monats berechnet und muss bis zum 15. des übernächsten Monats an das Finanzamt gemeldet und bezahlt werden. |
| **Kapitel Doppelte Buchhaltung (S. 211 – 222)** |
| 1. Grundbegriffe der Doppelten Buchhaltung |
| * 1. Erkläre den Begriff *Doppelte Buchhaltung*!   *Minimal* |
| Unter der *doppelten Buchhaltun*g versteht man eine lückenlose doppelte Aufzeichnung aller Geschäftsfälle:   * Jeder Geschäftsfall wird zweifach aufgeschrieben, * jeder Geldbetrag wird zweimal (doppelt) erfasst, * der Erfolg eines Unternehmens (Gewinn oder Verlust) wird auf zwei verschiedene Arten berechnet. |
| * 1. Erkläre den Begriff *Bilanz* und wie ist sie aufgebaut?   *Maximal* |
| Eine Bilanz ist eine Tabelle, in der die Vermögenswerte und Kapital (=Schulden) einander gegenüber gestellt werden.  Das *Vermögen (= Aktiva)* besteht aus Anlagevermögen und Umlaufvermögen und steht in der Bilanz auf der linken Seite.  Die *Schulden (= Passiva)* bestehen aus Fremdkapitel und Eigenkapital und stehen in der Bilanz auf der rechten Seite.  Beide Seiten der Bilanz sind gleich viel wert. Die Summe des Vermögens (linke Seite) muss genauso groß sein wie die Summe der Schulden (rechte Seite) (= Summengleichheit).   * Anlagevermögen: Gebäude, Maschinen, Fahrzeuge, Betriebs- u. Geschäftsausstattung (BGA), Werkzeuge, EDV-Ausstattung, … * Umlaufvermögen: Handelswaren, Kassa (Bargeld), Bank (Guthaben), Kundenforderungen. * Fremdkapital: Verbindlichkeiten (Schulden) bei Lieferanten oder Banken, Kredite und Darlehen, Eigenkapital.   Die Passiva geben an, woher das Geld kommt (Mittelherkunft), um die Aktiva (Gebäude, Einrichtung, Handelswaren) zu finanzieren bzw. zu bezahlen (Mittelverwendung). |

|  |
| --- |
| Bereich Betriebswirtschaftliche Grundlagen  Literatur: Praxiserlebnis Betriebswirtschaftliche Grundlagen (Huber-Lechner, Meinhard, Tyszak, Streif, Pecher, Anderle und Hunger, 2. Auflage 2021), Trauner Verlag, Linz. |

|  |
| --- |
| **Kapitel Wirtschaft (S. 7 – 72)** |
| 1. Grundlagen des Wirtschaftens |
| * 1. Erkläre die Bedürfnisse des Menschen anhand der *Maslowschen Bedürfnispyramide* und bringe Beispiele.   *Minimal* |
| Ein Bedürfnis ist das Empfinden eines Mangels und der Wunsch diesen Mangel zu beseitigen. Maslow unterscheidet:  **Grundbedürfnisse** (braucht man zum Überleben): Nahrung, Kleidung, Wohnung, Schlaf, Medikamente bei Krankheit, …  **Sicherheitsbedürfnisse**: sicheres Umfeld (Krieg!), finanzielle Sicherheit, sicherer Arbeitsplatz,…  **Soziale Bedürfnisse** (gemocht werden von anderen): Familie, Freundinnen/Freunde, Partnerschaft, Kolleginnen und Kollegen, …  **Bedürfnis nach Anerkennung** (geschätzt werden für gute Leistungen): Erfolg im Beruf, Karriere, tolles Auto, …  **Bedürfnis nach Selbstverwirklichung**: im Beruf das machen, was man gern macht, die Talente im Traumberuf verwenden können. |
| * 1. Erkläre, wie aus einem Bedürfnis ein Bedarf wird und was *Kaufkraft* bedeutet.   *Minimal* |
| Ein Grundbedürfnis ist z. B. das **Bedürfnis** nach warmer Kleidung. Braucht jemand eine neue Winterjacke und hat er dafür genug Geld zur Verfügung, hat er **Bedarf,** d.h., er hat die finanziellen Mittel, sein Bedürfnis zu befriedigen. Die Höhe des Betrages, den er ausgeben kann, bestimmt die Höhe seiner **Kaufkraft**.  Bedarf besteht nur, wenn jemand genug Geld (= Kaufkraft) hat, sein Bedürfnis zu erfüllen!  Wenn der Bedarf nach einem Gut vorhanden ist, spricht man von **Nachfrage**. |
| * 1. Wie lassen sich Bedürfnisse noch einteilen (außer in der Bedürfnispyramide)? Nenne Beispiele.   *Minimal* |
| Bedürfnisse können auch nach der Art eingeteilt werden:   * Materielle Bedürfnisse (Smartphone, Schuhe, Moped, …) * Immaterielle Bedürfnisse (Freundschaft, Liebe, Gesundheit,…) |
| * 1. Welche Aufgabe erfüllt die Wirtschaft? Was produziert die Wirtschaft?   *Minimal* |
| Die Wirtschaft produziert Güter und stellt diese bereit, um die Bedürfnisse der Menschen befriedigen zu können.  Dabei unterscheidet man Sachgüter (materielle Güter) z. B. Kleidung, Kosmetikprodukte und Dienstleistungen (immaterielle Güter) z. B. Reparatur des Autos, Friseurbesuch – also Leistungen.  Bei Sachgütern unterscheidet man:   * Produktionsgüter, die der Herstellung anderer Güter und Dienstleistungen dienen: Maschinen , Gebäude, LKW … * Konsumgüter, die dem Verbrauch und dem Gebrauch dienen: Auto, Möbel, Essen, … |
| * 1. Erkläre die *Wirtschaftlichkeitsprinzipien* und den Begriff *Wirtschaften*!   *Minimal* |
| **Wirtschaften** ist die planvolle und vernünftige (rationale) Schaffung oder Bereitstellung von Gütern zur Bedürfnisbefriedigung. Das bedeutet nach dem Wirtschaftlichkeitsprinzip zu handeln.  Dabei unterscheidet man zwei Prinzipien:   * **Minimalprinzip**: So wenig Güter wie möglich verwenden, um ein Bedürfnis zu befriedigen.   Beispiel: Eine bestimmte Strecke mit dem Auto mit so wenig Treibstoff wie möglich zu fahren (minimal).   * **Maximalprinzip**: Mit einer bestimmten Menge an Gütern so viele Bedürfnisse wie möglich zu befriedigen (maximal).   Beispiel: Mit einem vollen Tank so viele Kilometer wie möglich zu fahren. |
| * 1. Nenne und beschreibe die Wirtschaftsteilnehmer und erkläre ihre Funktionen im Wirtschaftskreislauf.   *Minimal* |
| Die Wirtschaftsteilnehmer sind alle Personen und öffentlichen Einrichtungen, die am Wirtschaftsleben teilnehmen:  **- Unternehmen**: Sie stellen Güter her und Dienstleistungen zur Verfügung.  **- Haushalte:** Sie verbrauchen Güter und nehmen Dienstleistungen in Anspruch.  **- Staat:** Er greift regelnd ein.  **-** **Banken:** Sie stellen Kapital (Geld) zur Verfügung (in Form von Krediten).    (Huber-Lechner u. a.: Praxiserlebnis Betriebswirtschaftliche Grundlagen B. S. 22) |

|  |
| --- |
| **Kapitel Der Markt (S. 27 – 39)** |
| 1. Angebot, Nachfrage und Preis |
| * 1. Beschreibe das Prinzip von Angebot und Nachfrage und die Auswirkungen auf den Preis.   *Minimal* |
| Angebot und Nachfrage treffen am **Markt** aufeinander. Der Verkäufer bietet Waren an (= Angebot) und erhält dafür Geld. Der Käufer fragt Waren nach (= Nachfrage) und bezahlt dafür Geld.  Angebot und Nachfrage beeinflussen auch den Preis.   * Ist die Nachfrage GRÖSSER als das Angebot, steigt der Preis.   Beispiel: Wenn ein neues Smartphone-Modell auf den Markt kommt, wollen es alle haben 🡪 Preis ist hoch.   * Ist die Nachfrage KLEINER als das Angebot, sinkt der Preis.   Beispiel: Wenn die Schisaison zu Ende geht, will keiner mehr neue Schi kaufen 🡪 Preis ist niedrig (Schlussverkauf!)  Es gibt viele weitere Faktoren, die den Preis beeinflussen:   * Nachfrage der Kunden abhängig vom Einkommen, Vorlieben (Präferenzen) * Preise der Mitbewerber (Konkurrenz) * Produktionskosten |

|  |
| --- |
| **Kapitel Praxisblick ins Unternehmen (S. 40 – 50)** |
| 1. Unternehmen, Betrieb, Firma |
| * 1. Erkläre den Unterschied zwischen *Unternehmen, Betrieb* und *Firma*.   *Minimal* |
| Das **Unternehmen** ist der rechtliche und finanzielle Rahmen für die Erstellung von Gütern oder Dienstleistungen.  Der **Betrieb** ist der Ort, an dem die Güter hergestellt oder Dienstleistungen bereitgestellt werden.  Die **Firma** ist der Name des Unternehmens, unter dem Geschäfte abgeschlossen werden. |
| * 1. Nach welchen Merkmalen lassen sich Betriebe unterscheiden?   *Minimal* |
| Betriebe unterscheiden sich aufgrund   * der Leistungserstellung * der Betriebsgröße * der Branche   Bei der **Leistungserstellung** unterscheidet man nach   * Urproduktion (Primärer Sektor) * Produktion (Sekundärer Sektor) * Dienstleistung (Tertiärer Sektor)   Bei der **Betriebsgröße** unterscheidet man zwischen   * Kleinstbetrieben (bis 9 Mitarbeiter/innen) * Kleinbetrieben (10 bis 49 Mitarbeiter/innen) * Mittelbetrieben (50 bis 249 Mitarbeiter/innen) * Großbetrieben (ab 250 Mitarbeiter/innen)   Einteilung nach der **Branche**   * Industrie * Gewerbe und Handwerk * Handel * Transport und Verkehr * Banken und Versicherungen * Land- und Forstwirtschaft * Tourismus und Freizeitwirtschaft * Information und Consulting |

|  |
| --- |
| **Kapitel Unternehmensgründung (S. 51 – 72)** |
| 1. Unternehmensgründung |
| 10.1. Erkläre den Unterschied zwischen *selbstständig* Erwerbstätigen und *unselbstständig* Erwerbstätigen.  *Minimal* |
| *Selbstständig* Erwerbstätige sind Personen, die ein eigenes Unternehmen führen.  *Unselbstständig* Erwerbstätige hingegen sind Personen, die als Arbeitnehmer\*in in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis stehen. |
| 10.2. Zähle zwei Vorteile und zwei Nachteile der *Selbstständigkeit* auf.  *Minimal* |
| Vorteile:   * Möglichkeit zur Verwirklichung eigener Träume und Ideen, * mehr Flexibilität bei Aufgaben und Zeiteinteilung, * Eigenverantwortlichkeit…   Nachteile:   * kein fixes Gehalt, * hoher Zeitaufwand, * keine fixen Arbeitszeiten, * hohe Verantwortung, * ganz auf sich allein gestellt … |
| 10.3. Erkläre, wann eine gewerbliche Tätigkeit vorliegt.  *Minimal* |
| Eine gewerbliche Tätigkeit liegt dann vor, wenn   * eine unternehmerische Tätigkeit erlaubt ist (nicht gegen Gesetze verstößt), * selbstständig erfolgt (auf eigene Rechnung und Gefahr), * regelmäßig und * entgeltlich (mit der Absicht der Ertragserzielung) betrieben wird. |
| 10.4. Nenne die allgemeinen Voraussetzungen, die erfüllt sein müssen, um eine *Gewerbeberechtigung* zu erhalten.  *Minimal* |
| * Gründer\*in muss 18 Jahre alt sein, * österreichische, EWR/EU- oder Schweizer Staatsbürgerschaft haben, * es darf kein Ausschlussgrund vorliegen (z. B. keine gerichtliche Verurteilung). |
| 10.5. Was versteht man unter einem *Befähigungsnachweis?*  *Minimal* |
| Der *Befähigungsnachweis* bestätigt, dass fachliche und unternehmerische Fähigkeiten sowie Erfahrungen vorliegen.  Er ist Voraussetzung für eine Gewerbeberechtigung der reglementierten Gewerbe (z. B. als Bäcker, Friseur, Schlosser, …) |
| 10.6. Erkläre den Begriff *Zuverlässigkeitsprüfung*.  *Minimal* |
| Für Gewerbe mit besonders hoher Verantwortung gegenüber anderen Personen (z. B. Baumeister, Waffengewerbe, Vermögensberatung, …) ist **zusätzlich** zum Befähigungsnachweis auch noch eine *Zuverlässigkeitsprüfung* erforderlich.  Dabei wird geprüft, ob Verstöße vorliegen, die im Zusammenhang mit dem betreffenden Gewerbe stehen. Z. B. darf jemand, der wegen Betruges verurteilt wurde, nicht als selbstständiger Vermögensberater tätig sein. |

|  |
| --- |
| **Kapitel Kaufen und verkaufen (S. 73 – 164)** |
| 1. Werbung |
| * 1. Was versteht man unter *Werbung*?   *Minimal* |
| Unter *Werbung* versteht man die gezielte Beeinflussung von Menschen, um sie zu einem bestimmten Handeln zu bewegen (z. B. zum Kauf eines Sportgerätes oder zum Buchen einer Reise, …). |
| * 1. Was versteht man unter *Marketing*?   *Minimal* |
| *Marketing* stellt die Kundin/den Kunden in den Mittelpunkt der unternehmerischen Tätigkeit. Die Werbung ist ein Teilbereich des Marketings von Unternehmen. Durch verschiedene Marketingaktivitäten wollen Unternehmen vor allem die Bedürfnisse der Kunden besser verstehen und bestmöglich erfüllen. Dadurch sollen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung erreicht werden.  Zu den Marketingaktivitäten gehören:   * Marktforschung, * Produkt- und Preisgestaltung, * Werbung, * Vertrieb der Produkte. |
| * 1. Erkläre den Begriff *Zielgruppe*.   *Minimal* |
| Die *Zielgruppe* ist jene Gruppe von Menschen, die das Produkt kaufen soll.  Man unterscheidet z. B. nach   * Geschlecht, * Alter, * Ausbildung und Beruf, * Einkommen sowie * Nationalität. |
| * 1. In welchen Lebensbereichen begegnet uns Werbung?   Zähle einige Beispiele auf und erläutere die Ziele, die verfolgt werden!  *Minimal* |
| * **Wirtschaftliche** Werbung: Unternehmen wollen den Absatz ihrer Produkte steigern. Z.B. Werbung für neue Produkte, um sie den Kunden vorzustellen und sie zum Kauf anzuregen oder von bereits bekannten Produkten, um die Bindung an das Unternehmen zu vertiefen (z. B. mit günstigen Preisen, Zusatzleistungen, …) * **Politische** Werbung: Politische Parteien werben um Stimmen im Wahlkampf. Z. B. Wahlplakate, Werbegeschenke für die Wähler, Wahlsendungen im TV, … * **Kulturelle** Werbung: Filme, Theaterstücke, Konzerte usw. sollen möglichst gut besucht werden. Z.B. Plakate auf Litfaßsäulen, TV-Werbung und Radiowerbung für Rockkonzerte, … Vorankündigung für Filme im Kino, TV, … * **Werbung** für den Nonprofit-Bereich: Dadurch soll die Bereitschaft zum Spenden geweckt werden. Z.B. Caritas, Licht ins Dunkel, Ärzte ohne Grenzen, Greenpeace, Tierschutzorganisationen, … werben mit Plakaten, TV-Spots, … |
| * 1. Welche Hauptziele verfolgen Unternehmen mit ihren Werbemaßnahmen?   *Minimal* |
| Werbung soll   * Unternehmen und ihre Produkte und Dienstleistungen bekanntmachen, * zukünftige Kunden (Zielgruppe) erreichen und * sie dazu bringen, die beworbenen Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens zu kaufen.   Das soll erreicht werden durch   * **Einzelwerbung** (einzelne Personen werden mit Namen direkt durch z. B. Newsletter angesprochen) oder durch * **Massenwerbung** (eine große Personenzahl wird angesprochen, z.B. durch TV-Spot, Radiospot, Zeitschriften, Flugblätter, Plakate, …) |
| * 1. Mit welchen *Werbestrategien* und *Werbetechniken* versucht die Werbung, Aufmerksamkeit zu erzeugen?   *Minimal* |
| * **Überzeugungsstrategie**: Kunden sollen von der guten Qualität, vom guten Preis-Leistungs-Verhältnis, vom großartigen Service oder von der Möglichkeit der Problemlösung überzeugt werden. Die überzeugenden Argumente werden oft von angeblichen Verwendern des Produktes oder von Experten vorgebracht. Z. B. wird Zahnpasta von Zahnärzten empfohlen, Hundefutter von Züchtern; * **Imagestrategie**: Wenn sich der Kunde mit dem Image des Produktes identifiziert, ist es leichter, ihn zur Kaufhandlung zu bewegen. Die Bindung an die Marke ist bei Identifikation besonders stark. Die Imagestrategie konzentriert sich auf die Wünsche des Kunden. Z. B. Audi, Nespresso; * **Unterscheidungsstrategie**: Dabei wird die Einzigartigkeit des Produktes betont. Kunden fühlen sich durch den Kauf auch einzigartig und als etwas Besonderes. Z. B. Apple iPhone. * **Strategie der vergleichenden Werbung**: Dabei werden die Produkte oder die Dienstleistungen des eigenen Unternehmens mit denen der Konkurrenz verglichen, indem das eigene Angebot als besser bzw. günstiger angepriesen wird. Dabei dürfen die Mitbewerber jedoch nicht schlecht gemacht werden!   Z. B. wird ein Waschmittel mit „herkömmlichen Waschmitteln“ verglichen und die besonders starke Wirkung demonstriert, …  Im *Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb* werden den Unternehmen allerdings Grenzen bei der vergleichenden Werbung gesetzt!   * **Belohnungsstrategie**: Die Kaufentscheidung wird erleichtert, indem man z. B. Geschenke, Gutscheine oder finanzielle Vorteile verspricht. Z. B. Die Aktivierung ist gratis, 1 + 1 gratis, man erspart sich die „Mehrwertsteuer“, … |
| * 1. Nenne Möglichkeiten der Werbung, die *Aufmerksamkeit des Konsumenten* zu erreichen!   *Minimal* |
| * **Bekanntheit schafft Aufmerksamkeit:** Eine Werbebotschaft wird z. B. in einen bekannten Ausspruch, ein bekanntes Sprichwort oder eine Redewendung eingebaut. Dadurch kann man sich die Werbebotschaft leichter merken. Z. B. Nordsee „Fisch verliebt“ statt „Frisch verliebt“. * **Neugier schafft Aufmerksamkeit:** Der Konsument wird durch eine unvollständige oder ungewöhnliche Botschaft neugierig gemacht. * **Ein Eyecatcher schafft Aufmerksamkeit:** Diese sog. „Eyecatcher“ fangen die Blicke. Dafür geeignet sind Babys, Tiere, Prominente, schöne Frauen und Männer bzw. Frauen, die spärlich bekleidet sind. * **Schock und Irritation schaffen Aufmerksamkeit:** Die Werbebotschaft schockiert oder irritiert durch ihre Gestaltung. Die Auseinandersetzung mit dieser Werbung oder die Diskussion darüber erhöhen den Bekanntheitsgrad des Unternehmens bzw. des Produktes. Das Produkt hebt sich dadurch von der Konkurrenz ab. * **Wiederholung schafft Aufmerksamkeit:** Die ständige Wiederholung der Werbeeinschaltung bzw. der Werbebotschaft ist notwendig, dass sich der Konsument daran erinnert. Z. B. Lotto: „Alles ist möglich“, Familie Putz bei XXXLutz; * **Künstlicher Zeitdruck schafft Aufmerksamkeit:** Durch Aussagen wie z. B. „Solange der Vorrat reicht!“ oder „Nur mehr kurze Zeit!“ sollen die Kundin und der Kunde zu unüberlegten Käufen motiviert werden. |
| * 1. Erkläre die *AIDA-Regel*!   *Minimal* |
| Alle Werbestrategien und Werbetechniken haben das gleiche Ziel: Werbung soll wahrgenommen werden, Interesse wecken und schließlich zum Kauf des Produktes führen. Eine wirkungsvolle Werbung folgt der AIDA-Regel:  A (Attention): Auf das Produkt aufmerksam machen.  I (Interest): Interesse wecken für das Produkt.  D (Desire): Es entsteht der Wunsch, das Produkt zu kaufen.  A (Action): Handlung auslösen (Kauf des beworbenen Produktes).  +  S (Satisfaction): Die Kundin/der Kunde soll mit und nach dem Kauf zufrieden sein, um sie/ihn als Stammkundin/Stammkunden zu gewinnen. |
| * 1. Beschreibe, auf welche Arten Werbung wirken kann.   *Minimal* |
| Werbung wirkt auf zwei Arten:   * **unbewusst**: Darunter versteht man die Gefühle, die Werbung in uns auslöst. * **bewusst**: Informationen und Fakten über ein bestimmtes Produkt.   Für die Kaufentscheidung sind zu 20 % unser Verstand und zu 80 % unsere Gefühle verantwortlich. |
| * 1. Erkläre anhand von Beispielen den Unterschied zwischen *Werbemittel* und *Werbeträger*.   *Minimal* |
| **Werbemittel** enthalten die Werbebotschaft und informieren die Kundinnen und Kunden über das Produkt oder die Dienstleistung.  Man unterscheidet:   * grafische (Inserate, Plakate) * auditive (Radiospot, Durchsagen) * audiovisuelle (TV-Spot, Werbefilme) und * interaktive Werbemittel (Social Media, Apps).   **Werbeträger** werden benötigt, um die Werbemittel an die Zielgruppe herantragen zu können. Man unterscheidet:   * Printmedien (Zeitungen) * elektronische Medien (Fernsehen, Radio, Internet) * Außenwerbung (Fassaden, Infoscreens) und * sonstige Werbeträger (Werbegeschenke, Einkaufstaschen, Personen mit Logo, die für ein Produkt werben) |

|  |
| --- |
| 1. Der Kaufvertrag (S. 96 – 164) |
| * 1. Was ist ein *Kaufvertrag*?   *Minimal* |
| Der Kaufvertrag ist ein Vertrag, bei dem ein Produkt oder eine Dienstleistung gegen Bezahlung eines festgelegten Geldbetrages den Besitzer wechselt. |
| * 1. Welche Phasen lassen sich beim Abschluss eines Kaufvertrages unterscheiden?   *Maximal* |
| Die Phasen des Kaufvertrages lauten:   * Anbahnung des Kaufvertrages * Abschluss des Kaufvertrages * Erfüllung des Kaufvertrages |
| * 1. Nenne die sechs *rechtlichen Voraussetzungen* für Kaufverträge und erkläre sie.   *Minimal* |
| * **Zweiseitigkeit:** Es müssen mindestens zwei Personen beteiligt sein: Käufer und Verkäufer. * **Übereinstimmende Willenserklärung**: Beide Partner müssen sich über die Bedingungen einig sein (Menge, Warenart, Preis und Qualität der Ware, Zeit und Ort der Lieferung). * **Freiwilligkeit:** Es darf niemand gezwungen (bedroht, erpresst, …) werden. * **Erlaubtheit:** Ein Geschäft darf nicht gegen das Gesetz verstoßen. Z. B. Handel mit Rauschgift gesetzlich verboten. * **Möglichkeit:** Unsinnige Geschäfte (z. B. ein Grundstück im Indischen Ozean oder auf einem anderen Planeten) sind ungültig. * **Geschäftsfähigkeit**: Käufer und Verkäufer müssen ein bestimmtes Mindestalter haben und geistig voll handlungsfähig sein. |
| * 1. Beschreibe die *Geschäftsfähigkeit* in den verschiedenen Altersstufen und nenne für jede Altersstufe ein Beispiel für ein erlaubtes Geschäft.   *Minimal* |
| * **Kinder** (bis unter 7 Jahren): Gänzlich geschäftsunfähig. Sie dürfen weder Rechtsgeschäfte abschließen noch Geschenke annehmen. Erlaubt sind sog. „Taschengeldgeschäfte“, z. B. Barkauf von Eis, Comics, Jause, … * **Unmündige Minderjährige** (7 bis unter 14 Jahren): Beschränkt geschäftsfähig. Altersübliche Geschäfte und jene, die zu ihrem Vorteil sind (z. B. Geschenkannahme), z. B. Kauf von Kopfhörern, Zeitschriften, … * **Mündige Minderjährige** (14 bis unter 18 Jahren): Erweitert beschränkt geschäftsfähig. Geschäfte in Höhe ihres Taschengeldes oder des eigenen Verdienstes (z. B. Lehrlingseinkommen); der Lebensunterhalt darf dabei nicht gefährdet werden, z. B. Kauf von Kleidung, Handy, Moped, … * **Volljährige** (ab 18 Jahren): Voll geschäftsfähig, wenn kein Sachwalter bestellt wurde. Alle Geschäfte, die erlaubt und möglich sind, z. B. Kauf eines Autos, … |
| * 1. Welche Möglichkeiten gibt es einen Kaufvertrag abzuschließen?   *Minimal* |
| * **Mündlich**: Beim Kauf von Waren des täglichen Bedarfs, deren Geldwert eher gering ist, zwischen Privatpersonen und Unternehmen. Z. B.: Bestellung einer Leberkäsesemmel in der Feinkostabteilung eines Supermarktes, telefonische Pizzabestellung; * **Schriftlich**: schriftlich werden Käufe über Waren mit hohem Wert oder sehr umfangreiche und komplizierte Geschäfte vereinbart, z. B. Kauf von Sonderanfertigungen (z. B. Maßmöbel); * **Elektronisch:** Online-Shop oder per E-Mail; * **Schlüssiges Handeln:** man nimmt z.B. Milch, Joghurt oder Zeitung und geht damit zur Kassa |
| * 1. Skizziere einen Kaufvertrag zwischen zwei Privatpersonen (Beispiel eigener Wahl). Und erkläre damit die notwendigen Bestanteile, die für die Rechtsgültigkeit des Vertrages notwendig sind.   *Minimal* |
| ❶ **Wer** kauft etwas? Name und Anschrift des Käufers (Thomas Plisch)  ❷ Von **wem**? Name und Anschrift des Verkäufers (Patrick Lechner)  ❸ **Übereinstimmende Willenserklärung**: Unterschriften beider Partner  ❹ **Ausstellungsort und –datum** (Stockerau, 14. April)  ❺ Was wird gekauft? **Warenart, Menge** der Ware (1 E-Gitarre Gibson SG 61)  ❻ Um welchen **Preis**? (1.500,00 EUR)  ❼ Zahlungsbedingungen (zur Gänze in bar)  ❽ Lieferbedingungen (Übergabe)  Ganz wichtig ist, dass sich der Käufer bestätigen lässt, dass er den Betrag an den Verkäufer bezahlt hat, sowie das Datum der Bezahlung! Bei eventuellen Streitigkeiten ist es immer wichtig, dass der Käufer eine Zahlungsbestätigung vorweisen kann. |
| * 1. Warum ist es sinnvoll, bei einem Verkauf unter Freunden einen schriftlichen Kaufvertrag abzuschließen?   *Minimal* |
| Für den Fall, dass sich die Freunde einmal nicht mehr gut verstehen, kann es ohne Kaufvertrag im Nachhinein zu Streitigkeiten kommen. MIT Kaufvertrag hat man eine Vereinbarung über den ordnungsgemäßen Kauf des jeweiligen Gegenstandes in der Hand, wichtig dabei ist auch die Bestätigung der Bezahlung. |
| * 1. Worin besteht der Vorteil für einen Käufer, wenn er einen gebrauchten Gegenstand (z. B. ein Fahrzeug) von einem Händler kauft im Gegensatz zum Kauf von einer Privatperson?   *Minimal* |
| Kauft man z. B. ein gebrauchtes Fahrzeug von einem **Autohändler** und es treten nach dem Kauf Mängel auf, hat man innerhalb der Gewährleistungsfrist Anspruch auf Besserung (Reparatur) oder Austausch.  Kauft man ein Fahrzeug von einer **Privatperson**, gibt es diese Gewährleistung NICHT und die später auftretenden Schäden muss der Käufer auf eigene Rechnung reparieren lassen. Es ist ratsam, bei gebrauchten Fahrzeugen unbedingt einen „Ankaufstest“ machen zu lassen, damit der technische Zustand des Fahrzeuges überprüft wird und der Käufer keine unangenehmen Überraschungen erlebt. |
| * 1. Auf welche Arten können Kaufverträge angebahnt werden?   *Maximal* |
| * Anfrage des Käufers * Unverlangtes Angebot des Verkäufers, z.B. Newsletter, Flugblatt, … |
| * 1. Welche Pflichten haben Verkäufer und Käufer nach Abschluss eines Kaufvertrages?   *Minimal* |
| Verkäufer:   * Lieferung der Ware und * Rechnungslegung   Käufer:   * Annahme der Ware und * Zahlung |
| * 1. Nenne die Unregelmäßigkeiten, die bei der Erfüllung von Kaufverträgen auftreten können.   *Maximal* |
| * Lieferverzug * Lieferung mangelhafter Ware * fehlerhafte Rechnung * Annahmeverzug * Zahlungsverzug |
| * 1. Erkläre, ob und wie du als Käuferin/Käufer von einem Kaufvertrag zurücktreten kannst.   *Minimal* |
| Einen kostenlosen Rücktritt von einem Kaufvertrag gibt es nur, wenn z. B.   * ein Rücktrittsrecht ausdrücklich im Vertrag vereinbart wurde, * der Vertrag gesetzeswidrig ist (z. B. fehlende Geschäftsfähigkeit des Käufers), * es zu einer arglistigen Täuschung gekommen ist (verschwiegener Mangel) * ein Verzug der Erfüllung des Kaufvertrages vorliegt (z. B. nicht rechtzeitige Lieferung) |
| * 1. Wozu gibt es den *Konsumentenschutz*?   *Minimal* |
| Die Hauptaufgabe ist es, das Ungleichgewicht zwischen Verbrauchern und Unternehmen auszugleichen.  Konsumenten sollen davor geschützt werden, bei Vertragsabschlüssen mit Unternehmen benachteiligt zu werden. |
| * 1. Welche Organisationen bieten Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich Beratung und Unterstützung an?   *Maximal* |
| * Arbeiterkammer, * Verein für Konsumenteninformation, * Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz |
| * 1. Was versteht man unter *Gewährleistung?* (Neu seit 1.1.2022)   *Maximal* |
| Der Verkäufer ist gesetzlich verpflichtet, für Mängel einzustehen, wenn sie bereits bei Übergabe vorhanden waren. Grundsätzlich hat der Käufer die Wahl zwischen Reparatur (= Verbesserung) oder Austausch (= Umtausch). Wenn beides nicht möglich ist, hat der Käufer die Wahl zwischen Preisminderung oder Vertragsrücktritt.  Das gilt für:   * *bewegliche* (körperliche) *Güter*, z. B. Bücher, Kleidung, Waren mit digitalen Elementen [Smartwatch] und * digitale Leistungen, z. B. E-Book, Streaming Dienst (hier beträgt die Dauer der Gewährleistungspflicht 2 Jahre!).   Bei *digitalen Leistungen* besteht nun auch eine Aktualisierungspflicht von Software.  Dauer der Gewährleistungspflicht auf *unbewegliche Güter*: 3 Jahre  Wenn ein Mangel innerhalb eines Jahres auftritt, vermutet der Gesetzgeber, dass der Mangel schon bei Übergabe vorhanden war. Der Händler muss daher beweisen, dass die Ware bzw. die digitale Leistung zum Zeitpunkt der Übergabe an den Käufer in Ordnung war.  Nach Ablauf des Jahres muss der Käufer beweisen, dass die Ware bei der Übergabe bereits fehlerhaft war.  Die Gewährleistung gilt nicht für Kaufverträge zwischen Privatpersonen. |
| * 1. Was versteht man unter *Garantie*?   *Minimal* |
| Bei der *Garantie* gibt der Verkäufer freiwillig eine vertragliche Zusage ab, für Mängel einzustehen. Eine Garantie ist nicht gesetzlich geregelt und kann vom Händler zusätzlich zur gesetzlichen Gewährleistung gewährt werden. |
| * 1. Was versteht man unter *Herstellergarantie*?   *Maximal* |
| Wenn der Hersteller eine Haltbarkeitsgarantie abgegeben hat, kann auch ein Anspruch auf Reparatur oder Austausch der Ware direkt beim Hersteller geltend gemacht werden. |
| * 1. Was versteht man unter *Produkthaftung?*   *Maximal* |
| Wenn durch ein fehlerhaftes Produkt Folgeschäden an anderen Sachen oder Personen entstehen, muss dafür der Hersteller oder Importeur der Ware einstehen. |
| * 1. Was versteht man bei der Lieferung unter einem *Mangel?*   *Minimal* |
| Stimmt bei einer Lieferung die gelieferte Ware nicht mit der Bestellung überein, weist sie einen *Mangel* auf. |
| * 1. Welche Arten von *Mängeln* können bei Waren auftreten?   Gib auch je ein Beispiel an.  *Minimal* |
| Unterschieden werden *drei Arten von Mängeln* aufgrund ihrer   * **Erkennbarkeit:** offener oder geheimer (versteckter) Mangel,   z. B. Display ist zerkratzt (offen, weil sofort sichtbar); ein Waschprogramm beim Geschirrspüler funktioniert nicht (geheim, weil nicht sofort erkennbar);   * **Behebbarkeit**: behebbarer oder unbehebbarer Mangel,   z. B. Knopf auf Hemd ist locker (behebbar); Waschbeckenausschnitt bei Küchenplatte wurde zu groß ausgeschnitten (unbehebbar);   * **Bedeutung:** geringfügiger oder wesentlicher (nicht geringfügiger) Mangel, geringfügig: Glätteisen hat eine andere Farbe als auf Verpackung (geringfügig bzw. unwesentlich); Herdplatte heizt nicht auf (wesentlich); |
| * 1. Was versteht man unter dem Begriff *Kulanz*?   *Minimal* |
| *Kulanz* ist ein freiwilliges Entgegenkommen eines Unternehmens, z.B. ein Produkt ohne Mangel umzutauschen oder bei einer Reklamation nach Ablauf von Gewährleistung und Garantie das Produkt kostenlos auszutauschen. Damit soll erreicht werden, dass der Kunde/die Kundin wiederkommt. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Kapitel Richtiger Umgang mit Geld (S. 227 – 283)** | |
| 1. Zahlungsformen | |
| * 1. Welche Zahlungsformen kann man unterscheiden?   *Minimal* | |
| * Barzahlung * Zahlung unter Verwendung von Girokonten: Zahlungsanweisung, SEPA-Dauerauftrag, SEPA-Lastschriftverfahren, Zahlung per Nachnahme; * Zahlungskarte: Debitkarte (alt: Bankomatkarte), Kreditkarte; * Zahlung mit dem Computer: E-Banking, Zahlung beim Onlineshopping: Kreditkarte, Debitkarte, Paysafecard, PayPal, Klarna; * Zahlen mit dem Handy (M-Payment): z. B. Apple Pay | |
| * 1. Welche Vor- und Nachteile ergeben sich durch Barzahlung für den Käufer (Schuldner)?   *Minimal* | |
| **Vorteile**: unkompliziert, es ist einfach den Überblick über seine Ausgaben zu behalten, man bleibt anonym, es fallen keine Gebühren an, dem Verkäufer steht das Geld sofort zur Verfügung;  **Nachteile**: Schuldner und Gläubiger müssen sich persönlich treffen, Barzahlung wird bei großen Beträgen gefährlich (Verlust, Diebstahl), umständlich (Kleingeld, Wechselgeld, (Nach-)zählen; | |
| * 1. Erkläre, was man unter *halbbarer* und *bargeldloser* Zahlung versteht.   Nenne zwei Beispiele dafür.  *Minimal* | |
| **Halbbare** Zahlung: nur eine Person wickelt die Zahlung über ein Girokonto ab; der Zahlende kann Bargeld bei einer Bank auf das Konto des Zahlungsempfängers einzahlen,  bzw. bei *Postnachnahme* wird der Betrag beim Zahlenden bar eingehoben und dem Konto des Zahlungsempfängers gutgeschrieben;  **Bargeldlose** Zahlung: beide (Zahlender und Zahlungsempfänger) verwenden ein Konto | |
| * 1. Welche Formalitäten sind bei der *Eröffnung eines Girokontos* zu erledigen?   *Minimal* | |
| Für den Abschluss eines Kontovertrages sind notwendig:   * Antragsformular ausfüllen, * Legitimierung mit einem amtlichen Lichtbildausweis und * Abgabe einer Unterschriftenprobe | |
| * 1. Wie kann man *regelmäßige* Zahlungen bequem erledigen?   *Minimal* | |
| * SEPA-**Dauerauftrag:** für regelmäßigen Zahlungen in gleicher Höhe (z. B. Miete, Abo), * SEPA-**Lastschriftverkehr** (Abbuchungsauftrag): Betrag und/oder Zeitpunkt der Zahlung sind nicht immer gleich | |
| * 1. Beschreibe die Funktionen von *Kredit- und Debitkarten*!   *Maximal* | |
| **Kreditkarte**:  Zahlungsfunktion: weltweites bargeldloses Bezahlen (auch mit NFC-Funktion)  Zusatzfunktionen: Bargeldbehebung bei Bankomaten und Versicherungen und sonstige Zusatzleistungen  **Debitkarte**:  weltweites Bezahlen an Bankomatkassen und Bargeldbehebung an Geldausgabe-automaten | |
| * 1. Erkläre den Begriff *E-Commerce*!   *Minimal* | |
| Käufer und Verkäufer treffen sich auf dem virtuellen Marktplatz im Internet, um Geschäfte abzuschließen.  In Onlineshops bieten verschiedenste Unternehmen die unterschiedlichsten Produkte an.  Bezahlt wird meistens mittels Vorauszahlung, Kreditkarte, Debitkarte, Paysafecard, Klarna, Paypal oder Sofortüberweisung. | |
| * 1. Zähle Vor- und Nachteile des *Onlinebankings* auf!   *Minimal* | |
| **Vorteile**:   * Kundinnen und Kunden sind nicht an Banköffnungszeiten gebunden, * Kostenvorteile für Bank und Kundinnen und Kunden, * Kontoeinsicht jederzeit möglich (für Abfrage des Kontostandes u. der Kontobewegungen).   **Nachteile**:   * Kein persönlicher Kontakt zwischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Bank und Kundinnen und Kunden, * nicht alle Kundinnen und Kunden besitzen Internetanschluss und Smartphone (Push-Tan), * Sicherheitsbedenken bei E-Banking (Hacker, Viren), Phishing | |
| * 1. Nenne Beispiele für *M-Payment*-Verfahren!   *Maximal* | |
| * Apple Pay, * Banking-Apps von verschiedenen Kreditinstituten, die mit Debit- oder Kreditkarte der Kundinnen und Kunden verknüpft sind, * Bluecode für das Bezahlen von Einkäufen mittels Barcode am Handy, * Paybox für das Bezahlen von elektronischen Parkscheinen mit dem Handy. | |
| **Kapitel Bankdienstleistungen (S. 260 – 274)** | |
| 1. Spar- und Finanzierungsformen | |
| * 1. Welche Funktionen haben Kreditinstitute und welche Dienstleistungen bieten sie an?   *Maximal* | |
| * Sammlungsfunktion (sammelt Einlagen), * Umwandlungsfunktion (wandelt Einlagen in Kredite um), * Dienstleistungsfunktion (vermittelt Zahlungen, kauft und verkauft Wertpapiere) * Beratungs- und Informationsfunktion (berät in Finanzfragen z. B. Geldanlage) | |
| * 1. Welche Sparformen kennst du? Erkläre sie kurz.   *Minimal* | |
| Für **risikoarme** Sparer:   * Sparbuch * Bausparen * Lebensversicherungen | Für **risikofreudige** Sparer:   * fondsgebundene Lebensversicherungen * Unternehmensanleihen * Aktien (Wertpapiere) |
| * 1. Wie wird ein Kreditgeschäft in der Regel abgewickelt?   *Maximal* | |
| 1. Kreditantrag 2. Kreditprüfung 3. Kreditvertrag 4. Kreditüberwachung | |
| 1. Schuldenfalle – Privatinsolvenz | |
| * 1. Welche Ursachen können zur Überschuldung führen?   *Minimal* | |
| * Schwierigkeiten im Umgang mit Geld, * Überschätzung der eigenen Finanzkraft, * niedriges Haushaltseinkommen, * bargeldloser Einkauf – unüberlegte Einkäufe, * übernommene Bürgschaft, * unvorhergesehene Ereignisse (Verlust des Arbeitsplatzes), * Suchtverhalten. | |
| * 1. Welche Tipps kannst du für den verantwortungsvollen Umgang mit Geld geben, um nicht in die Schuldenfalle zu geraten?   *Minimal* | |
| * Aufzeichnungen der Einnahmen und Ausgaben, * Kontoüberblick behalten, * nur überlegte Käufe tätigen, * wenn möglich, keine Verbindlichkeiten (Schulden, Kredite, …) eingehen, * bei finanziellen Problemen schnell handeln, * rechtzeitig Hilfe in Anspruch nehmen. | |
| * 1. Was versteht man unter *Privatinsolvenz*?   *Maximal* | |
| Zahlungsunfähige Privatpersonen sollen dadurch eine realistische Chance erhalten, sich aus einer finanziell ausweglosen Notsituation zu befreien. Ein wirtschaftlicher Neubeginn soll dadurch ermöglicht werden. | |

|  |
| --- |
| Bereich Fachkunde und Fachpraxis  Literatur: Praxiserlebnis Fachkunde und Fachpraxis (Huber-Lechner, Anderle, Hunger, Tyszak, Streif u Pecher, 2. Auflage 2021), Trauner Verlag, Linz. |

|  |
| --- |
| **Kapitel Mein Arbeitsplatz (S. 25 – 67)** |
| 1. Arbeitsplatzgestaltung |
| * 1. Nenne und beschreibe die unterschiedlichen Arten von Arbeitsplätzen.   *Minimal* |
| * Büro: dient einer oder mehreren Personen als Arbeitsraum. * Kassa: hier werden Kassiertätigkeiten durchgeführt. * Verkaufsraum: ist der Raum, wo Produkte bzw. Dienstleistungen angeboten werden. * Verkaufstheke: Wurst, Gebäck, … werden hier verkauft und Kundinnen und Kunden beraten. * Warenübernahme/Lager: Waren werden vom Container abgeladen und in die Lagerregale bzw. in den Verkaufsraum geräumt. |
| * 1. Nenne drei häufig auftretende berufsspezifische Erkrankungen.   *Minimal* |
| * Rücken- und Nackenschmerzen, * Kopfschmerzen, Müdigkeit, * Überlastung der Augen, * Herz-Kreislauferkrankungen, * psychische Erkrankungen (z. B. Burn-out) |
| * 1. Erkläre den Begriff *Ergonomie.*   *Minimal* |
| Ergonomie bedeutet, dass sich die Arbeitsmittel und die Arbeitsumgebung an den Menschen anpassen. |
| * 1. Beschreibe die ergonomischen Anforderungen an einen Computerarbeitsplatz.   *Minimal* |
| * **Arbeitsstuhl**: Sitzhöhe an Körpergröße angepasst, verstellbare Rückenlehne * **Arbeitstisch:** höhenverstellbar, ausreichend Platz für Beine unter dem Tisch * **Bildschirm**: mind. 24 Zoll, drehbar, höhenverstellbar, neigbar * **Tastatur, Maus:** Tastatur neigbar, gut leserlich beschriftet; Maus: Größe und Form abgestimmt auf Hand * **Umgebung:** gutes Raumklima (lüften) inkl. Grünpflanzen, ausreichende Beleuchtung (Tageslicht), Temperatur ideal bei 22 Grad |
| * 1. Nenne einige Möglichkeiten um gesund und fit am Arbeitsplatz zu bleiben.   *Minimal* |
| * Gesund essen: Frühstück nicht auslassen, Obst und Gemüse, gesunde Snacks; * Viel bewegen: zwei- bis dreimal in der Woche Sport * Pausen machen: regelmäßig kurze Pausen * Richtig mit Stress umgehen: gelassen bleiben, Ziele setzen, positiv denken * Arbeitsplatz ordentlich hinterlassen: um Überblick zu behalten |

|  |
| --- |
| 1. Sicherheit und Hygiene |
| * 1. Was bedeutet Arbeitsschutz durch Unternehmen?   *Minimal* |
| Arbeitsunfälle können Personen schwer schädigen. Jedes Unternehmen ist daher dazu verpflichtet, seinen Mitarbeiter\*innen einen sicheren Arbeitsplatz zur Verfügung zu stellen.  Sie sind verantwortlich für:   * auf Gefahrenquellen hinweisen (z.B. Sicherheitszeichen) * Maschinensicherheit und Wartung * Ausstattung der Gebäude und Brandschutz (geeignete Arbeitsräume, Maßnahmen zur Brandbekämpfung, Fluchtwege) * Erste-Hilfe-Kasten * Schutzausrüstung (Mund-Nasen-Schutz) |
| * 1. Was bedeutet Arbeitsschutz durch Mitarbeiter\*innen?   *Minimal* |
| Als Mitarbeiterin/Mitarbeiter kannst du einen wertvollen Beitrag zu mehr Sicherheit am Arbeitsplatz leisten. Außerdem hast du die Pflicht, Mängel zu melden, die dir an deinem Arbeitsplatz auffallen.   * Am Arbeitsplatz fit halten (richtige Arbeitshaltung beim Stehen, Sitze, Strecken oder Einräumen) * Kein offenes Feuer entzünden (z.B. Kerzen) * Ordnung halten und vorsichtig handeln (keine gefährlichen und spitzen Gegenstände herumliegen lassen, auch bei Routinearbeiten konzentriert bleiben) |
| * 1. Welche Sicherheitszeichen gibt es?   *Minimal* |
|  |
| * 1. Warum sind Arbeitsunfälle tragisch?   *Minimal* |
| * Das Unternehmen muss den entstandenen Sachschaden reparieren lassen und eventuell an die betroffene Person Schadenersatz bezahlen. * Die betroffene Mitarbeiterin/der betroffene Mitarbeiter kann infolge des Unfalls an längerfristigen gesundheitlichen Beschwerden leiden. |
| * 1. Welche Maßnahmen zur *Unfallprävention* kennst du?   *Minimal* |
| * Gefahren ermitteln (z.B. defekte Werkzeuge, Stolperfallen, frei liegende Kabel,…) * Schulung der Mitarbeiter\*innen (z.B. Einweisung in neue Arbeitsmittel,…) * Verstöße bestrafen (z.B. bei Nichteinhaltung – Ermahnung). |
| * 1. Welche zwei Bereiche umfasst Hygiene und beschreibe diese genauer?   *Maximal* |
| * Persönliche Hygiene: (Reinigung der Hände und Unterarme, Körperreinigung, Haare pflegen, saubere Fingernägel, Mund- und Zahnhygiene) * Hygiene am Arbeitsplatz:   Vor allem im Lebensmittelbereich gibt es strenge Vorschriften – HACCP:   * + - HA (Gefahren- oder Risikoanalyse)     - CCP (kritische Kontrollpunkte: Wer kontrolliert? Wann wird kontrolliert? Was wird kontrolliert? Wo wird kontrolliert? Wie wird kontrolliert?) |
| * 1. Wie lautet die wichtigste Regel in der Ersten Hilfe?   *Minimal* |
| Die wichtigste Regel lautet: *Hilfe holen und den Notruf absetzen!*  Die Notrufnummern lauten:   * 122: Feuerwehr * 133: Polizei * 144: Rettung * 112: Euronotruf (gilt in ganz Europa) |
| * 1. Wie verhältst du dich richtig, während du mit einer verletzten Person auf die Rettung wartest?   *Minimal* |
| * Die Anweisungen der Rettung befolgen, * die Person beruhigen und ablenken, * sie zudecken, * für frische Luft sorgen, * bei der Person bleiben, * dafür sorgen, dass keine neugierigen Passanten schauen und evtl. Fotos machen. |

|  |
| --- |
| **Kapitel Mein Arbeitsalltag (S. 67 – 126)** |
| 1. Richtige Umgangsformen |
| * 1. Erkläre, warum Pünktlichkeit wichtig ist.   *Minimal* |
| Es ist eine Form der Höflichkeit und des Respekts anderen Menschen gegenüber. |
| * 1. Wer soll wen zuerst grüßen?   *Minimal* |
| Die Person, die zuerst einen Raum betritt, grüßt zuerst. Im Berufsleben grüßt der Rangniedrigere den Ranghöheren (z.B. der Lehrling grüßt die Chefin zuerst). |
| * 1. Wann kannst du jemanden mit „Du“ ansprechen und wann muss man „Sie“ verwenden?   *Minimal* |
| Im Familien- und Freundeskreis ist man per „Du“, im Berufsleben ist man grundsätzlich per „Sie“. Kundinnen und Kunden werden, sowie Vorgesetzte generell mit „Sie“ angesprochen. |
| * 1. Welche Punkte solltest du beachten, wenn du dich selbst vorstellst?   *Minimal* |
| 1. Hand reichen, 2. Nenne zuerst Vor- und dann den Nachnamen, 3. Nenne bei beruflichen Terminen das Unternehmen bzw. die eigene Position im Unternehmen. |
| * 1. Was versteht man unter einer *gehobenen Umgangssprache*?   *Minimal* |
| Dabei handelt es sich um eine Mischung aus Schriftsprache und Mundart. |
| 1. Verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen und Abfälle umweltfreundlich entsorgen |
| * 1. Was sind *Ressourcen*?   *Maximal* |
| Ressourcen sind Bestandteile der Natur. Wir benötigen sie, um Produkte und Dienstleistungen herzustellen. Z. B. Luft, Boden, Wasser, Edelmetalle, Erdöl, Lebensmittel, … |
| * 1. Welchen Beitrag können Unternehmen leisten, um Ressourcen verantwortungsvoll einzusetzen?   *Maximal* |
| Der verantwortungsvolle Einsatz von Ressourcen ist notwendig, weil diese knapp sind bzw. werden. Unternehmen (und auch jeder Einzelne kann) können durch einen verantwortungsvollen Einsatz auch Kosten sparen.  Beispiele:   * Ersatz von gefährlichen Stoffen * Wiederverwendung von Wasser * Abfallvermeidung * Umweltgerechte Abfallentsorgung * Wiederverwendbare und wiederverwertbare Verpackungen verwenden |
| * 1. Warum ist es wichtig, Abfälle zu trennen?   *Maximal* |
| * Dadurch werden die Ressourcen geschont, * Rohstoffe können wiedergewonnen werden, * spart Wasser und Kosten, … |
| * 1. Erkläre den Begriff *Recycling*!   *Maximal* |
| Bereits genutzte Rohstoffe werden aufbereitet und wiederverwendet. Z. B. Altglas, Altpapier, … |

|  |
| --- |
| **Kapitel Arbeitsabläufe und betriebliche Strukturen (S. 96 – 118)** |
| 1. Unternehmen und ihre Abteilungen |
| * 1. Welche Abteilungen (Leistungsbereiche) finden sich in Unternehmen?   *Minimal* |
| Da Unternehmen verschiedenste Aufgaben erfüllen müssen werden Abteilungen gebildet, die für bestimmte Aufgaben zuständig sind.  Die wichtigsten Abteilungen sind:   * Einkauf (Beschaffung) * Produktion (Leistungserstellung) * Verkauf (Absatz)   Die Unternehmensführung (Management) ist verantwortlich für die Gesamtleitung.  Darüber hinaus kann es noch folgende Abteilungen geben:   * Lager * Personalabteilung * Buchhaltung/Rechnungswesen/Controlling * EDV * Rechtsabteilung   Abhängig von der Größe des Unternehmens. |
| * 1. Erkläre die Abteilung *Unternehmensführung (Management)*   *Minimal* |
| Die Unternehmensführung organisiert und verwaltet ein Unternehmen, indem sie ständig Entscheidungen trifft.  Die Aufgaben der Unternehmensführung sind   * Ziele formulieren und planen * Entscheidungen treffen * Organisieren und Steuern * Kontrollieren |
| * 1. Erkläre die Abteilung *Einkauf (Beschaffung)*   *Minimal* |
| Die Abteilung Einkauf kümmert sich um den Einkauf von Gütern.  Je nach Betriebsart kann dies sein:   * Werkstoffe (Güter, die bei der Produktion gebraucht werden) und * Betriebsmittel (Maschinen, Hard- und Software) sowie * Handelswaren; |
| * 1. Erkläre die Abteilung *Produktion (Leistungserstellung)*   *Minimal* |
| In dieser Abteilung werden die Leistungen, die für den Verkauf bestimmt sind, erbracht bzw. die Produkte hergestellt.  Je nach Betriebsart unterscheidet man zwischen Produktions- und Dienstleistungsbetrieben. |
| * 1. Erkläre die Abteilung *Verkauf (Absatz)*   *Minimal* |
| Die Aufgabe der Abteilung Verkauf besteht darin, die (produzierten) Güter oder Dienstleistungen anderen Unternehmen oder Privatpersonen gegen Geld zur Verfügung zu stellen.  Die Produkte/Dienstleistungen müssen sich an den Bedürfnissen der Kunden orientieren. |
| * 1. Erkläre die Abteilung *Lager*   *Minimal* |
| Diese Abteilung sorgt dafür, dass die benötigten Güter rechtzeitig und in ausreichender Menge zur Verfügung stehen. |
| * 1. Erkläre die Abteilung *Personalabteilung*   *Minimal* |
| Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellen dem Unternehmen ihre Arbeitskraft zur Verfügung. Als Gegenleistung erwarten sie Lohn/Gehalt/Lehrlingseinkommen.  Diese Abteilung muss den Personalbedarf planen.   * Arbeitsverträge schließen und auflösen * Personal suchen und Stellenbesetzungen durchführen * Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter * Löhne/Gehälter/Lehrlingsentschädigungen abrechnen |
| * 1. Erkläre die Abteilung *Buchhaltung/Rechnungswesen/Controlling*   *Minimal* |
| Hier werden alle wichtigen Daten erfasst und die Frage beantwortet: Wurde ein Gewinn erzielt?  Außerdem geht es z. B. um   * das Kalkulieren (Festlegen) von Verkaufspreisen unter Berücksichtigung aller Kosten, * die Planung von zukünftigen Investitionen, um langfristig arbeiten und Gewinne erwirtschaften zu können, * die Kreditwürdigkeit (Bonität) feststellen zu können, ohne die Banken keine Kredite gewähren. |
| * 1. Erkläre die Abteilung *EDV (Elektronische Datenverarbeitung)*   *Minimal* |
| Diese Abteilung kümmert sich um   * Hard- und Software, * Firmennetzwerk, * Schutz vor Hackerangriffen, * Datensicherung, … |
| * 1. Erkläre die Aufgaben der *Rechtsabteilung*   *Minimal* |
| Große Unternehmen beschäftigen Juristen, die Verträge aufsetzen, prüfen, abschließen, Patente sichern, … |
| * 1. Was ist die Voraussetzung für das Erreichen der Unternehmensziele?   *Maximal* |
| Um die Ziele der Unternehmensführung zu erreichen, ist eine gute Organisation nötig: Man unterscheidet:   * Aufbauorganisation (Wer hat was zu tun?) und * Ablauforganisation (Was muss in welcher Reihenfolge wie und wo erledigt werden?). |
| * 1. Erkläre den Begriff *Aufbauorganisation*.   *Maximal* |
| Die Aufbauorganisation legt fest, welche Aufgaben von welchen Personen oder Abteilungen übernommen werden.  Aufgaben (z. B. Lieferscheinkontrolle) werden Stellen/Abteilungen zugeordnet (z. B. Bürokaufmannlehrling in der Abteilung Einkauf) |
| * 1. Was ist ein Organigramm?   *Maximal* |
| Das ist eine grafische Darstellung der Organisation. Z. B. |
| * 1. Erkläre den Begriff *Ablauforganisation*.   *Maximal* |
| Die Ablauforganisation befasst sich mit den betrieblichen Abläufen. Sie legt fest, welche Aufgaben in welcher zeitlichen Abfolge gemacht werden müssen. |

|  |
| --- |
| * 1. Was ist ein Flussdiagramm?   *Maximal* |
| Mithilfe eines Flussdiagramms lassen sich die betrieblichen Abläufe grafisch darstellen. Zeigt in welcher Reihenfolge, was zu erledigen ist. Z. B. |
| * 1. Was versteht man unter dem *Informationsmanagement?*   *Maximal* |
| Damit meint man die Informationsbeschaffung und Informationsverarbeitung sowie den sorgsamen Umgang mit Informationen (Datenschutz). |
| * 1. Warum soll man bei der Beschaffung von Informationen im Internet vorsichtig sein?   *Maximal* |
| * Viele Inhalte (z. B. Bilder, Musik, Texte, Videos) sind kostenlos abrufbar. Allerdings dürfen sie nicht beliebig verwendet werden. Bei der Verwendung muss das Urheberrecht beachtet werden. D. h., dass nur die Person, die den Inhalt erstellt hat, bestimmen darf, was damit gemacht werden darf. * Es kursieren auch viele Falschmeldungen im Internet (Fake News). Unbedingt Informationen gegenchecken! |
| * 1. Wie verarbeitet man gefundene Informationen am besten?   *Maximal* |
| * Material durcharbeiten und Wichtiges von Unwichtigem trennen. * Sinnvolle Gliederung der brauchbaren Infos (Neueste Infos zuerst, nach Sachgebieten geordnet, …) * wichtige Punkte herausarbeiten * schriftlich zusammenfassen * ordentliche und sinnvolle Ablage der Informationen |

|  |
| --- |
| **Kapitel Richtig kommunizieren (S. 127 - 188)** |
| 1. Miteinander kommunizieren |
| 21.1. Erkläre den Begriff *Kommunikation!*  *Minimal* |
| Unter Kommunikation versteht man den Austausch von Informationen und Botschaften zwischen zwei oder mehreren Menschen. |
| 21.2. Auf welche zwei Arten kann Kommunikation erfolgen?  *Minimal* |
| * Sprache (verbal) * Körpersprache (nonverbal) |
| 21.3. Wie funktioniert das *Vier-Ohren-Modell* nach Friedrich Schulz von Thun?  *Maximal* |
| Es geht davon aus, dass dieselbe Nachricht auf vier verschiedene Arten verstanden werden kann.   * **Sachinhalt**: Reiner Informationsgehalt der Nachricht * **Selbstoffenbarung**: Gefühle oder Bedürfnisse des Sprechers * **Beziehung**: Beziehung zwischen Sprecher und Hörer * **Appell**: Gewünschte Wirkung |
| 21.4. Welche Regeln kennst du für gute und erfolgreiche Kommunikation?  *Minimal* |
| * Sei höflich und respektvoll den anderen gegenüber * Achte bei Kritik darauf, dass du niemanden persönlich beleidigst * Bei persönlichen Problemen mit einer Person sprich direkt mit dieser Person und nicht über diese Person. * Niemand wird beim Reden unterbrochen, sondern jeder darf ausreden. |
| 21.5. In welche Bestandteile gliedert sich die Körpersprache?  *Minimal* |
| Sie gliedert sich in   * Mimik, * Gestik, * Körperhaltung, * Blickkontakt, * Sonstiges (Händedruck, Sprechdynamik) |
| 21.6. Erkläre die Begriffe *Mimik* und *Gestik*!  *Minimal* |
| * **Mimik** (Gesichtsausdruck): Vom Gesichtsausdruck gehen die stärksten Botschaften der Körpersprache aus. An der Mimik einer Person kann man leicht ablesen, wie sie sich fühlt (glücklich, traurig, gelangweilt, interessiert, …). * **Gestik** (Zeichen):Gesten sind Handzeichen, die uns (richtig eingesetzt) helfen, uns zu verständigen.   Man unterscheidet zwischen Gesten, die bewusst erfolgen (z. B. freundliches Nicken als Begrüßung) und jenen, die meist unbewusst und zufällig geschehen (z. B. Gähnen). |
| 21.7. Welche Rolle spielt der Blickkontakt?  *Minimal* |
| Die Augen sind ein starkes Ausdrucksmittel und eines der wichtigsten nonverbalen Kommunikationsmittel. Mithilfe der Augen können wir Empfindungen vermitteln, wie z. B. Liebe, Hass, Ärger, Wut. Man bezeichnet die Augen auch als „Fenster zur Seele“.  Mit den Augen kann Desinteresse bekundet werden, wenn jemand den Blickkontakt nicht hält oder Interesse, wenn jemand den Blickkontakt hält. Wird man angestarrt, fühlt man sich sehr schnell belästigt. |
| 21.8. Erkläre, wie sich die Körperhaltung auf Gesprächspartner\*innen auswirkt.  *Minimal* |
| **Körperhaltung:** Viel über innere Einstellung oder die Stimmung einer Person können wir durch ihre Körperhaltung erkennen. Wer bewusst darauf achtet, ist in der Lage, besser zu reagieren und Situationen besser einzuschätzen.  Natürlich sind auch die anderen nonverbalen Kommunikationsmittel zu beachten, wie Gestik, Mimik, … |
| 21.9. Nenne Kriterien für die Sprechdynamik!  *Maximal* |
| Art und Weise des Sprechens ist wichtig:   * Sprechtempo: langsam bei Erklärungen, schneller bei Begeisterung * Lautstärke: angemessene Lautstärke verbessert Deutlichkeit dessen, was du sagst * Betonung: kann viel an der Bedeutung des Gesagten verändern |
| 1. Berufliche Kommunikation |
| * 1. Erkläre, wer an der *externen* Kommunikation in einem Unternehmen beteiligt sein kann.   *Minimal* |
| Z.B. Kundinnen und Kunden, Lieferanten, Geschäftspartner, Behörden, …. |
| * 1. Zähle die verschiedenen Möglichkeiten, wie miteinander kommuniziert werden kann, auf.   *Minimal* |
| Persönlich, Schriftlich, Telefonisch |
| * 1. Nenne zwei Beispiele für die schriftliche Kommunikation zwischen Kundinnen/Kunden und Unternehmen.   *Minimal* |
| Kundschaft 🡪 Unternehmen: Anfragen, Bestellungen, Reklamationen  Unternehmen 🡪 Kundschaft: Angebot, Auftragsbestätigung, Rechnung, Lieferschein, Mahnung |
| * 1. Beschreibe die Unterschiede zwischen Geschäfts- und Privatbriefen.   *Maximal* |
| Briefe, die von einer Privatperson geschrieben werden, nennt man **Privatbriefe**. Briefe, die ein Unternehmen verschickt, sind **Geschäftsbriefe**. |
| * 1. Zähle die Bestandteile eines Geschäftsbriefes auf.   *Minimal* |
| * Briefkopf mit Absenderangabe * Empfängerangabe * Bezugszeichen * Betreff * Anrede * Brieftext * Grußformel, Unterschrift * Beilagen * Unternehmensinformationen |
| * 1. Was soll die Absenderangabe in einem Geschäftsbrief enthalten?   *Minimal* |
| Alle Kontaktinformationen des Unternehmens, das den Brief schreibt. Sie steht im oberen Bereich des Briefes. |
| * 1. Nenne die beiden Fragen, die du dir stellen solltest, bevor du mit einem Brief beginnst.   *Minimal* |
| * Warum schreibe ich diesen Brief? * Was will ich sagen/fragen/mitteilen/wissen? |
| * 1. Erkläre, was beim Betreffin einem Geschäftsbrief zu beachten ist!   *Minimal* |
| * Der Betreff ist eine stichwortartige Inhaltsangabe des Briefes und soll kurz gehalten werden. * Der Empfänger/die Empfängerin soll auf den ersten Blick erkennen, worum es geht. * Betreff mit Aussagekraft für gute Übersicht im Posteingang. * Nachricht ohne Betreff wirkt unprofessionell und nicht vertrauenserregend. |
| * 1. Welche betrieblichen Schriftstücke kennst du?   *Minimal* |
| * Anfrage, * Angebot, * Bestellung und * Auftragsbestätigung |
| * 1. Nenne einige bekannte Anbieter von kostenlosen E-Mail-Konten!   *Minimal* |
| GMX, Gmail, Hotmail, Yahoo, … |
| * 1. Was sind die Vorteile einer E-Mail gegenüber einem Brief?   *Minimal* |
| * Innerhalb von Sekunden bei der Empfängerin/beim Empfänger, * Weltweit abrufbar, * Zu jeder Tageszeit abrufbar, * sehr geringe Kosten, * Speichern ist möglich, * Alles ist schriftlich festgehalten, * Anhänge (Dokumente, Bilder etc.) können mitgesendet und gespeichert werden. |
| * 1. Was bedeutet *Netiquette*? Nenne mindestens drei Netiquette-Regeln!   *Maximal* |
| Darunter versteht man die Verhaltensvereinbarung im Rahmen der elektronischen Kommunikation.   * Immer höflich und freundlich bleiben, * richtige Formatierung (gut lesbare Standardschrift, Hervorhebungen sparsam einsetzen 🡪 für wichtige Daten und Fakten, keine Großbuchstaben verwenden 🡪 wirkt wie „Schreien“ im Gespräch * Achte auf die Formulierung (kurz halten, verwende keine Emoticons, Rechtschreibung und Grammatik überprüfen, berufliche E-Mail wie Geschäftsbrief gestalten) |
| * 1. Warum muss bei E-Mails der Betreff immer ausgefüllt sein?   *Minimal* |
| Damit der Empfänger sieht, worum es in der E-Mail geht, aber auch, damit die E-Mail in den Posteingang kommt und nicht automatisch im Spamordner landet. |
| * 1. Was sind *Junk-Mails*?   *Minimal* |
| Das sind Nachrichten, die dem Empfänger ohne dessen Einverständnis zugesendet werden, also unerwünschte E-Mails. Man nennt sie auch „Spam-Mails“. Meistens enthalten sie Werbung, können aber auch zur Verbreitung von Viren oder Computerwürmern eingesetzt werden.  Am besten schützt man sich dagegen, dass man E-Mails mit seltsamem Betreff erst gar nicht öffnet und wenn, dann keinesfalls auf enthaltene Links klickt oder Anhänge anklickt. Dadurch werden oft Viren oder Würmer aktiviert.  Es kann aber auch vorgekommen, dass E-Mails statt im Posteingangsordner im Spam-Ordner landen. Wenn E-Mails dubiosen (zweifelhaften) Inhalt haben oder wenn Absender unbekannt sind bzw. von einem Absender zuvor noch kein anderes E-Mail erhalten wurde, kann es sein, dass E-Mails dort landen. |
| * 1. Was bedeuten bei E-Mails die Abkürzungen *CC* und *BCC*?   *Minimal* |
| **CC (Kopie**): Eine Kopie des E-Mails an den Empfänger wird an die E-Mailadresse gesendet, die bei CC eingetragen ist. Es können eine einzelne Adresse oder mehrere Adressen sein. Der Empfänger sieht, an wen diese E-Mail in CC noch geschickt wurde.  **BCC (Blindkopie):** An die dort eingetragene E-Mailadresse wird auch eine Kopie verschickt, allerdings sieht der Empfänger der Kopie nicht, an welche anderen Empfänger noch die Kopie verschickt wurde. Der Sinn dahinter ist, dass E-Mailadressen nicht für fremde Personen sichtbar werden (Datenschutz!)  Verschickt man eine E-Mail an mehrere Personen in Kopie, die einander kennen, trägt man ihre Mailadressen bei „CC“ ein. Kennen sie einander nicht, bei „BCC“! |
| * 1. Was bedeutet der Begriff *Signatur*? Wo im Text steht sie?   *Maximal* |
| Die Signatur ist die digitale Unterschrift und wichtiger Bestandteil der geschäftlichen Kommunikation. Es müssen die Pflichtangaben wie im Geschäftsbrief erhalten sein. Zusätzlich kann man in der Signatur Links zu Social-Media-Kanälen oder das Firmenlogo hinzufügen.  Nach dem Gruß wird KEIN Satzzeichen gesetzt. Es folgt eine Leerzeile und der Name des Absenders |
| * 1. Du *wirst angerufen*: Nenne mindestens drei Grundregeln, die beim Telefonieren beachtet werden müssen!   *Minimal* |
| * Konzentriere dich auf das Telefonat und vermeide Nebentätigkeiten wie das Schreiben oder Lesen von E-Mails. * Sprich den Anrufer/die Anruferin persönlich an. Nenne, wenn möglich, die Person beim Namen und vergiss nicht auf Titel. * Drücke dich klar und deutlich aus. Wenn du selbst etwas nicht verstehst, frag höflich nach. * Verbinde den Anrufer/die Anruferin nicht unüberlegt weiter. Gib den Namen, die Abteilung und die Durchwahl des Kollegen/der Kollegin bekannt. * Rufe zurück! Du solltest niemals einen Anrufer/eine Anruferin auffordern zurückzurufen. Biete ihm/ihr einen Rückruf an! |
| * 1. Du *rufst* jemanden *an*: Nenne mindestens drei Grundregeln, die beim Telefonieren beachtet werden müssen.   *Minimal* |
| * Setze dich gerade hin! So wirkst du konzentriert, frisch und munter. * Stelle dir dein Gegenüber bildlich vor! Dadurch wird das Gespräch persönlicher. * Bereite dich gut vor! * Nimm dir ausreichend Zeit und schaffe ein ruhiges Umfeld! * Lächle, auch wenn die Gesprächspartnerin/der Gesprächspartner es nicht sehen kann. Sie/Er kann das Lächeln „hören“. |
| * 1. Wie sieht der Ablauf eines Telefongesprächs aus?   *Minimal* |
|  |
| * 1. Beschreibe Gründe und Funktion einer Gesprächsnotiz!   *Minimal* |
| Sie dient dazu, den Inhalt eines Gespräches/eines Telefonats aufzuschreiben bzw. einer Person etwas auszurichten.  Inhalt  Datum und Uhrzeit  Name (Position/Titel) der Gesprächspartnerin/des Gesprächspartners (von der Firma XY), Telefonnummer für einen Rückruf  Information, die ausgerichtet werden soll bzw. was erledigt werden soll bzw.  Stichworte vom Gesprächsinhalt  Name bzw. Unterschrift der Person, die das Telefonat entgegengenommen hat |
| * 1. Wie lautet das Buchstabieralphabet?   *Maximal* |
|  |

|  |
| --- |
| **Kapitel Herausforderungen im Beruf meistern (S. 190 – 214)** |
| 1. Arbeiten im Team |
| * 1. Welche vier Merkmale kennzeichnen eine gute Teamarbeit?   *Minimal* |
| * Eine gemeinsame Aufgabe/ein gemeinsames Ziel, * Stärken und Schwächen der anderen Teammitglieder akzeptieren, * Verhaltensregeln im Team einhalten, * Wir-Gefühl – sich mit den anderen Teammitgliedern verbunden fühlen. |
| * 1. Nenne die vier Phasen der Teamentwicklung!   *Maximal* |
|  |
| * 1. Welche zehn Rollenbilder kann es in einem Team geben?   *Maximal* |
| * Visionär * Pragmatiker * Entdecker * Herausforderer * Unparteiischer * Friedensstifter * Arbeitstier * Trainer * Bibliothekar * Vertrauensperson |
| * 1. Was verstehst du unter Feedback in einem Team?   *Minimal* |
| Feedback ist eine offene Rückmeldung an eine Person oder an eine Gruppe, wie ihr Verhalten von anderen wahrgenommen und gedeutet wird.  Aufgrund der Rückmeldungen kannst du deine Stärken in Zukunft bewusster einsetzen. Umgekehrt kannst du deine Schwächen gezielt abbauen bzw. vermeiden. |
| **Kapitel Erfolgreich präsentieren (S. 203 – 214)** |
| 1. Die Präsentation |
| * 1. Welches Ziel verfolgt eine Präsentation?   *Minimal* |
| Ziel einer Präsentation ist es, Wissen und Informationen einfach und verständlich an die Zuhörerinnen und Zuhörer weiterzugeben. Dabei ist es wichtig, das Publikum von Anfang an zu begeistern und das Interesse zu wecken. |
| * 1. Welche vier Punkte sind bei der Präsentationsvorbereitung wichtig zu beachten?   *Minimal* |
| * Was will ich? (Thema, Ziele) * Was habe ich? (Inhalte, Informationen, Recherche) * Was sage ich? (Aufbau, Sprache) * Wie sage ich es? (Medien) |
| * 1. Welche Präsentationsmedien kennst du?   *Minimal* |
| * Handout * Tafel * Flipchart * Pinnwand * Steck- oder Magnetwand * Beamer * Video * Overheadprojektor |
| * 1. In welche drei Teile gliedert sich eine Präsentation?   Nenne auch deren wesentliche Merkmale.  *Minimal* |
| * Einleitung   + Begrüßung/Vorstellung   + Kreativ beginnen (aktuelles Thema, Reim, Zitat, Sprichwort, rhetorische Frage, Geschichte erzählen,…) * Hauptteil: Informationen!        * Schluss   + Wichtigsten Punkte wiederholen (Fazit, Fragerunde)   + Verabschiedung |
| * 1. Was tust du, wenn deine Präsentation durch Zwischenrufe gestört wird?   *Minimal* |
| Bleibe ruhig, freundlich und antworte kurz (Verweis auf Fragerunde danach). |
| * 1. Was tust du, wenn du vor deiner Präsentation sehr nervös bist?   *Minimal* |
| * Gute Vorbereitung – übe deine Präsentation zu Hause. * Tief ein- und ausatmen. * Mit beiden Beinen fest am Boden stehen. |
| * 1. Was tust du, wenn du während deiner Präsentation nicht mehr weiter weißt?   *Minimal* |
| Orientierung am Stichwortzettel und wiederhole das vorher Gesagte. |

|  |
| --- |
| **Mit Freude beraten und verkaufen (S. 215- 235)** |
| 1. Beratungs- und Verkaufsgespräche führen |
| * 1. Wie viele Phasen des Beratungs- und Verkaufsgespräches gibt es und wie heißen diese?   *Minimal* |
|  |
| * 1. Was ist bei der Kontaktaufnahme im Verkaufsgespräch wichtig?   *Minimal* |
|  |
| * 1. Welche Fragetechniken kannst du bei der Bedarfsermittlung einsetzen?   *Minimal* |
|  |
| * 1. Welche wichtigen Punkte gibt es bei der Produktpräsentation zu beachten?   *Minimal* |
|  |
| * 1. Wie kannst du Einwände der Kundin/des Kunden entkräften?   *Minimal* |
| Zeige Verständnis und habe Geduld. Erkläre nochmal deutlich den konkreten Nutzen und Mehrwert, den die Kundin/der Kunde durch das Produkt hat. |
| * 1. Erkläre die *Sandwich-Methode* beim Preisgespräch anhand eines Beispiels!   *Maximal* |
|  |
| * 1. Welche Checkliste hilft dir, den Verkauf positiv zu beenden?   *Minimal* |
|  |

|  |
| --- |
| **Kapitel Werbung wirksam einsetzen (S. 236 – 286)** |
| 1. Corporate Identity |
| * 1. Was versteht man unter dem Begriff *Corporate Identity*?   *Maximal* |
| Übersetzt: Unternehmensidentität. Wie sich ein Unternehmen als Ganzes gegenüber der Außenwelt und nach innen gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern präsentiert. |
| * 1. Welche Aufgabe hat die Corporate Identity?   *Maximal* |
| Die Corporate Identity soll sowohl nach innen als auch nach außen ein einheitliches Erscheinungsbild vom Unternehmen schaffen. |
| * 1. Welche Teilaspekte beinhaltet die Corporate Identity?   *Maximal* |
| * Corporate Design, * Corporate Communication und * Corporate Behaviour. |
| * 1. Erkläre den Begriff *Corporate Design*!   *Maximal* |
| Durch das Corporate Design wird die Corporate Identity optisch umgesetzt und so von außen wahrgenommen. Dazu gehören z. B. Logo, Farbgebung, Typographie (Schriftarten), Layout, Geschäftsausstattung, Arbeitskleidung. |
| * 1. Wie erfolgt die Umsetzung von Corporate Communication?   *Maximal* |
| Damit meint man die interne und externe Kommunikation. z. B. durch die Unternehmenswerbung, Slogans |
| * 1. Was versteht man unter einem *Slogan*? Bitte nenne ein Beispiel.   *Minimal* |
| Eine kurze, einprägsame Werbeaussage  Beispiel: Manner mag man eben. |
| * 1. Welche der folgenden Logos erkennst du?   *Minimal* |
| Nike, Renault, Pepsi, Lacoste, Twitter, Starbucks, McDonalds, Apple, das österr. Bundesheer, Spar, die österr. Post |
| 1. Werbemittel |
| * 1. Was sind Werbemittel und welche kannst du unterscheiden?   *Maximal* |
| * **Grafische** Werbemittel (Werbung wird mit Bildern und Texten gestaltet) z. B. Plakat, Kataloge, Inserate bzw. Werbeanzeigen in Zeitungen/Zeitschriften * **Auditive** Werbemittel (akustisch – kann nur gehört werden) z. B. Radiospots, Durchsagen in Geschäften * **Audiovisuelle** Werbemittel (sprechen Auge und Ohr an) z. B. TV-Spots, Werbefilme, Product Placement in Filmen/Serien * **Interaktive** Werbemittel (Internet) z. B. Social Media, Websites, Mobile Apps |
| * 1. Nenne Gestaltungselemente von Werbemitteln!   *Minimal* |
| * Logo * Slogan * Schrift * Farben * Formen und Linien * Bilder und Grafiken |
| * 1. Was versteht man unter einem *Logo*?   *Minimal* |
| Ein Erkennungszeichen für ein Unternehmen oder Produkt z. B. ein oder mehrer Buchstaben , ein Bild oder eine Grafik  oder eine Kombination aus Text und Bild |
| * 1. Worauf musst du bei der Entwicklung eines neuen Logos achten (denke dabei an eure Übungsfirma)!   *Minimal* |
| * Weniger ist mehr! bei der Gestaltung (Farben) * einfach und leicht merkbar * auch auf größere Distanz erkennbar * muss ein Unikat sein (keine Verwechslungsgefahr mit bereits bekannten Logos) |
| * 1. Worauf ist bei der Verwendung von Schriften zu achten?   *Minimal* |
| Man unterscheidet zwischen   * Schriften mit Serifen (=die kleinen Füßchen am Buchstabenende) (z. B. Times New Roman) * Serifenlose Schriften (z. B. Arial) * Hand- bzw. Laufschriften (z. B. Bradley Handwriting) * Dekorative Schriften (z. B. Curlz MT)   Man kann mit verschiedenen Schriftarten bestimmte Stimmungen vermitteln/darstellen. Schriftart muss zu Produkt/Firma passen.  Maximal 3, am besten nur 2 verschiedene Schriftarten verwenden.  Passende Schriftgröße wählen. |
| * 1. Wie kann man Farben einteilen? Und welche Wirkung können Farben haben?   *Minimal* |
| * Einteilung in bunte und unbunte (nicht bunte) Farben; Nicht bunt: schwarz, weiß, grau; Bunt: restliche Farben; * Wirkung: Farben sind besonders eng mit Gefühlen und Stimmungen verbunden. * Gelb und Orange: wirken hell, freundlich, aufheiternd; * Blau: kühl, erfrischend * Weiß: steht für Sauberkeit, Ordnung; * Grau: neutral, aber auch elegant; |
| * 1. Auch einfache Grundformen haben spezielle Wirkungen. Welche Wirkung haben die einzelnen Formen?   *Maximal* |
| * Kreis: vermittelt Sicherheit und Unendlichkeit * Quadrat: vermittelt Stabilität * Dreieck: wird mit Dynamik, Spannung und Geheimnisvollem in Verbindung gebracht * Raute: dynamisch, aber auch instabil, erregt Aufmerksamkeit * Linien: dünne Linien wirken leicht, dicke Linien schwer |
| * 1. Wie wirken Bilder und Grafiken?   *Minimal* |
| An Bilder und Grafiken können sich Menschen oft besser erinnern als an Texte. Besonders Bilder/Fotos können Gefühle auslösen (z. B. Strandfoto, Sonnenuntergang, …). Achtung bei der Verwendung von fremden Bildern – Stichwort: Urheberrecht! |
| * 1. Nenne einige wesentliche Gestaltungsregeln bei der Produktpräsentation!   *Maximal* |
| G 🡪 Goldener Schnitt  O 🡪 Ordnung  T 🡪 Tiefenwirkung  T 🡪 Trendanpassung  L 🡪 Linienführung  O 🡪 Optischer Ausgleich  B 🡪 Bewusster Aufbau im Gestaltungsdreieck |
| * 1. Erkläre den Begriff *Goldener Schnitt* bei der Warenpräsentation!   *Maximal* |
| Es handelt sich dabei um eine Harmonieregel. Das heißt z. B., dass alles in einem Schaufenster in einem harmonischen, proportionalen Verhältnis stehen muss.  1. Strecke messen  2. Strecke durch 5 dividieren  3. die errechnete Abmessung mit 2 multiplizieren  4. Ergebnis einzeichnen/kennzeichnen |
| * 1. Erkläre den Begriff *Ordnung* bei der Warenpräsentation!   *Maximal* |
| Produkte werden im Schaufenster/Verkaufsraum/Präsentationstisch nach unterschiedlichen Kriterien angeordnet. Z. B. Ordnung nach Farben, Formen; Gruppenbildung; Reihenbildung;  Ordnung schafft Übersicht und Klarheit. |
| * 1. Erkläre den Begriff *Tiefenwirkung* bei der Warenpräsentation!   *Maximal* |
| Durch die Anordnung von größeren Produkten im Vordergrund wird der Blick in die Tiefe gelenkt. Wenn die größeren Produkte im Hintergrund angeordnet werden, ergibt sich eine eher flächenhafte Gestaltung. |
| * 1. Was ist mit *Trendanpassung* bei der Warenpräsentation gemeint?   *Maximal* |
| Auch die Produktpräsentation unterliegt Trends. Z. B. Farben, Formen, Lichttechnik, Darstellungsmethoden. Nur so kann man Aktualität und Originalität zeigen. |
| * 1. Erkläre den Begriff *Linienführung* bei der Warenpräsentation!   *Maximal* |
| Man unterscheidet vertikale, horizontale, diagonale und die geschwungene Linienführung.   * Vertikal (senkrecht) wirkt aktiv, klar; auch streng und starr; * Horizontal (waagrecht): wirkt ruhig, ausgeglichen; * Diagonal (schräg): wirkt schwungvoll, modern, energiegeladen; * Geschwungen: wirkt elegant und dynamisch |
| * 1. Erkläre den Begriff *optischer Ausgleich* bei der Warenpräsentation!   *Maximal* |
| Durch den optischen Ausgleich wirkt die Produktpräsentation harmonisch und geschlossen und nicht überladen oder einseitig dominant. |
| * 1. Erkläre den Begriff *Gestaltungsdreieck* bei der Warenpräsentation!   *Maximal* |
| Durch die Anordnung im Gestaltungsdreieck wird sichergestellt, dass die Produkte im Blickfeld der Betrachterin/des Betrachters liegen. Innerhalb dieses Dreiecks sollen die Produkte platziert sein, außerhalb nur Dekoration. |
| 1. Gestaltung von Werbemitteln |
| * 1. Was versteht man unter einem *Werbebrief*?   *Minimal* |
| Dabei handelt es sich um eine besondere Form von schriftlicher Werbung. Ziel ist es, möglichst viele Personen einer Zielgruppe anzusprechen. Ein Werbebrief kann als E-Mail, Postwurfsendung oder Brief versendet werden.  Es geht darum ein bestimmtes Produkt zu bewerben. Gestaltung soll kreativ und auffällig sein, um Interesse zu wecken. |
| * 1. Was ist eine *Postwurfsendung*?   *Minimal* |
| Werbung, die die Post bestimmten Personen oder jedem Haushalt in einem bestimmten Gebiet zustellt. |
| * 1. Erkläre das Wichtigste zum Werbemittel *Plakat!*   *Minimal* |
| Traditonelles Werbemittel, soll Aufmerksamkeit erregen;  Tipps für die Gestaltung:   * kurz und knapp formulieren, * eindeutige Botschaft vermitteln; * aufpassen auf Schriftgröße und Kontrast |
| * 1. Erkläre das Wichtigste zum Werbemittel *Flyer* (Flugblatt)!   *Minimal* |
| Es dient zur raschen Verbreitung von Informationen z. B. per Post, E-Mail oder direktes Austeilen auf der Straße;  **Inhalt:** Einladung zu einer gesellschaftlichen Veranstaltung (Feuerwehrfest, Sportveranstaltung, …), Aktion, Neueröffnung, Abverkauf (…) eines Unternehmens; Informationen zu politischen Themen (Wahlwerbung, Kundgebungen, …)  **Bestandteile:**   * WAS findet statt? * WER ist der Veranstalter? * WO findet es statt? * WANN? * WIE kann ich teilnehmen/mitmachen? |
| * 1. Erkläre das Wichtigste zum Werbemittel *Zeitungsanzeige!*   *Minimal* |
| Diese Anzeigen finden sich in Printmedien (=gedruckte Medien wie Zeitung, Zeitschrift, …). Auftraggeber können Privatpersonen, Parteien oder Unternehmen sein.  Anzeigen sind verhältnismäßig teuer und bedürfen einer guten Strategie. |
| * 1. Erkläre das Wichtigste zum Werbemittel *Radiospot!*   *Minimal* |
| Gehört zu den auditiven Werbemitteln. Um die Zuhörerinnen und Zuhörer aufmerksam zu machen werden meistens gesprochene Texte mit Geräuschen und Musik kombiniert.  Länge: zwischen 10 und 60 Sek.; d. h. Werbebotschaft muss kurz und prägnant formuliert sein. *Storytelling* (eine Geschichte erzählen, damit „Bilder im Kopf“ des Publikums entstehen können) wichtig! |
| * 1. Erkläre das Wichtigste zum Werbemittel *TV/Internet-Spot!*   *Minimal* |
| Das sind kurze Werbefilme, die im TV bzw. im Internet gezeigt werden. Werbebotschaften können so besonders unterhaltsam und kreativ transportiert werden. Auch hier ist *Storytelling* wichtig!  Werbespots werden großteils von professionellen Filmproduktionsteams und Werbeagenturen geplant und produziert. Sehr aufwändig und kostenintensiv! |
| * 1. Erkläre das Wichtigste zum Werbemittel *Produktpräsentation im Schaufenster!*   *Minimal* |
| Schaufenstergestaltungen brauchen eine gute Vorbereitung. Gestaltungsrichtlinien müssen eingehalten werden.  Planung – beinhaltet auch eine Skizze:   * Wann gestalte ich das Schaufenster? * Welches Thema wähle ich? Welches Dekomaterial brauche ich dazu? * Wie groß ist das Schaufenster? * Welche Produkte präsentiere ich? * Welche Ideen habe ich? * Welche Gestaltungselemente brauche ich? * Habe ich alle Gestaltungsregeln berücksichtigt?   Reihenfolge beim Aufbau:   * Bereitstellung aller Materialien (Putzzeug, Kleiderbügel, …) * Schaufenster gründlich putzen * Poster, Stoffbahnen, Teppich aufhängen/auslegen * Aufbauelemente platzieren * Produkte platzieren * zusätzliche Dekoelemente platzieren * Preisschilder schreiben/gestalten * Licht einstellen * Schaufenster kontrollieren (Sauberkeit, …) |
| * 1. Erkläre das Wichtigste zum Werbemittel *Produktpräsentation im Verkaufsraum!*   *Maximal* |
| Produkte im Verkaufsraum können wie folgt präsentiert werden:   * Großraum * Rückwandplatten * Präsentationstische * Vitrinen (Schauregale) |
| * 1. Erkläre das Wichtigste zum Werbemittel *Produktpräsentation auf Rückwandplatten!*   *Maximal* |
| Folgende Regeln müssen beachtet werden:   * Linienführung festlegen * Linien durch Gestaltungselemente betonen und verstärken * Produkte auf der Platte/den Platten platzieren * Dreidimensionale Aufbauelemente bestimmen und einsetzen * Dekomaterialien als Linienbetonung und Blickfang einsetzen * Rahmen einhalten |
| * 1. Erkläre das Wichtigste zum Werbemittel *Produktpräsentation auf Tischen!*   *Maximal* |
| Checkliste:   * Die Tischfläche wird durch gedachte Linien im Goldenen Schnitt geteilt. * Im Schnittpunk der Linien befindet sich immer das höchste Element. * Die Produkte sollen sich nach allen Richtungen ausdehnen. * Produkte und Zusatzprodukte platzieren. * Tischtextilien können verwendet werden, sollen aber im Hintergrund bleiben. * Logos, Zeichen, Schriftzüge (aus den Produktverpackungen) können verwendet werden. * Dezente, aber sichtbare Preisauszeichnung. * Stimmung durch dezente Dekoration und passende Beleuchtung. |

Kapitelübersicht in Stichworten zur Orientierung

Buchführung und Wirtschaftsrechnen

* 1. Aufgaben der Buchhaltung und gesetzliche Regelungen
  2. Belege: Einteilung, Organisation u. Bearbeitung
  3. Bestandteile der Rechnungen
  4. Einnahmen-Ausgaben-Rechnung Begriffsklärungen
  5. Umsatzsteuer
  6. Doppelte Buchhaltung Grundbegriffe

Betriebswirtschaftliche Grundlagen

* 1. Grundlagen des Wirtschaftens
  2. Markt – Angebot, Nachfrage, Preis
  3. Unternehmen, Betrieb, Firma
  4. Unternehmensgründung
  5. Werbung
  6. Kaufvertrag
  7. Zahlungsformen
  8. Spar- und Finanzierungsformen
  9. Schuldenfalle, Privatinsolvenz

Fachkunde und Fachpraxis

* 1. Arbeitsplatzgestaltung
  2. Sicherheit und Hygiene
  3. Richtige Umgangsformen
  4. Verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen
  5. Unternehmen und Abteilungen
  6. Miteinander kommunizieren
  7. Berufliche Kommunikation
  8. Arbeiten im Team
  9. Die Präsentation
  10. Beratungs- und Verkaufsgespräche
  11. Corporate Identity
  12. Werbemittel
  13. Gestaltung von Werbemitteln