

Justen | Kuhlmann | Gantenföhr

Arbeitsheft Informationswirtschaft

kompetenzorientiert

für die Höhere Berufsfachschule

2



Merkur 
Verlag Rinteln

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

Begründet von Handelsschul-Direktor Dipl.-Hdl. Friedrich Hutkap †

Verfasser:

Stefan Justen, Dipl.-Kfm.

Gregor Kuhlmann, Dipl.-Hdl.

Eliza-Katharina Gantenföhr, Dipl.-Hdl.

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 60 a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

Die Merkur Verlag Rinteln Hutkap GmbH & Co. KG behält sich eine Nutzung ihrer Inhalte für kommerzielles Text- und Data Mining (TDM) im Sinne von § 44 b UrhG ausdrücklich vor. Für den Erwerb einer entsprechenden Nutzungserlaubnis wenden Sie sich bitte an copyright@merkur-verlag.de.

Coverbild: © reeel - fotolia.com

* * * * *

1. Auflage 2026

© 2026 by Merkur Verlag Rinteln

Gesamtherstellung:

Merkur Verlag Rinteln Hutkap GmbH & Co. KG, 31735 Rinteln

E-Mail: info@merkur-verlag.de

lehrer-service@merkur-verlag.de

Internet: www.merkur-verlag.de

Merkur-Nr. 1807-01

ISBN 978-3-8120-1807-4

VORWORT

Das „**Arbeitsheft Informationswirtschaft – kompetenzorientiert 2**“ ist Teil einer 2-bändigen Reihe für das Fach Informationswirtschaft. Es richtet sich nach dem aktuellen Bildungsplan für zweijährige Bildungsgänge der Höheren Berufsfachschule, Fachbereich Wirtschaft und Verwaltung, in Nordrhein-Westfalen und umfasst die Handlungsfelder vier, fünf und sieben.

Handlungsfeld 4: Absatz
Handlungsfeld 5: Personal
Handlungsfeld 5: Werteströme

Band 2

Ziel der Berufsfachschule ist es, Schülerinnen und Schülern eine **berufliche Grundbildung** für wirtschaftliche und verwaltungstechnische Tätigkeiten sowie die **Qualifikation zum Studium** an einer Fachhochschule zu vermitteln. Der Bildungsplan stellt einerseits wissenschaftspropädeutische Anforderungen und verlangt andererseits Fertigkeiten in der Handhabung betrieblich relevanter Software. Er fordert aber auch die kritische Auseinandersetzung mit der digitalisierten Kommunikation in all ihren Facetten wie auch den Erwerb von Kompetenzen zur Interaktion in einem sich im Wandel befindenden sozioökonomischen System.

Das Arbeitsheft überführt die **Handlungsfelder sowie die Arbeits- und Geschäftsprozesse** des Bildungsplans in **Lernsituationen**. Lernende werden dazu angeleitet, ökonomische Aufgabenstellungen selbstständig (unter dem Einsatz von Software) zu lösen und so ein **Repertoire an Verfahren und Methoden zur Problemlösung** zu entwickeln. Lehrkräften werden hingegen Anpassungsmöglichkeiten bei der Wahl passender **Lern- und Arbeitstechniken** vorgestellt, zudem werden sie hinsichtlich der **Unterrichtsvorbereitung** und der **didaktischen Jahresplanung** entlastet.

Die Aufgaben können auf Grundlage der **im Arbeitsheft zur Verfügung gestellten Materialien** ohne begleitendes Lehrbuch bearbeitet werden.

Ausgangspunkt für die Lernsituationen ist die fiktive **Weber Metallbau GmbH** in Soest. An ihrem Beispiel werden Problemstellungen in Form von Dialogen zwischen zwei Auszubildenden und verschiedenen Mitarbeitern des Unternehmens skizziert und in Arbeitsaufträge an Schülerinnen und Schüler umgewandelt. Die **dialogorientierte Darstellung** dient der Abstraktionsreduzierung wie auch der Kompetenzorientierung (situationsbezogen – problemorientiert – kompetenzfördernd) – und letztlich auch der Förderung der Empathie.

Die Lernsituationen sollen grundsätzlich **nacheinander** durchgearbeitet werden, um der Intention des Bildungsplans gerecht zu werden. Da sie nicht aufeinander aufbauen, können sie jedoch auch bedarfsgerecht und bei Bedarf auch **punktuell** eingesetzt werden.

Zu dem Arbeitsheft wird ein Lösungsheft zum Download angeboten, in dem Word-, PDF-, Visio-, Access- und Excel-Dateien mit Vorlagen und Lösungen enthalten sind.

Die Verfasser

4.1.4 Kalkulation von Angebotspreisen



Situation:

Herr Ditter: „Nun müssen wir nur noch einen aktuellen Angebotspreis für die Feuerschutztüren festlegen.“

Alexa: „Können wir nicht einfach den Preis aus der Artikelliste übernehmen?“

Herr Ditter: „Die Preise aus der Artikelliste sind nicht mehr auf dem neusten Stand. Die Inflation führt ständig zu höheren Einkaufspreisen. Außerdem möchte das Personal auch hin und wieder mal eine Lohn- und Gehaltserhöhung und die Energiekosten sind momentan besonders hoch.“

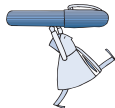
Alexa: „Also müssen wir unsere Preise regelmäßig anpassen, um sicherzustellen, dass alle Kosten gedeckt sind.“

Herr Ditter: „Ganz genau! Und natürlich auch, damit wir am Ende noch einen angemessenen Gewinn erzielen. Bei den Feuerschutztüren kalkulieren wir mit einem Zuschlag von 20%. Am besten fragen Sie Frau Hank nach den aktuellen Selbstkosten und berechnen anschließend unter Berücksichtigung von Skonto und Rabatt, zu welchem Preis wir der Deiser Bau GmbH die Feuerschutztüren anbieten können.“

Alexa: „Und was ist mit den Kosten für den Versand?“

Herr Ditter: „Für den Versand ist die Flink Transporte GmbH zuständig. Da liegt uns ein aktuelles Angebot vor, an dem wir uns bei Neukunden orientieren. Bei der Deiser Bau GmbH handelt es sich aber um einen Stammkunden. Die beliefern wir frei Haus.“

Alexa: „Okay, dann mache ich mich direkt an die Arbeit.“



Arbeitsaufträge:

1. Erklären Sie, weshalb es notwendig ist, die Verkaufspreise regelmäßig anzupassen.



Material 1: Auszug aus dem Orga-Handbuch der Weber Metallbau GmbH

Kalkulation eines Angebotspreises



Die Kalkulation des Angebotspreises erfolgt auf Basis der Selbstkosten. Zu diesen zählen Materialkosten, Fertigungskosten sowie Verwaltungs- und Vertriebsgemeinkosten.

Auf die Selbstkosten wird zunächst der Gewinn aufgeschlagen. So erhält man den Barverkaufspreis.

Ab dem Barverkaufspreis ist zu berücksichtigen, dass Skonto und Rabatt Werte sind, die dem Kunden bekannt sind und die er vom Angebotspreis abzieht. Sie müssen mit der Im-Hundert-Rechnung aufgeschlagen werden. Dabei geht man folgendermaßen vor:

Skonto berechnen

Der Zielverkaufspreis wird mit 100 % angesetzt. Der Barverkaufspreis entspricht also dem Zielverkaufspreis abzüglich des Skontosatzes, zum Beispiel $100\% - 2\% = 98\%$. Der Skontobetrag in Euro wird auf den Barverkaufspreis aufgeschlagen. So erhält man den Zieleinkaufspreis.

Rabatt berechnen

Der Angebotspreis wird ebenfalls mit 100 % angesetzt. Der Zielverkaufspreis ergibt sich demnach aus dem Angebotspreis abzüglich des Rabattsatzes, zum Beispiel $100\% - 15\% = 85\%$. Der Rabatt in Euro wird zum Zielverkaufspreis addiert. Auf diese Weise erhält man den Angebotspreis.

Beispiel:

Für die Sicherheitstür Z4 WK 4 betragen die Selbstkosten 1.466,08 Euro. Der Gewinnzuschlag beträgt 25 %, der Kunde erhält 15 % Rabatt und 2 % Skonto.

Selbstkosten	1.466,08 Euro
+ 25 % Gewinnzuschlag	366,52 Euro
= Barverkaufspreis	1.832,60 Euro
+ 2 % Skonto	37,40 Euro
= Zielverkaufspreis	1.870,00 Euro
+ 15 % Rabatt	330,00 Euro
= Angebotspreis	2.200,00 Euro

Auf die Selbstkosten wird ein Gewinn von 25 % (= 366,52 Euro) aufgeschlagen. Hieraus ergibt sich ein Barverkaufspreis von 1.832,60 Euro.

Der Skontobetrag in Euro berechnet sich folgendermaßen:

$$\frac{1832,60 \cdot 2}{98} = \underline{\underline{37,40 \text{ Euro}}}$$

Dadurch ergibt sich ein Zielverkaufspreis von 1.870,00 Euro.

Der Rabatt in Euro lässt sich wie folgt ermitteln:

$$\frac{1870 \cdot 15}{85} = \underline{\underline{330,00 \text{ Euro}}}$$

Daraus ergibt sich ein Angebotspreis von 2.200,00 Euro.