

FACHBUCHREIHE

für wirtschaftliche Bildung

Fokus

Einzelhandel 2025

Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel

Debus Geimer Hauck Meißner Roik Sauthoff-Böttcher Scholz

3. Ausbildungsjahr

2. Auflage

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL
Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG
Düsselberger Straße 23
42781 Haan-Gruiten

Europa-Nr.: 91734



Autorinnen/Autoren

Martin Debus	45659 Recklinghausen
Philipp Geimer	79379 Müllheim
Michael Hauck	96450 Coburg
Patrick Meißner	40591 Düsseldorf
Katherina Roik	68239 Mannheim
Stefan Sauthoff-Böttcher	26605 Aurich
Annika Scholz	45665 Recklinghausen

Verlagslektorat

Anke Hahn

Externes Lektorat: Stefan Sauthoff-Böttcher

2. Auflage 2025

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da sie bis auf die Behebung von Druckfehlern identisch sind.

ISBN 978-3-7585-9389-5

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2025 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG,
42781 Haan-Gruiten
Umschlag, Satz: tiff.any GmbH & Co. KG, 10999 Berlin
Umschlagkonzept: tiff.any GmbH & Co. KG, 10999 Berlin
Umschlagfoto: © Nomad_Soul – stock.adobe.com
Druck: Firmengruppe APPL, aprinta druck GmbH, 86650 Wemding

Vorwort

Fokus Einzelhandel 2025 ist als modernes Komplettprogramm konzipiert. Der vorliegende 3. Band ist ein neu entwickeltes Lehr- und Lernbuch für die Ausbildung im **Einzelhandel**. Es richtet sich an

- Lehrende und Lernende in der Ausbildung zum Kaufmann/zur Kauffrau im Einzelhandel/während einer Umschulungsmaßnahme
- Dozent/-innen und Teilnehmer/-innen während betrieblicher Fortbildungsmaßnahmen/zur Einarbeitung in Einzelhandelsthemen und -aufgaben

Das Programm **Fokus Einzelhandel 2025** wurde auf Basis der zuletzt 2017 geänderten Lehrplan- und Ausbildungsordnungsvorgaben neu erstellt und ist konsequent auf die aktuell geltenden Regelwerke für die Ausbildung ausgerichtet.

Umfassendes Europa-Ausbildungsprogramm

Fokus Einzelhandel 2025 ist ein umfassendes Ausbildungsprogramm bestehend aus drei **Informationsbänden**, welche komplett die Inhalte des Lehrplans der drei Ausbildungsjahre für die **Kaufleute im Einzelhandel (Band 1 bis 3)** und der zwei Ausbildungsjahre für die Verkäufer/Verkäuferinnen (Band 1 und 2) abdecken, sowie drei begleitenden **Arbeitsbüchern** mit didaktisch aufbereiteten und variationsreichen **Lernsituationen**.

Der vorliegende **Band 3** umfasst die Lernfelder 11 bis 14 des Rahmenlehrplans im 3. Ausbildungsjahr.

3

Im Lernfeldgedanken entwickelt – von Grund auf!

Die **Informationsbände** und Lösungsbände werden durch ein auf jeden Band abgestimmtes **Arbeitsbuch mit Lernsituationen**, Kompetenzbögen, Zusatzmaterialien und Lösungsbänden ergänzt. Ausgehend von den Anforderungen der Lernsituationen im Arbeitsbuch durchlaufen die Lernenden Situationen aus dem Unternehmensalltag im Einzelhandel.

Die Unterrichtswerke des Programms **Fokus Einzelhandel 2025** verfolgen gezielt eine Didaktik, die **Handlungs- und Kompetenzorientierung** zugrunde legt und Lernende zu **selbstständigem Analysieren, Planen, Durchführen, Kontrollieren und Beurteilen** von Arbeitsaufgaben unter Berücksichtigung aller Kompetenzdimensionen führt. Hierbei wird die **berufliche Wirklichkeit** als Ganzes mit ihren ökonomischen, rechtlichen und sozialen Aspekten erfasst.

Ihr Feedback ist uns wichtig

Wenn Sie mithelfen möchten, dieses Buch für die nachfolgende Auflage zu verbessern, schreiben Sie uns unter lektorat@europa-lehrmittel.de. Gerne nehmen wir Ihre Hinweise und Verbesserungsvorschläge auf.

Lernfeld 11: Geschäftsprozesse erfolgsorientiert steuern

1	Warenbewegungen erfassen und Bestandsveränderungen dokumentieren	12
1.1	Einkauf und Verkauf von Waren	12
1.2	Erfassung von Warenbewegungen auf Konten	13
1.3	Buchen des Wareneingangs und Warenausgangs	15
1.3.1	Bestandsorientierte Buchung	15
1.3.2	Verbrauchsorientierte Buchung	18
2	Umsatzsteuer	23
2.1	Rechtliche Grundlagen der Umsatzsteuer	23
2.2	Grundlagen der Umsatzsteuersystematik	24
2.2.1	Prozess der Wertschöpfungskette bei der Umsatzsteuer	24
2.2.2	Vorsteuer beim Einkauf von Waren	26
2.2.3	Umsatzsteuer beim Verkauf von Waren	27
2.3	Buchen der Vorsteuer beim Einkauf	28
2.4	Buchen der Umsatzsteuer beim Verkauf	28
2.5	Ermittlung und Passivierung der Zahllast	31
2.6	Ermittlung und Aktivierung des Vorsteuerüberhangs	34
3	Anlagegüter beschaffen und abschreiben	37
3.1	Beschaffung von Anlagegütern	38
3.1.1	Berechnung der Anschaffungskosten	38
3.1.2	Buchung der Anschaffungskosten	40
3.2	Abschreibung von Anlagevermögen	41
3.2.1	Lineare Abschreibung	43
3.2.2	Degressive Abschreibung	43
3.2.3	Berechnung und Buchung der Abschreibung	44
3.3	Geringwertige Wirtschaftsgüter (GWG)	46
4	Kosten- und Leistungsrechnung	52
4.1	Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	52
4.1.1	Zweikreissystem des Industriekontenrahmens	53
4.1.2	Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung	54
4.1.3	Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung	55
4.1.4	Abgrenzungsrechnung mithilfe der Ergebnistabelle	61
4.2	Vollkostenrechnung	64
4.2.1	Kostenartenrechnung	64
4.2.2	Kostenstellenrechnung	67
4.2.3	Kostenträgerrechnung	71
4.2.4	Kosten- und Kalkulationskontrolle	71

4.3	Teilkostenrechnung	77
4.3.1	Kritik an der Vollkostenrechnung	77
4.3.2	Grundlagen der Deckungsbeitragsrechnung	78
4.3.3	Preispolitische Entscheidungen auf Basis der Deckungsbeitragsrechnung	80
4.3.4	Sortimentspolitische Entscheidungen auf Basis der Deckungsbeitragsrechnung	82
4.3.5	Gewinnschwelle (Break-even-Point)	83
4.3.6	Mischkalkulation	85
5	Kurzfristige Erfolgsrechnung (KER)	87
5.1	Grundlagen	87
5.2	Ermittlung und Auswertung der kurzfristigen Erfolgsrechnung	89
6	Kennzahlen zur Beurteilung des unternehmerischen Erfolgs	95
6.1	Bilanzkennzahlen	95
6.1.1	Kapitalstrukturkennzahlen	96
6.1.2	Liquidität	98
6.2	Erfolgskennzahlen	99
6.2.1	Rentabilität	99
6.2.2	Wirtschaftlichkeit	101
6.2.3	Cashflow	102
6.2.4	Produktivität	102

Lernfeld 12: Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden

1	Grundlagen der Marketingarbeit kennenlernen	106
1.1	Entwicklungslinien	106
1.1.1	Das Warenhaus der Sinne und Einkaufen als Erlebnis	108
1.1.2	Das Handelsmarketing entwickelt sich	109
1.1.3	Marketingkommunikation und Geschäftsmodelle im Wandel der Zeit	110
1.2	Begriffliche Grundlagen des Marketings	112
1.2.1	Marketing als Denkweise (Mindset)	112
1.2.2	Marketing als Problemlösungsprozess	113
1.3	Aktuelle Bedeutung der Marketingarbeit für den Einzelhandel	117
2	Die eigene Marktsituation untersuchen	120
2.1	Begriff und Grundlagen der Marktforschung	120

2.2	Methoden der Datenerhebung	124
2.2.1	Primäre Marktforschung	125
2.2.2	Sekundäre Marktforschung	136
2.3	Marktforschungsprozess im Unternehmen	140
3	Marketing planen	143
3.1	Marketingziele	143
3.1.1	Inhalt, Dimension und Ordnung von Zielen	145
3.1.2	Ziele formulieren	147
3.1.3	Marketing und Ethik	148
3.2	Strategiemuster	150
3.2.1	Strategischer Würfel	150
3.2.2	Ansoff-Matrix	152
3.3	Geschäftsmodelle aus der Praxis	153
4	Marketinginstrumente im Einzelhandel erfolgreich einsetzen	156
4.1	Sortimentspolitik	157
4.2	Preis- und Konditionenpolitik	161
4.2.1	Aktionselemente der Preispolitik	161
4.2.2	Dynamic Pricing	162
4.2.3	Preispsychologie	163
4.3	Kommunikationspolitik	164
4.3.1	Corporate Identity	165
4.3.2	Öffentlichkeitsarbeit	166
4.4	Servicepolitik	167
4.4.1	Kundenbeziehungsmanagement (Customer-Relationship-Management)	167
4.4.2	Beschwerdemanagement (Complaint Management)	170
4.4.3	Elemente der Servicepolitik im Überblick	171
4.5	Distributionspolitik	174
4.6	Marketing-Mix und Marketing-Erfolg	177
4.7	Marketingkonzepte in Aktionspläne umsetzen	179
5	E-Commerce als Mittel der Kundenbindung einsetzen	182
5.1	Grundlagen des E-Commerce	182
5.2	Vom stationären Handel zum Onlinehandel	184
5.3	Arten und Instrumente des E-Commerce	189
5.3.1	Werbebanner	191
5.3.2	Suchmaschinenmarketing (SEM)	191
5.3.3	Newsletter per E-Mail	193
5.3.4	Social Media (Virales Marketing)	193
5.3.5	Livestream Shopping	194
5.3.6	Apps	194

5.3.7	Web-Analytics	195
5.3.8	Zertifizierungen des Online-Angebots	195
5.3.9	Bewertungen	197
5.3.10	Personalisierung	199
5.4	Rechtliche Grundlagen des E-Commerce	200
5.5	Beurteilung des E-Commerce	204

Lernfeld 13: Personaleinsatz planen und Mitarbeiter führen

1	Ziele und Aufgaben der Personalwirtschaft beschreiben	210
1.1	Ziele der Personalwirtschaft	210
1.2	Aufgaben der Personalwirtschaft	212
1.2.1	Rahmenaufgaben	212
1.2.2	Kernaufgaben	213
2	Den Personalbestand organisieren, Personalbedarfsgerecht einsetzen	215
2.1	Personalbestandsplanung	215
2.2	Personalbedarfsplanung	217
2.2.1	Einflussgrößen auf die Bedarfsplanung	217
2.2.2	Methoden der quantitativen Personalbedarfsplanung	219
2.2.3	Berechnung und Klassifizierung des quantitativen Personalbedarfs	221
2.2.4	Qualitative Personalbedarfsplanung	222
3	Personal beschaffen	227
3.1	Personalbeschaffungswege	227
3.1.1	Interne Personalbeschaffung	228
3.1.2	Externe Personalbeschaffung	230
3.1.3	Stellenanzeige	231
3.2	Bewerbung	233
3.2.1	Bewerbungsunterlagen	233
3.2.2	Tipps zur Gestaltung einer Bewerbung	234
3.3	Personalauswahl	237
4	Rechtliche Grundlagen auf Arbeitsverträge anwenden	243
4.1	Rechtliche Grundlagen eines Arbeitsverhältnisses	243
4.1.1	Rechtsquellen des Arbeitsrechts	243
4.1.2	Tarifverträge	246
4.1.3	Betriebsvereinbarungen	247
4.2	Arbeitsvertrag	247
4.2.1	Rechtliche Grundlagen und Inhalte des Arbeitsvertrages	248
4.2.2	Arten des Arbeitsvertrages	250

5	Personal betreuen, Mitarbeiter führen, Personalentwicklung fördern	254
5.1	Personaleinsatz und Planung der Arbeitszeiten	254
5.1.1	Personaleinführung	254
5.1.2	Personaleinsatzplanung	255
5.1.3	Gestaltung der Arbeitszeit	257
5.1.4	Beachtung wichtiger Rechtsgrundlagen beim Personaleinsatz	259
5.2	Personalentwicklung	264
5.2.1	Ziele der Personalentwicklung	264
5.2.2	Maßnahmen der Personalentwicklung und Weiterqualifizierung	265
5.2.3	Maßnahmen zur Mitarbeitermotivation	268
5.3	Personalverwaltung	272
5.3.1	Personalpapiere und Personalunterlagen	272
5.3.2	Personalakte und Personaldatenverwaltung	273
5.3.3	Personalstatistik und Personalcontrolling	274
5.3.4	Datenschutz und Datensicherheit	277
5.4	Personalführung und Personalbeurteilung	280
5.4.1	Organisationsstruktur und Personalführung	280
5.4.2	Personalbeurteilung	284
5.4.3	Personalgespräche als Instrument der Personalentwicklung	287
5.4.4	Konfliktmanagement	290
6	Maßstäbe der Entlohnung unterscheiden, Entgelt berechnen	294
6.1	Aspekte der Entlohnung	294
6.1.1	Entgeltformen	295
6.1.2	Ergänzende Entgeltformen	298
6.2	Entgeltabrechnung	300
6.2.1	Abzüge vom Bruttoentgelt	301
6.2.2	Berechnung der Steuern	304
6.2.3	Ermittlung der Sozialversicherungsabzüge	307
6.2.4	Erstellen einer Entgeltabrechnung	308
7	Arbeitsverhältnisse beenden und Personal freisetzen	311
7.1	Beendigung des Arbeitsverhältnisses	311
7.1.1	Allgemeine Gründe für Personalfreisetzungen	312
7.1.2	Gründe des Arbeitgebers für eine ordentliche Kündigung	312
7.1.3	Kündigungsfristen	314
7.2	Rechtliche Rahmenbedingungen	316
7.2.1	Allgemeiner Kündigungsschutz	316
7.2.2	Besonderer Kündigungsschutz	317
7.2.3	Mitwirkung des Betriebsrates	317
7.2.4	Kündigungsschutzklage	318
7.3	Aushändigen der Arbeitspapiere	318
7.4	Arbeitszeugnisse	319

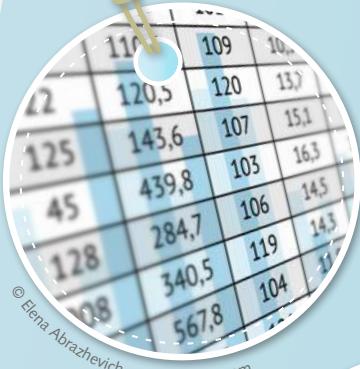
Lernfeld 14: Ein Einzelhandelsunternehmen leiten und entwickeln

1	Die Gründung eines Einzelhandelsunternehmens planen	322
1.1	Gründungsvoraussetzungen	323
1.2	Vor- und Nachteile der Selbstständigkeit	325
2	Handelsrechtliche Rahmenbedingungen beachten	328
2.1	Kaufmannsarten	328
2.2	Firma	330
2.2.1	Aufbau einer Firma	331
2.2.2	Firmengrundsätze	332
2.3	Handelsregister	332
2.3.1	Inhalt des Handelsregisters	333
2.3.2	Wirkungen einer Eintragung ins Handelsregister	333
2.3.3	Abteilungen des Handelsregisters	334
2.3.4	Rechte und Pflichten von Kaufleuten gem. HGB	335
2.4	Vollmachten	336
2.4.1	Prokura	336
2.4.2	Handlungsvollmacht	337
3	Eine geeignete Rechtsform für ein Unternehmen auswählen	340
3.1	Einzelunternehmung	341
3.2	Personengesellschaften	342
3.2.1	Die offene Handelsgesellschaft (OHG)	342
3.2.2	Die Kommanditgesellschaft (KG)	345
3.3	Kapitalgesellschaften	348
3.3.1	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	349
3.3.2	Unternehmergegesellschaft (UG)	351
3.4	Genossenschaften (eG)	353
4	Kooperationsformen im Einzelhandel kennenlernen	357
4.1	Formen der vertikalen Kooperation	358
4.1.1	Filialist	358
4.1.2	Handelskooperation (freiwillige Ketten)	359
4.1.3	Franchising	359
4.1.4	Mischformen	361
4.1.5	Untervermietungen des Handels	362
4.1.6	Kommissionsgeschäft	363
4.2	Formen der horizontalen Kooperationen	363
4.2.1	Einkaufszentrum (Shopping-Center)	363
4.2.2	Interessengemeinschaften	364
4.3	Verbote Kooperationsformen	364

5	Die Grundlagen der Finanzierung berücksichtigen	366
5.1	Grundbegriffe der Finanzierung	367
5.1.1	Finanzierungsanlässe	367
5.1.2	Finanzierungsziele	368
5.1.3	Finanzierungsarten	369
5.1.4	Finanzierungsregeln	371
5.2	Finanzierung mit Eigenkapital	372
5.2.1	Beteiligungsfiananzierung	372
5.2.2	Selbstfinanzierung	373
5.3	Finanzierung mit Fremdkapital	374
5.3.1	Kreditvertrag	375
5.3.2	Kurzfristige Kredite der Banken	377
5.3.3	Exkurs: Zinsrechnung	378
5.3.4	Langfristige Kredite der Banken (Darlehen)	379
5.3.5	Kurzfristige Kredite der Händler – der Lieferantenkredit	383
5.4	Leasing – eine Sonderform der Finanzierung	386
5.5	Kreditsicherheiten	390
5.5.1	Dingliche Sicherheiten	391
5.5.2	Persönliche Sicherheiten	392
6	Zahlungseingang kontrollieren	396
6.1	Zahlungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Zahlung)	396
6.1.1	Voraussetzungen für den Zahlungsverzug	397
6.1.2	Rechte beim Zahlungsverzug	398
6.1.3	Verjährung und Hemmung einer Forderung	401
6.2	Mahnverfahren	403
6.2.1	Außergerichtliches (Kaufmännisches) Mahnverfahren	403
6.2.2	Gerichtliches Mahnverfahren	404
7	Krisen und Insolvenzregeln	410
7.1	Ursachen für eine Unternehmenskrise	410
7.2	Phasen einer Unternehmenskrise	411
7.3	Sanierung und Unternehmensinsolvenz	413
7.3.1	Außergerichtliche Maßnahmen zur Bewältigung einer Unternehmenskrise	413
7.3.2	Gerichtliche Maßnahmen zur Bewältigung einer Unternehmenskrise	414
7.4	Exkurs Verbraucherinsolvenz	420
	Sachwortverzeichnis	424

Geschäftsprozesse erfolgsorientiert steuern

1. Warenbewegungen erfassen und Bestandsveränderungen dokumentieren
2. Umsatzsteuer
3. Anlagegüter beschaffen und abschreiben
4. Kosten- und Leistungsrechnung
5. Kurzfristige Erfolgsrechnung (KER)
6. Kennzahlen zur Beurteilung des unternehmerischen Erfolgs



110	109	108
120	120	125
143	107	439
284	106	340
340	119	567

© Elena Abrazhevich - stock.adobe.com



© studio v-zwoelf - stock.adobe.com

LF 11

1

Warenbewegungen erfassen und Bestandsveränderungen dokumentieren

1.1

Einkauf und Verkauf von Waren

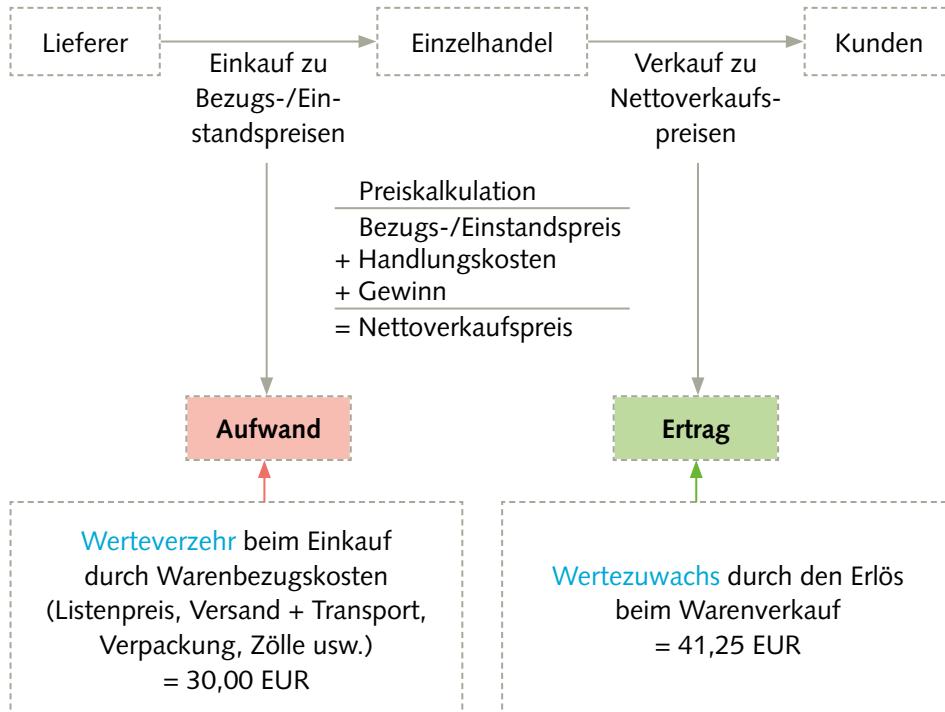
Der Einkauf und Verkauf von Waren ist die zentrale Aufgabe eines Handelsunternehmens. Dabei erzielt das Unternehmen Umsätze, durch die es bestrebt ist, möglichst hohe Gewinne zu erwirtschaften. Dies geschieht, indem Waren zu Einstandspreisen beschafft und zu Nettoverkaufspreisen abgesetzt werden. Mithilfe der Preiskalkulation versucht der Einzelhandelsbetrieb, die Aufwendungen, die mit dem Verkauf der Waren zusammenhängen, auf den Kunden zu übertragen. Dabei schlägt er auf den Einstandspreis die Handlungskosten sowie den Gewinn auf. Durch den Nettoverkaufspreis erzielt er den gewünschten Ertrag.



© Sergii - stock.adobe.com

Beispiel: Die Baumarkt KG hat einen Posten Akku-Heckenscheren der Marke „Forst“ vom Lieferer Großhandel Mayer KG zu einem Bezugspreis von 30,00 EUR bezogen. Der Nettoverkaufspreis beträgt 41,25 EUR.

12



Die verschiedenen Einkaufs- und Verkaufspreise dürfen nicht auf einem Konto gebucht werden, da der Betrag für den Wareneingang niedriger wäre als der Betrag für den Warenausgang und dadurch das einen falschen oder sogar negativen Schlussbestand auswiesen würde. Diese Situation spiegelt jedoch nicht den tatsächlichen Warenbestand im Unternehmen wider. Deshalb werden unterschiedliche Konten geführt, ein Konto für den Wareneinkauf und ein Konto für den Warenverkauf.

Beispiel: Das Warenkonto der Baumarkt KG weist einen Anfangsbestand von 1.000,00 EUR aus. Das Unternehmen kauft Waren für 6.000,00 EUR und verkauft diese gleich wieder im Wert von 17.500,00 EUR. Damit müsste im Haben ein negativer Schlussbestand von –10.500,00 EUR ausgewiesen werden. Der Schlussbestand müsste jedoch weiterhin die vorigen 1.000,00 EUR auswiesen, da diese Waren weiterhin auf Lager sind.

S	Waren		H
AB	1.000,00	Warenverkäufe	
Warenverkäufe zu Einstandspreisen	6.000,00	zu Verkaufspreisen	17.500,00
			–10.500,00
	17.500,00	SB	17.500,00

1.2

Erfassung von Warenbewegungen auf Konten

13

Der Wareneinkauf sichert den Bestand an Waren, die verkauft werden sollen. Deshalb ist jedes Einzelhandelsunternehmen bestrebt, einen Bestand vorrätig zu haben, den es im Laufe des Jahres möglichst verkauft, dann wieder auffüllt und einlagert. Alle Warenbewegungen, also der Wareneinkauf, der Warenverkauf sowie die Warenlagerung werden im Rahmen der Buchführung auf mindestens drei Konten gebucht:

- Bestandskonto: „Warenbestand bzw. Waren“,
- Aufwandskonto: „Aufwendungen für Waren“,
- Ertragskonto: „Umsatzerlöse für Waren“

■ Bestandskonto Warenbestand

Der Wareneinkauf stellt eine Erhöhung des Warenbestandes dar und wird auf das **Konto Warenbestand** gebucht.

Der Schlussbestand des Kontos Warenbestand entspricht immer dem Inventurbestand der Ware. Der Warenbestand, der bei der Inventur ermittelt wird, ist zu Bezugs-/Einstandspreisen zu bewerten. Stimmen Soll-Warenbestand der Buchführung und der ermittelte Ist-Warenbestand bei der Inventur nicht überein, so spricht man von Inventurdifferenz.



■ Aufwands- und Ertragskonto

Während des Einkaufs und Verkaufs von Waren erfolgt im Unternehmen selbst ein Werteverzehr im Sinne des Wareneinsatzes. Auf diese Weise werden die Warenabgänge zwischen der Einlagerung und dem Verkauf in der Buchführung erfasst. Dieser Wareneinsatz wird auf dem **Konto Aufwendungen für Waren** im Soll erfasst.

Beim Wareneinsatz handelt es sich um die Summe verkaufter Waren, bewertet zu Einstandspreisen.

Merke

Formel

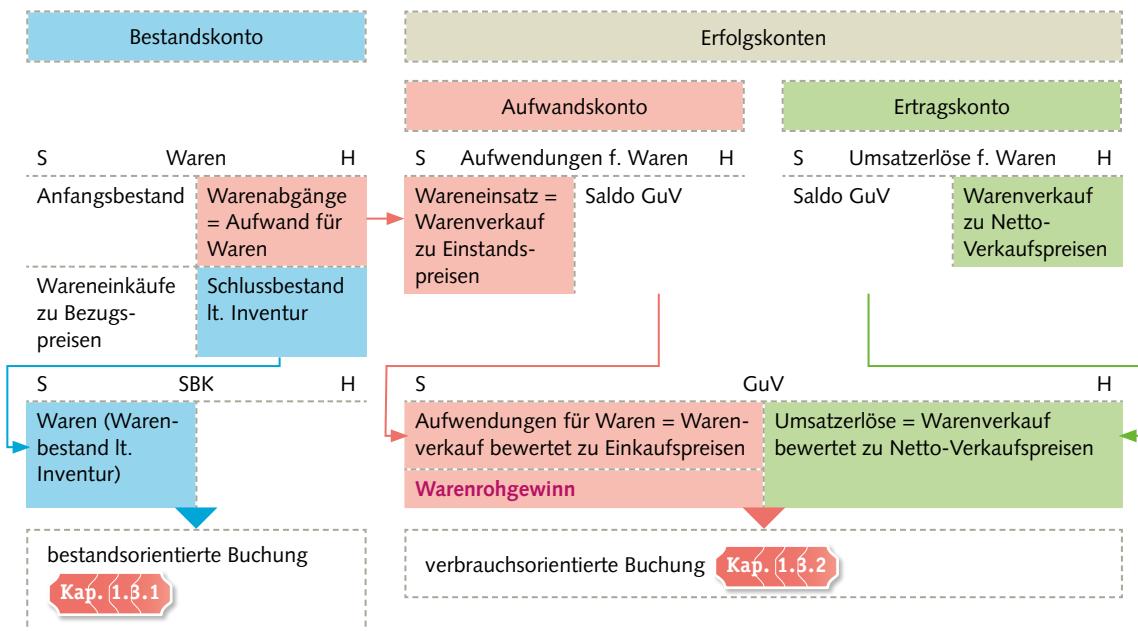
$$\text{Wareneinsatz} = \text{verkaufte Ware} \cdot \text{Bezugs-/Einstandspreis}$$

Der Warenverkauf soll Umsätze erzielen und sichert somit den Weiterbestand des Unternehmens. Zusätzlich erzielt der Unternehmer dabei Gewinne. Der Warenverkauf stellt eine Verringerung des Bestandes dar, die Erlöse werden auf dem **Konto Umsatzerlöse für Waren** im Haben verbucht.

Bei den Buchungen des Warenverkehrs sind somit folgende Bestands- und Erfolgskonten beteiligt.



14



1.3 Buchen des Wareneingangs und Warenausgangs

Der Wareneingang kann mithilfe zweier unterschiedlicher Methoden gebucht werden. Dafür stehen dem Händler die **bestandsorientierte Methode** und die **verbrauchsorientierte Methode** zur Verfügung, auf die im Folgenden eingegangen wird.

Welche der Methoden der Einzelhändler wählt, hängt davon ab, ob er die Ware schnell wiederverkaufen kann oder die Ware längere Zeit im Lager verbleibt. Ein Baumarkt mit einem großen Lager wird seine Bestände aufstocken, um beispielsweise Mengenrabatte auszunutzen oder saisonale Vorratskäufe zu machen. In diesem Fall wird sich das Unternehmen für die bestandsorientierte Methode entscheiden. Ein Lebensmittelhändler, der den Verkaufsraum als Lager nutzt und dessen Waren verderblich sind, wird die verbrauchsorientierte Methode wählen, da die Waren nicht lange im Unternehmen verbleiben sollen.

1.3.1 Bestandsorientierte Buchung

Bei der bestandsorientierten Methode werden alle Wareneinkäufe im Laufe eines Geschäftsjahres auf das Konto Waren (bzw. Warenbestand) gebucht. Diese werden zu Einstandspreisen bewertet und als Lagerbestand behandelt. Gleichzeitig entnimmt der Händler aber auch Waren aus seinem Lager. Die Warenverkäufe können hier nicht erfasst werden, da sie zu Verkaufspreisen bewertet werden. Am Ende des Geschäftsjahres wird der Schlussbestand laut Inventur ermittelt, daraus ergibt sich als Saldo der Warenausbau über das Jahr hinweg. Der Wareneinsatz (= Aufwendungen für Waren) stellt jegliche Warenabgänge (z. B. Verkauf, Verderb, Verlust usw.) im Laufe des Jahres dar. Diese Warenabgänge führen zu Differenzen auf dem Warenkonto und werden auf dem Konto Aufwendungen für Waren erfasst.



© Maksym Yemelyanov – stock.adobe.com

15

Die Warenverkäufe werden auf dem Konto Umsatzerlöse für Waren zu Verkaufspreisen bewertet. Um die Vorgänge buchhalterisch zu erfassen, sind folgende Schritte auszuführen, die anhand eines Beispiels dargestellt werden:

Beispiel: Die Baumarkt KG bestellt im März 160 Pflanzgefäße zu einem Einkaufspreis von 1,80 EUR pro Stück auf Ziel. Bis zum Monat Dezember sind sie bereits zu einem Verkaufspreis von 4,99 EUR verkauft worden. Zu Jahresbeginn ist ein Anfangsbestand von 2.000,00 EUR vorhanden gewesen.

Schritt 1: Buchung beim Wareneinkauf (Bewertung zu Einkaufspreisen)

Wareneinkauf = $160 \text{ Stück} \cdot 1,80 \text{ EUR} = 288,00 \text{ EUR}$

Buchung im Grundbuch:

Buchungssatz		Beträge in EUR	
		Soll	Haben
Waren		288,00	288,00
an Verbindlichkeiten aLL			

Buchung im Hauptbuch:

S	Waren	H	S	Verbindlichkeiten aLL	H
AB	2.000,00			AB	1.300,00
Verb.	288,00			Waren	288,00

Schritt 2: Buchung beim Warenverkauf (Bewertung zu Verkaufspreisen)

Warenverkauf: $160 \text{ Stück} \cdot 4,99 \text{ EUR} = 798,40 \text{ EUR}$

Buchung im Grundbuch:

Buchungssatz		Beträge in EUR	
		Soll	Haben
Kasse		798,40	798,40
an Umsatzerlöse für Waren			

Buchung im Hauptbuch:

S	Kasse	H	S	Umsatzerlöse für Waren	H
AB	830,00			Kasse	798,40
UE	798,40				

Schritt 3: Ermittlung der Aufwendungen für Waren (mathematisch)

Im Laufe des Jahres werden bei der bestandsorientierten Methode keine Warenabgänge im Konto Waren verbucht. Sie ergeben sich am Ende des Jahres als Differenz (= Saldo) aus dem Anfangsbestand und Schlussbestand laut Inventur.

Anfangsbestand der Waren	2.000,00 EUR
+ Zugänge	288,00 EUR
– Schlussbestand laut Inventur	2.000,00 EUR

= Aufwendungen für Waren (= Wareneinsatz) 288,00 EUR
(160 Pflanzgefäß, bewertet zum Einstandspreis; $160 \text{ Stück} \cdot 1,80 \text{ EUR} = 288,00 \text{ EUR}$)

Schritt 4: Abschluss der Konten

Beim Abschluss der Konten am Jahresende wird zunächst das Konto Waren abgeschlossen und der ermittelte Saldo auf das Konto Aufwendungen für Waren übertragen.

Buchung im Grundbuch:

Buchungssatz		Beträge in EUR	
		Soll	Haben
Aufwendungen für Waren an Waren		288,00	288,00

Im Anschluss werden die Erfolgskonten Umsatzerlöse für Waren und Aufwendungen für Waren über das Konto GuV abgeschlossen. Die Differenz der beiden Konten wird als **Warenrohgewinn** oder **Warenrohverlust** bezeichnet.

S	Waren	H	S	Aufwendungen für Waren	H	S	Umsatzerlöse für Waren	H
AB 2.000,00	Saldo		Waren 288,00	Saldo		Saldo		
Verb. 288,00	(AfW)	288,00	SBK 2.000,00	= GuV	288,00	GuV 798,40	Kasse 798,40	
Σ 2.288,00		Σ 2.288,00	Σ 288,00	Σ 288,00	Σ 288,00	Σ 798,40	Σ 798,40	Σ 798,40
S	SBK	H	S	GuV	H	S		
Waren 2.000,00			AfW 288,00	UE 798,40				

Der Warenrohgewinn bzw. Warenrohverlust lässt sich auch mathematisch ermitteln:

Umsatzerlöse durch Warenverkauf (Nettoverkaufserlös)

– Aufwendungen für Waren (= Wareneinsatz)

$= \text{Warenrohgewinn/Warenrohverlust}$

Tipp

Rohgewinn ≠ Rein-gewinn (Gewinn nach Abzug aller weiteren angefallenen Aufwendungen)

Merke

1.3.2 Verbrauchsorientierte Buchung

Bei der verbrauchsorientierten Methode werden die Wareneinkäufe gleich auf das Konto Aufwendungen für Waren gebucht. Auf dem Konto Waren wird das ganze Jahr lediglich der Anfangsbestand abgebildet. Beim Abschluss der Konten wird der Saldo des Kontos Aufwendungen für Waren auf das Konto Waren gebucht. Stimmen die Werte mit der mathematischen Ermittlung nicht überein, dann handelt es sich um Inventurdifferenzen, die beispielsweise durch Diebstahl, fehlerhafte Zählungen oder Verderb von Waren entstehen können.



Schritt 1: Buchung beim Wareneinkauf (Bewertung der Pflanzgefäße zu Einkaufspreisen)

Buchung im Grundbuch:

Buchungssatz	Beträge in EUR	
	Soll	Haben
Aufwendungen für Waren an Verbindlichkeiten aLL	288,00	288,00

18

Buchung im Hauptbuch:

S	Aufwendungen für Waren	H	S	Verbindlichkeiten aLL	H
Verb.	288,00			AB Waren	1.300,00 288,00

Schritt 2: Buchung beim Warenverkauf (Bewertung zu Verkaufspreisen)

Buchung im Grundbuch:

Buchungssatz	Beträge in EUR	
	Soll	Haben
Kasse an Umsatzerlöse für Waren	798,40	798,40

Buchung im Hauptbuch:

S	Kasse	H	S	Umsatzerlöse für Waren	H
AB	830,00			Kasse	798,40

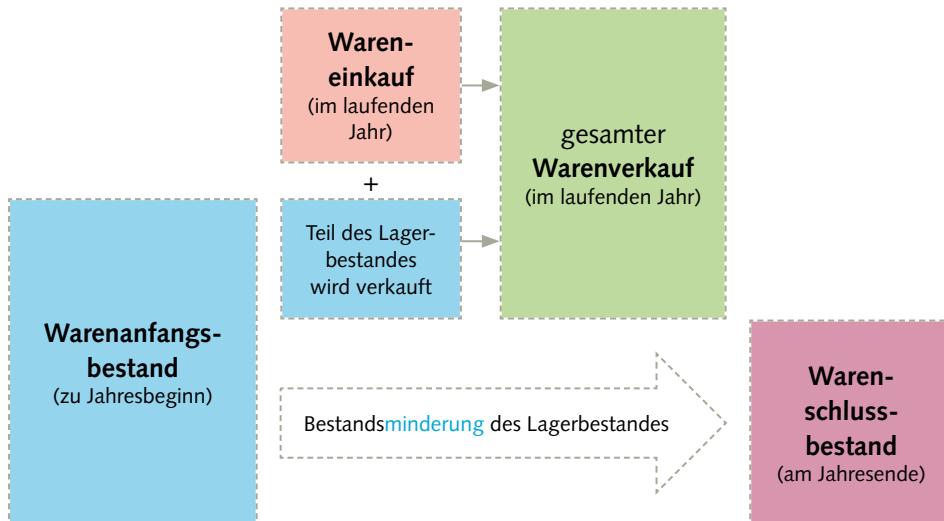
Schritt 3: Abschluss der Konten

Beim Abschluss der Konten am Jahresende wird zunächst das Konto Aufwendungen für Waren abgeschlossen. Anschließend wird der ermittelte Saldo auf dem Konto Waren und in der GuV erfasst. Dabei ist zu beachten, dass der Saldo des Kontos Aufwendungen für Waren sowohl im Haben (= **Bestandsmehrung**) als auch im Soll (= **Bestandsminderung**) stehen kann, dies ist abhängig davon, wie viele Waren im Laufe des Geschäftsjahrs verkauft wurden. Die beiden Alternativen werden im Folgenden dargestellt.



■ Bestandsminderung

Wird innerhalb einer Zeitperiode mehr Ware verkauft, als ursprünglich eingekauft wurde, vermindert sich der Warenausschlusbestand. In diesem Fall liegt eine Bestandsminderung vor.



19

So wirkt sich die **Bestandsminderung** allgemein auf die Buchungen aus:

S	Waren	H	S	Aufwendungen für Waren	H
Anfangsbestand				Wareneinkäufe	Saldo des Kontos „Aufwendungen für Waren“ an GuV
	Aufwendungen für Waren SBK: Endbestand			Warenbestandsminderung	

Beispiel: Die Baumarkt KG hat 200 Akku-Schrauber der Marke „Nikita“ zum Bezugspreis von 20,00 EUR (netto) gekauft. Der Warenanfangsbestand beträgt 250 Stück zum gleichen Preis. Bis Jahresende werden 300 Akku-Schrauber dieser Marke zu 30,00 EUR verkauft. Wie ist diese Bestandsminderung zu buchen?

Anfangsbestand	Endbestand	Bestandsminderung
250 Stück zu 20,00 EUR	150 Stück zu 20,00 EUR	100 Stück zu 20,00 EUR
5.000,00 EUR	3.000,00 EUR	2.000,00 EUR

Kontendarstellung:

S Aufwendungen für Waren H			S Umsatzerlöse für Waren H		
Kasse	4.000,00	GuV	6.000,00	GuV	9.000,00
► Waren	2.000,00			9.000,00	Kasse 9.000,00
	6.000,00		6.000,00		9.000,00
S Waren H			S GuV H		
AB	5.000,00	A.f.W.	2.000,00	Aufw. f. W.	6.000,00
		SBK	3.000,00	Umsatzerlöse	9.000,00
	5.000,00		5.000,00	(Wareneinsatz)	(Nettoverkaufserlöse)
					Rohgewinn 3.000,00

Das Konto Aufwendungen für Waren zeigt, dass zusätzlich zu den Wareneinkäufen (4.000,00 EUR) auch die Entnahme von Waren aus dem Lager als Bestandsminderung von 2.000,00 EUR als Aufwand erfasst wird. Damit ergibt sich ein Wareneinsatz von 6.000,00 EUR. Der Rohgewinn beträgt 3.000,00 EUR.

■ Bestandsmehrung

Wird innerhalb einer Zeitperiode weniger Ware verkauft, als ursprünglich eingekauft wurde, vermehrt sich der Warenbestand. In diesem Fall liegt eine Bestandsmehrung vor.

