

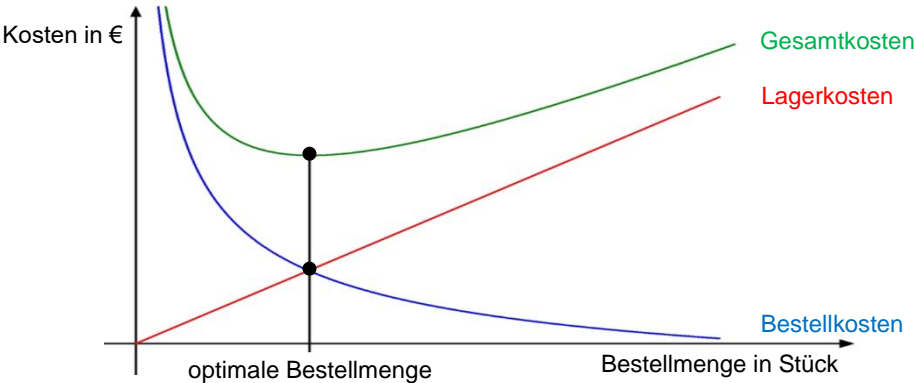
1. Buchungskreislauf

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

2. Einkauf von Werkstoffen und Verkauf von Fertigerzeugnissen

Werkstoffe			
Rohstoffe (= Hauptbestandteile des Fertigerzeugnisses)	Fremdbauteile (= Einbauteile des Fertigerzeugnisses)	Hilfsstoffe (= Nebenbestandteile des Fertigerzeugnisses)	Betriebsstoffe (= nicht Bestandteile des Fertigerzeugnisses)
Holz...	Scharniere...	Schrauben, Nägel, Farbe...	Strom, Gas, Öl, Wasser...
		 <small>Cliparts: http://www.dlker.com</small>	

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

Optimale Bestellmenge	
Bestellkosten Fracht, Versicherung, Zoll, Verpackung ...	Lagerkosten Miete, Energiekosten, Versicherungskosten ...
Zielkonflikt:	
Selten in großen Mengen kaufen: <ul style="list-style-type: none"> niedrige Bestellkosten hohe Lagerkosten 	Häufig in kleinen Mengen kaufen: <ul style="list-style-type: none"> hohe Bestellkosten niedrige Lagerkosten
Lösung → Ermittlung der optimalen Bestellmenge: Bestellkosten = Lagerkosten, d. h. Gesamtkosten am geringsten	
	

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

Kalkulationen	
Einkaufskalkulation	Angebotskalkulation (Verkaufskalkulation)
Listeneinkaufspreis LEP GW ↷	Selbstkostenpreis SKP GW ↷
- Lieferer-Rabatt L-Rabatt	+ Gewinn Gewinn
= Zieleinkaufspreis ZEP GW ↷	= Barverkaufspreis BVP
- Lieferer-Skonto L-Skonto	+ Kunden-Skonto K-Skonto
= Bareinkaufspreis BEP	= Zielverkaufspreis ZVP GW ↷ !
+ Bezugskosten BZK	+ Kunden-Rabatt K-Rabatt
= Einstandspreis EP	= Listenverkaufspreis LVP GW ↷ !

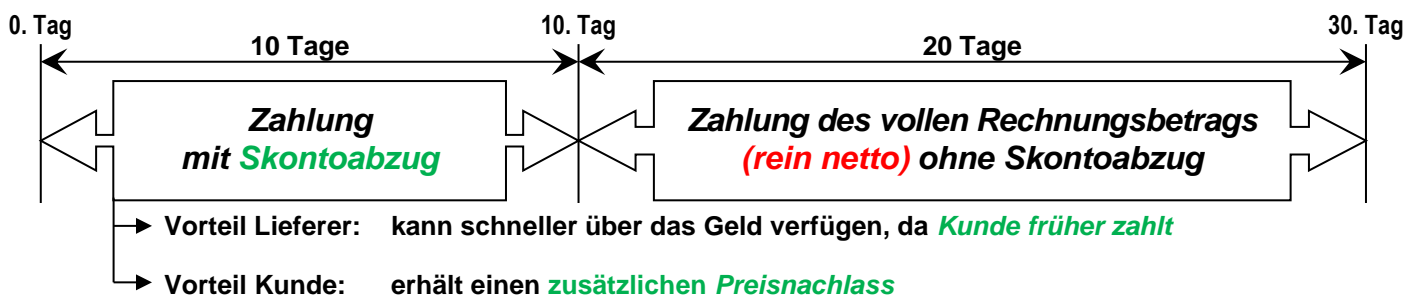
netto-Preise!

<p style="text-align: center;">weitere Kriterien beim Angebotsvergleich:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sitz des Lieferers Lieferzeit Qualität der Ware Zuverlässigkeit und Service des Lieferers 	<p style="text-align: center;">4-Schritt-Methode bei Kalkulationen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Schema hinschreiben (doppelte Prozenspalte) gegebene Beträge + Prozensätze eintragen Grundwerte festlegen Gesuchtes berechnen
--	--

Preiskorrekturen		
Preisnachlässe		Gutschrift nach Rücksendung
sofort gewährt	nachträglich gewährt	
<p style="text-align: center;">Rabatte:</p> <ul style="list-style-type: none"> Treuerabatt (für Stammkunden) Mengenrabatt (bei Kauf großer Stückzahlen) Sonderrabatt (z. B. Jubiläumsrabatt) <p>Zweck: Kundenbindung</p>	<p style="text-align: center;">Skonto</p> <p>= Preisnachlass bei vorzeitiger Zahlung</p>	<p style="text-align: center;">Gutschrift aufgrund von Sachmängeln (keine Rücksendung)</p>
<p>sofort abziehen, keine Buchung!</p>	<p>Korrekturbuchung beim Einkauf: im Nachlasskonto im Haben</p> <p>Korrekturbuchung beim Verkauf: im Erlösberichtigungskonto im Soll</p>	
		<p style="text-align: center;"><u>Gründe:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> beschädigt zu viel falsch <p style="text-align: right; font-size: 2em;">}</p> <p style="text-align: right;">geliefert</p>
		<p>Stornobuchung im Hauptkonto</p>

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

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



3. Marketing

3.1 Marketingziele

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

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

3.2 Marketinginstrumente (Marketing-Mix)

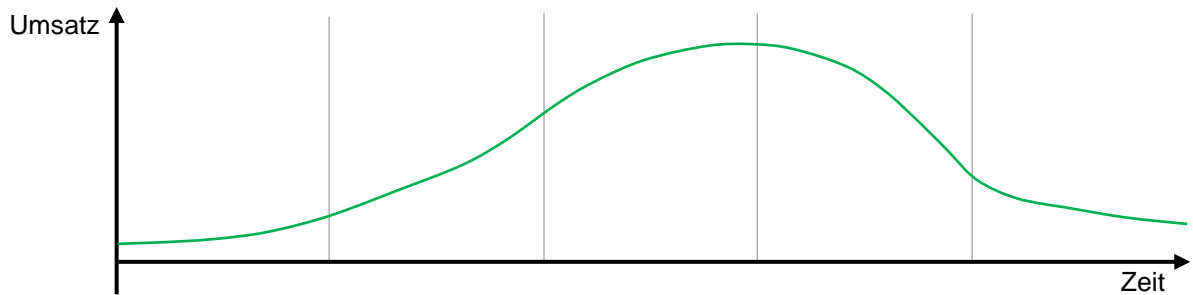
Produktpolitik P roduct	Preispolitik P rice	Kommunikationspolitik P romotion	Vertriebspolitik P lace
Aufgabe:			
Entwicklung neuer, zukunftsfähiger Produkte aufgrund von Kundenwünschen	Ermittlung eines passenden Preises für das Produkt	Bekanntmachung des Produktes	Verkauf des Produktes an einem passenden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

3.3 Produktpolitik

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

Produktlebenszyklus

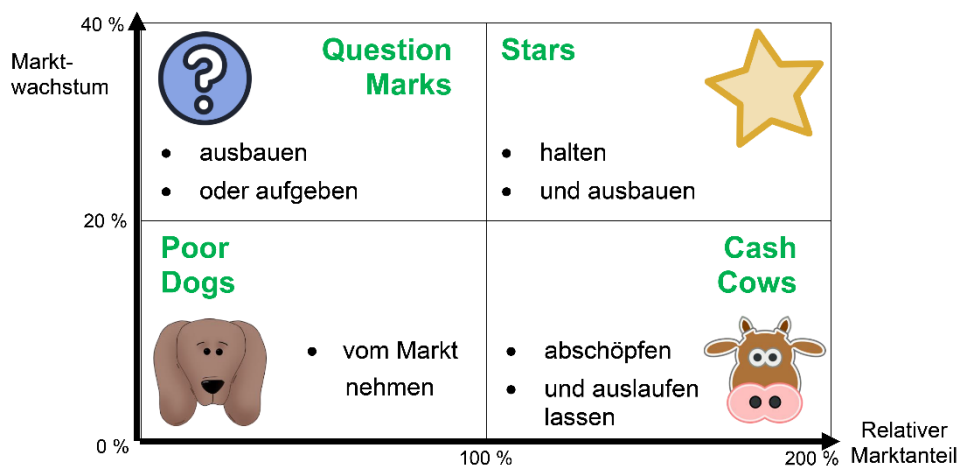
zeigt in welcher Phase sich ein Erzeugnis befindet



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

Portfoliomatrix

ermöglicht strategische Entscheidungen zu den einzelnen Produkten



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

3.4 Preispolitik

Preisdifferenzierung

= das gleiche Produkt wird zu unterschiedlichen Preisen angeboten

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

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

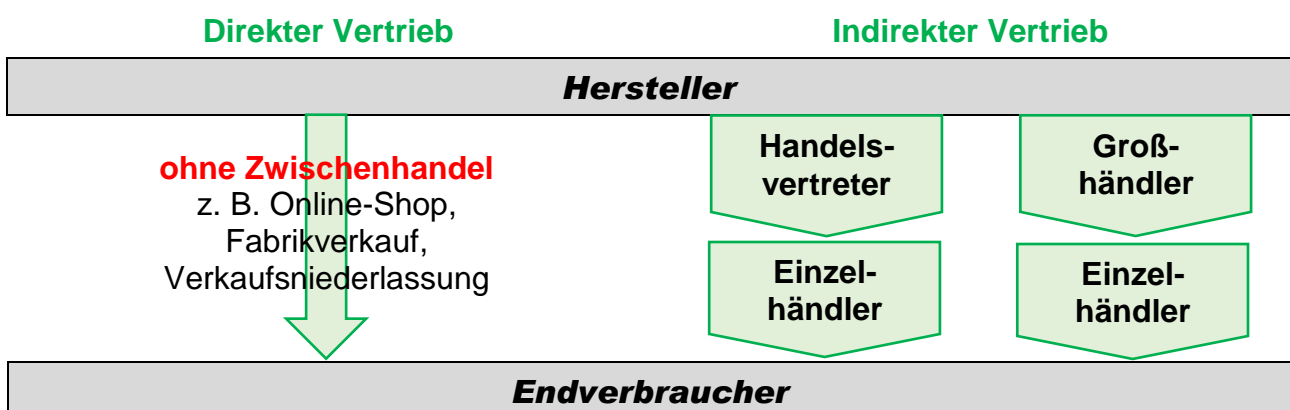
3.5 Kommunikationspolitik

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

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

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

3.6 Vertriebspolitik



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

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

3.7 Aufwendungen im Marketingbereich

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

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

4. Personal

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

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

Unterschiedliche Arbeitsformen		
Normalarbeitsverhältnis	Atypische Beschäftigung	
unbefristete und voll sozialversicherungspflichtige Tätigkeit mit mehr als 20 Wochenarbeitsstunden	Befristete Beschäftigung	
	<ul style="list-style-type: none"> • zeitlich begrenzt • endet mit Fristablauf 	Zeitarbeit <ul style="list-style-type: none"> • zeitlich begrenzt • Arbeitnehmerüberlassung
	Geringfügige Beschäftigung	
	<ul style="list-style-type: none"> • Minijob, 450-Euro-Job • max. 450,00 € Bruttoverdienst 	Teilzeitarbeit <ul style="list-style-type: none"> • unbefristet, voll sozialversicherungspflichtig • max. 20 Wochenarbeitsstunden

Entgeltformen			
Zeitentgelt	Leistungsentgelt		Beteiligungsentgelt
Basis: erbrachte Arbeits <u>zeit</u>	Basis: geleistete Arbeits <u>menge</u>		Basis: erwirtschafteter Gewinn
	Akkordlohn	Prämienlohn	→ zusätzliche Entlohnung
	→ Entlohnung nach Stückzahl	→ Sonderzahlung	

Faktoren, die die Entgelthöhe bestimmen				
Berufserfahrung	Schulabschluss	Verantwortung	Region	Branche
Alter	Qualifikation	Ausbildung	Unternehmensgröße	Geschlecht

Abrechnungsschema Verdienstabrechnung	
Bruttoverdienst	
- Abzüge	(= Steuern u. Sozialversicherungsbeiträge Arbeitnehmer)
= Nettoverdienst	(= Auszahlungsbetrag)

Abzüge Arbeitnehmer	
Steuern	<ul style="list-style-type: none"> • Lohnsteuer abhängig von Bruttolohn und Steuerklasse • Kirchensteuer 8 % der Lohnsteuer (in Bayern)
Sozialversicherungsbeiträge Grundlage: Bruttoverdienst	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitslosenversicherung • Pflegeversicherung • Krankenversicherung • Rentenversicherung <p style="text-align: right;">zunehmender Beitragssatz (Stand: 2021)</p>

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

Wichtige Buchungssätze	
Erfassung des Personalaufwands bei Auszahlung per Banküberweisung:	
6200 LG brutto an 2800 BK netto	
	4830 VFA Steuern
	4840 VSV ① Arbeitnehmeranteil Sozialversicherung
6400 AGASV an 4840 VSV ② Arbeitgeberanteil Sozialversicherung	
Beachte: beide Buchungssätze sind hier erforderlich!	

Banküberweisung der gesamten einbehaltenen Steuern an das Finanzamt:	
4830 VFA an 2800 BK Steuern	

Banküberweisung der gesamten einbehaltenen Sozialversicherungsbeiträge an die SoV-Träger:	
4840 VSV an 2800 BK SoV-Beiträge von Arbeitgeber und Arbeitnehmer ① + ②	

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

5. Unternehmen und Staat

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

Steuerarten			
Steuern als durchlaufende Posten (Durchlaufsteuern) → erfolgsneutral		Betriebliche Steuern (Aufwandssteuern) → erfolgsmindernd	
<ul style="list-style-type: none"> Umsatzsteuer einbehaltene Lohnsteuer der Arbeitnehmer 		Gewerbsteuer: 7000 GWST	
		<ul style="list-style-type: none"> Gemeindesteuer Grundlage: Gewerbeertrag (Ertragssteuer) Hebesatz beeinflusst Standortwahl 	
Berechnung Gewerbesteuer		Grundsteuer: 7020 GRST	
Gewinn aus Gewerbe		90.500,00 €	<ul style="list-style-type: none"> Gemeindesteuer Grundlage: Grundbesitz Grundsteuer A: Vermögen Land-/Forstwirtschaft Grundsteuer B: Privatvermögen oder Betriebsvermögen Hebesatz beeinflusst Standortwahl
– Freibetrag (e. K., OHG, KG)	24.500,00 €	24.500,00 €	
= Maßgebender Gewerbeertrag		66.000,00 €	
* Gewerbesteuerermesszahl	in Deutschland 3,5 %	* 0,035	Kraftfahrzeugsteuer: 7030 KFZST
= Gewerbesteuerermessbetrag		2.310,00 €	
* Hebesatz	in Großostheim 350 %	* 3,50	
= Gewerbesteuer	jährlicher Betrag	8.085,00 €	<ul style="list-style-type: none"> Bundessteuer Höhe abhängig: CO₂-Ausstoß und Hubraum

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

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