

Aufgaben des Betriebs

Private Haushalte und Betriebe als kleinste wirtschaftliche Einheiten, unterteilt nach Konsumtionsbereich "Haushalt" und Produktionsbereich "Betrieb".

Konsumtion setzt die Verfügbarkeit von Gütern / Waren, Geld und Bedürfnissen / Wünschen voraus. Die Wünsche der einzelnen treten wirtschaftlich als "Bedürfnisse" in Erscheinung und werden im Alltag als "Mangel" empfunden. Mit der Intensität des Mangelzustandes korreliert das Interesse der Bedürfnisbefriedigung. Bedürfnisse unterliegen einem Wandel und sind dementsprechend nicht kontinuierlich vorhanden.

Die Kunst heutiger Unternehmen besteht darin, neue Bedürfnisse zu wecken. Es bestehe ein Kreislauf zwischen Bedürfnissen - Konsumtion - Produktion. Während bis Ende der 60er Jahre von einem Verkäufermarkt gesprochen worden sei, spreche man heute von einem Käufermarkt. Grund für diese Unterscheidung liegt in der zunehmenden Produzentenkonkurrenz und einem zunehmenden relativen Überangebot an Waren.

Aufgrund beschränkter Konsumtionsressourcen (Geld) einerseits und dem Charakter der Bedürfnisse andererseits (materielle oder immaterielle) ist die Befriedigbarkeit der Bedürfnisse beschränkt. Hier beginnt eine assoziative Unterscheidung zwischen Grund- und Luxusbedürfnissen. Materielle Bedürfnisse seien auf Güter ausgerichtete Bedürfnisse, die mit Preisen bewertet werden. Immaterielle Wünsche, also solche geistig-kultureller Natur wie: Gesundheit, Geselligkeit, Macht.

Im Zentrum des Unternehmerischen Interesses steht die Gewinnmaximierung. Der Weg dazu vollzieht sich über Bedarfsdeckung der Konsumtionsbedürfnisse.

Schema 1: Betrieb in der Wirtschaft

Definition:

"Der Zweck jeder betrieblichen Tätigkeit besteht darin, Sachgüter und Dienstleistungen zu produzieren, die zur Befriedigung menschlicher Bedürfnisse dienen."

Betriebliche Produktionsfaktoren:

Arbeitskräfte:

- Definition "Arbeit" s.u.

Betriebsmittel:

- Sie sollten dem Unternehmen für einen längeren Zeitraum zur Verfügung stehen
- Gebäude
- Geräte, Maschinerie, Fahrzeuge, Energie, Büro-/Verwaltungsmaterial
- Grundstücke
- Schaufenster
- Betriebs- und Geschäftsausstattung
- Software

Werkstoffe

- (je nach Rolle im Produktionsprozess variabel)
- Rohstoffe (verstanden als die Hauptbestandteile des Produkts)
- Hilfsstoffe (solche sog. Nebenbestandteile für das Erzeugnis, die zur Herstellung des Produktes verwendet werden wie Leim, Säure, Wasser, Katalysatoren usw.)
- Betriebsstoffe: Strom, Öle, Wasser bei Wasserkraftantrieb,

Volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren:

Arbeit

Definition Arbeit

Unter menschlicher Arbeit versteht man den Einsatz der körperlichen und geistigen Fähigkeiten eines Menschen, um die betrieblichen Zwecke zu erreichen.

Begriffsunterscheidung:

- **ausführende Arbeit**
Erledigung der Arbeitsvorgänge (geistig wie körperlich) im Sinne von Ausführen, aber nicht: Anweisungen erteilen
- **Leitende Tätigkeit**
Leitung, Planung, Organisation, Überwachung (Management); unterteilt in unteres, mittleres und Top-Management, wobei das mittlere Management inzwischen zu großen Teilen wegrationalisiert ist.

Boden

- Kapital: umfaßt als die aktive Seite einer Bilanz sowohl Anlage- als auch Umlaufvermögen; zu letzterem zählt: Kassenbestände, Kontobestände usw.; Anlagevermögen ist das in Produktionsmittel umgewandelte Geldkapital. Mit dem Kapital wird die Vermögensseite finanziert. Unter der passiven Seite einer Bilanz werden Kredite, Anleihen, Stundungen usw. gerechnet.
- Wissen

Kombination der Produktionsfaktoren

Die Kombination der Produktionsfaktoren (siehe Schema) fällt unter die Leitungsaufgaben, die von manchen Autoren ebenfalls den betrieblichen Produktionsfaktoren zugeordnet werden.

Die Kombination der Produktionsfaktoren in einem Betrieb vollzieht sich nicht automatisch, sondern auf der Grundlage bewussten menschlichen Handelns: dem **dispositiven Faktor**.

Planung

- **Definition:** "Planung bedeutet die Maßnahmen festzulegen, mit denen ein bestimmtes Ziel erreicht werden soll oder kann".
- Z.B: Welche Produkte sollen hergestellt werden ist Gegenstand eines Produktionsplans. Wie viele Produkte sollen hergestellt und können umgesetzt werden ist Gegenstand eines sog Absatzplanes. Wie viele Mitarbeiter, Maschinen, Material muß in welcher Zeit und für welchen Zeitraum beschafft werden wäre Inhalt eines Personalplans, Investitionsplans, Materialbedarfsplans, Zeitplans. Der Finanzplan entscheidet über den Rahmen der verfügbaren Finanzmittel.

Organisation:

Unter Organisation versteht man die Ordnung der betrieblichen Abläufe. Die vielfältigen Tätigkeiten innerhalb eines Betriebes müssen organisiert werden. Unterschieden wird zwischen

- **Aufbauorganisation:** Wer hat was zu tun? Hier erfolgt die Ordnung der verschiedenen Aufgaben, Befugnisse, Sachmittel der einzelnen Mitarbeiter. Wer führt was aus, kontrolliert und entscheidet (Siehe hierzu Lehrbuch "Industriebetriebslehre", SS 8, 17). Wer führt was aus, kontrolliert, entscheidet.
- **Ablauforganisation:** Wie ist etwas zu tun? Die einzelnen Arbeitsvorgänge sind in ihrem Ablauf vernünftig und rational zu gestalten (Lehrbuch "Industriebetriebslehre", S. 35). Hier sollen Wiederholungen in Arbeitsabläufen oder zu große Lagerbestände vermieden werden. Lagerfläche und Lagerkosten sollen verkleinert werden ("Just in Time Prinzip": Die Werkstoffe haben dann zur Verfügung zu stehen, wenn sie gebraucht werden und nicht früher - Lagerhaltung auf dem LKW auf der Autobahn).

Überwachung

- Die getroffene **Maßnahmenplanung** muss in ihrer Durchführung laufend kontrolliert werden. Dadurch können sowohl Planungs- als auch Produktionsfehler aufgedeckt und vermieden werden. Die Überwachung wird als Teilbereich dem (hier nicht näher behandelten) Bereich **Controlling** zugeordnet.

Leitung

- Die Kunst besteht darin, den Produktionsablauf optimal zu gestalten und die gegebenen Produktionsfaktoren optimal zu nutzen. Zielsetzungen müssen vorgenommen und entsprechende Entscheidungen getroffen werden, was wiederum einer gewissen Kontrolle der zugrundeliegenden Produktionsplanung und -durchführung bedarf.

Zusammenfassend: Der **diskpositive Faktor** leitet, plant, überwacht und organisiert die optimale Kombination der betrieblichen Produktionsfaktoren.

Grundfunktionen des Unternehmens

- Betriebe setzen Produktionsfaktoren ein und stellen neue Erzeugnisse her. Dies vollzieht sich in einem betrieblichen Wertekreislauf: Beschaffung der betrieblichen Produktionsfaktoren und ihre Kombination verursacht Kosten, bevor produziert werden kann, oder anders formuliert:
- **Leistungserstellung** eines Unternehmens durch die Kombination der Produktionsfaktoren.

Im **Produktionsprozeß** werden Arbeitskräfte, Betriebsmittel und Werkstoffe produktiv miteinander verbunden / kombiniert.

Aufgabe der Produktion: Gewinnung von Produktionsstoffen (Bergbau) in dem entsprechenden industriellen Sektor, Herstellung und Bearbeitung von Erzeugnissen in Industrie und Handwerk (Schlosserei, Walzwerk usw.), Ausführung von Diensten durch Dienstleistungsbetriebe, z.B. Speditionen, Banken,

Durch die Produktion werden Güter oder Dienstleistungen verbraucht; die sog. **Einsatzgüter** werden betriebswirtschaftlich auch als "**Input**" bezeichnet. Dieser **Werteverbrauch** erzeugt **Kosten**. Gleichzeitig werden durch den Produktionsprozeß neue Werte: Sachgüter und Dienstleistungen geschaffen, die sog. **Ausbringung** oder der "**Output**". Dieser **Wertezuwachs** wird als **Leistung** bezeichnet (Ausbringung = Output = Wertezuwachs = Leistung).

Den Vorgang, daß aus Gütern niedrigeren Wertes (z.B. Holz) ein Gut höheren Wertes (z.B. ein Möbelstück) entsteht, bezeichnet man als **Wertschöpfung**.

- **Absatz der Produkte** auf dem Markt: unterliegt der Kontrolle durch die (preisliche und qualitätsspezifische) Konkurrenz sowie den Reglementierungen durch staatliche Gesetze via der entsprechenden staatlichen Behörden. Des weiteren gehört zu seinen Voraussetzungen eine Markt- und Bedarfsanalyse.
Vor Aufnahme der Produktion wird eine Marktuntersuchung durchgeführt mit dem Ziel, den tatsächlichen Güterbedarf und die entsprechende Kaufkraft (die Verfügbarkeit an Geldmitteln) zu ermitteln (Marktforschung). Dazu gehört auch die Ermittlung der Populationszusammensetzung nicht nur nach Einkommensverhältnissen, sondern auch nach Interessengruppierung (Jung/Alt, männlich/weiblich usw.) sowie der möglichen Produktgestaltung.
Durch die Erlöse auf dem Absatzmarkt fließen die eingesetzten Geldmittel zurück und können / müssen reinvestiert werden.
- **Finanzierung**: Die entsprechenden Geldeingänge aus den Verkaufserlösen wiederum müssen zur neuerlichen Beschaffung der Produktionsfaktoren.
Durch die Geschäftstätigkeit fließen laufend Geldmittel ab, die jedoch durch die Zahlungen der Kunden wieder hereinkommen. Zwischen Ausgaben und Einnahmen besteht eine gewisse Zeitspanne, die einen Kapitalbedarf erzeugt zur Überbrückung der Zeitspanne zwischen Investitionsbeginn und Investitionsrückfluss aus letztlichem Verkauf des fertigen Produkts auf dem Markt. Der Kapitalbedarf umfasst die Finanzierung der Grund- und Geschäftsausstattung sowie zur Sicherung der notwendig zu vorzuhaltenden betrieblichen Produktionsfaktoren. Bei der Bemessung des Kapitalbedarfs ist eine betriebliche Grundfinanzierung sowie die Finanzierung der laufenden Betriebstätigkeit für die Dauer der Umschlagszeit des investierten Kapitals zu berücksichtigen. Dies erfordert einen Finanzierungsplan z.B. bei der Kreditvergabe für das Startkapital eines Unternehmens.

- **Ziel der Finanzierung** ist also, das finanzielle Gleichgewicht der Unternehmung zu sichern. Dies ist gewährleistet, wenn die Zahlungsfähigkeit (**Liquidität**) des Unternehmens zu jedem Zeitpunkt gegeben ist und keine überschüssigen Finanzierungsmittel vorhanden sind (andernfalls entstehen ggf. unnötige Kosten, z.B. in Form von Zinsen für Kredite).
- Die **Aufgabe der Beschaffungsplanung** besteht darin, die Produktionsfaktoren in der notwendigen Menge und Qualität zur richtigen Zeit und am richtigen Ort bereitzustellen.

Franchising: Ein eigenständiges Unternehmen firmiert gegen Gebühr unter dem Namen eines übergeordneten Unternehmens bei vertraglich festgelegter Absatz- und Umsatzmenge. Der Vorteil des Franchise-Nehmers besteht darin, einen bestehenden Namen und eine bestehende Infrastruktur nutzen zu können.

Einfluß der Wirtschaftsordnung

Grundsätzlich muß das Ziel der Unternehmung klar sein hinsichtlich Art der Leistung, der Finanzierung und der Marktmöglichkeiten. Darauf aufsetzen die Regeln des vorherrschenden Wirtschaftssystems bzw. der dadurch gesetzte Rahmen der Handlungsmöglichkeiten (den es dann voll auszuschöpfen gilt) und Pflichten, die sog. systembezogenen Tatbestände, die nur aus dem herrschenden Wirtschaftssystem zu verstehen sind. Systembezogene Tatbestände bestimmen die Unterschiede zwischen Markt- und Zentralverwaltungswirtschaft.

Marktwirtschaft

Betriebe in der Marktwirtschaft bestimmen ihre Produktionspläne selbständig / autonom. Die Betriebe befinden sich vorwiegend in Privateigentum (i.U. zu staatlichen oder sog. Eigenbetrieben wie BSR, BVG). **Preise** bilden sich frei durch Angebot und Nachfrage. Die Unternehmen müssen sich im **Wettbewerb** am Markt behaupten. Der Möglichkeit der Gewinnerwirtschaftung steht das Risiko des Verlustes gegenüber.

Definition Unternehmen / Autonomieprinzip

"Nur die Betriebe in einer marktwirtschaftlichen Ordnung bezeichnet man als **Unternehmen**. Sie planen und entscheiden selbständig ohne Einfluss staatlicher Stellen, auch als **Autonomieprinzip** bezeichnet. Dabei streben sie nach einem höchstmöglichen **Gewinn** (= **Erwerbswirtschaftliches Prinzip**)"

Gleichzeitig sind durch die soziale Marktwirtschaft Grenzen eingezogen zur Vermeidung sozialer Härten durch die Sozialversicherung und Eindämmung von Machtmissbrauch durch Aspekte der Mitbestimmung. Hier besteht der Unterschied zur freien Marktwirtschaft, die frei von solchen Reglementierungen ist.

Zentralverwaltungswirtschaft

Hier herrscht vorwiegend Staats- oder Volkseigentum mit entsprechender Ausrichtung des Handelns nach staatlicher Anweisung. An Stelle des freien Wettbewerbs sind die Preise staatlich festgelegt und reglementiert.

Definition Zentralverwaltungswirtschaft

"In einer **Zentralverwaltungswirtschaft** wird der gesamte Wirtschaftsprozeß durch eine zentrale Stelle geplant und gesteuert. Hauptziel der betrieblichen Tätigkeit ist die **Planerfüllung**."

nicht systembezogene Tatbestände

Kombinationsfaktoren müssen planvoll eingesetzt werden. Das Prinzip der Wirtschaftlichkeit gilt für beide Systeme, ebenso die Notwendigkeit des Erhalts des finanziellen Gleichgewichts. Umweltschutz obliegt beiden Systemen.

Das Zusammenwirken der Betriebe

Leistungsprozeß einer Volkswirtschaft

Die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern wird wahrgenommen durch die vielfältigen Betriebe einer Volkswirtschaft. Die Güterversorgung vollzieht sich arbeitsteilig: Unter **Arbeitsteilung** versteht man die Aufteilung der gesamten Güterproduktion unter die Betriebe einer Volkswirtschaft.

Die Betriebe sind bestrebt, die Produktion von Gütern zu steigern, ihre Qualität zu verbessern und die Kosten zu senken. Dies führt zu einer starken Arbeitsteilung durch Spezialisierung und erfordert ein immer besseres Zusammenwirken der Betriebe.

Aufgrund seiner Spezialisierung erfüllt der einzelne Betrieb nur eine bestimmte (volkswirtschaftliche) Teilaufgabe innerhalb einer Produktionskette. An Anfang dieser Kette steht die sog. **Urproduktion ("primärer Bereich")**: z.B. den Anbau von Baumwolle als Produktionsgrundstoff. Von dort gelangen die Rohstoffe zu den **Betrieben der Weiterverarbeitung** sowie Dienstleistungsbetriebe wie Großhändler und Finanzdienstleister (über Kreditvergabe z.B. zum Ankauf von Produkten), die die **Konsumreife** näherbringen. **Konsumgüterherstellung** steht am Ende der Produktionskette zum Markt hin. Dabei sind die verschiedenen Betriebe einer Produktionskette nicht auch tatsächlich aneinandergereiht. Jeder Betrieb liegt vielmehr im Schnittpunkt einer Reihe von Tauschbeziehungen, deren Anzahl von verschiedenen Faktoren abhängt. Betriebe der Weiterverarbeitung und Konsumgüterproduktion bezeichnet man auch als "**Erzeugungsbetriebe**" oder "**sekundärer Bereich**".

Definition

"Der volkswirtschaftliche Leistungsprozeß beginnt bei Naturvorkommen (Mineralien, Tiere, Pflanzen) oder Naturkräften (Wind, Wasser, Sonne) und findet sein Ende im menschlichen Konsum."

"In einer arbeitsteiligen Volkswirtschaft kann ein Betrieb nur in dauerndem Zusammenwirken mit anderen Unternehmen existieren und seine Aufgaben erfüllen."

Arten von Betrieben

Einteilung nach der Art der Leistung

Unterschieden werden bei den Gütern zur Deckung des menschlichen Bedarfs sog. **Sachgüter** und **Dienstleistungen**.

Sachleistungsbetriebe stellen Produktions- und Konsumgüter her. Produktionsgüter werden auch **Investitionsgüter** genannt. Darunter versteht man solche, die zur Herstellung anderer Güter eingesetzt und von den entsprechenden Betrieben (z.B. der Konsumgüterproduktion) gekauft werden (z.B. Werkzeugmaschinen wie Drehbänke zur Herstellung von Kurbelwellen). Diese dienen **mittelbar** der Konsumgüterproduktion bzw.. der durch diese gewährleisteten Bedarfsdeckung. Hier wäre auch die Agrarwirtschaft einzuordnen.

Konsumgüterbetriebe werden mit Investitionsgütern hergestellt und dienen **unmittelbar** der Bedürfnisbefriedigung (Nahrungsmittel, Motorräder usw.).

Dienstleistungsbetriebe stellen Dienste für alle Wirtschaftsbereiche bereit (z.B. Transport von Gütern, Überweisung von Geldbeträgen, Übermittlung von Nachrichten und Informationen). Dienstleistungen unterscheiden sich von Sachgütern dadurch, daß Produktion und Konsum gleichzeitig stattfinden; aber sie sind nicht lagerfähig, nicht transportierbar und nicht übertragbar.

Die Dienstleistungsbetriebe werden auch als "**tertiärer Bereich**" bezeichnet.

Nach dem Einsatz der Produktionsfaktoren

Im allgemeinen dominiert in einem Betrieb einer der folgenden Faktoren:

Arbeitsintensive Betriebe

- relativ hoher Einsatz menschlicher Arbeitskraft als wichtigster Produktionsfaktor
- Der Anteil der Lohnkosten gemessen an den Gesamtproduktionskosten fällt entsprechend hoch aus.

Anlageintensive Betriebe

- Es handelt sich hier um sog. kapitalintensive Betriebe Hier werden z.B. hochmechanisierte Geräte eingesetzt.
- Der Anteil des Anlagevermögens gemessen am Gesamtvermögen (= Anlagevermögen + Umlaufvermögen) fällt entsprechend hoch aus: er liegt hier über 60%.

Materialintensive Betriebe

- Der Anteil der Materialkosten gemessen an den Gesamtproduktionskosten fällt entsprechend hoch aus. (Z.B Roh- und Betriebsstoffe wie in der Schokoladenindustrie, Stahlindustrie).

energieintensive Betriebe

- Der Anteil der Energiekosten gemessen an den Gesamtproduktionskosten fällt entsprechend hoch aus.

Nach den Wirtschaftszweigen

Industrie

- Industrie gewinnt Rohstoffe und Energie und stellt Produkte zur Weiterverarbeitung bereit; unterschieden wird zwischen Grundstoffindustrie (Bergbau), Investitionsgüterindustrie (Maschinen- und Fahrzeugbau, elektrotechnische Industrie), Konsumgüterindustrie.
- "Industriebetriebe erfordern einen großen Kapitaleinsatz da die Produktion durch Maschinen mechanisiert ist und zunehmend durch sich selbst steuernde Anlagen automatisiert wird."
- "Kennzeichnend ist ferner die weitgehende Zerlegung der Arbeitsvorgänge in Teilvorgänge (innerbetriebliche Arbeitsteilung) bei großer Belegschaft und einer gut ausgebauten kaufmännischen Organisation."

Handwerk

- Handwerksbetriebe sind i.d.R. als kleine und mittelständische Betriebe kleiner als Industriebetriebe. Sie produzieren auf Bestellung und setzen ihre Produkte unmittelbar an den Verbraucher ab (direkter Absatz). Handwerkszweige:
- Waren produzierendes Handwerk: Bauhandwerk, Metall- und Textilverarbeitung, Bäcker;
- reparierendes Handwerk: Schuhmacher, Autowerkstatt, Installateur;
- Dienstleistungshandwerk: Wäscherei, Softwarehersteller, Friseur,

Handel und Verkehr

- Handelsunternehmen unternehmen den Austausch von Gütern. Sie lassen sich unterteilen in: =>
- **Einzelhandel:** Verkauf kleinerer Bedarfsmengen an Endverbraucher (direkt, unmittelbar), Beratung des Verbrauchers;
- **Großhandel:** Beratung findet nicht statt! Verkauf großer Warenmengen an einen Wiederverkäufer, Großverbraucher oder Produzenten (indirekt mittelbar). Bsp.; Fruchthof,
- **Außenhandel:** Güteraustausch mit anderen Volkswirtschaften, Warenim- und -export, Transithandel.
- **Verkehrsbetriebe:** befördern Güter und Personen und Nachrichten durch "Überwindung von Raum"
 - ⇒ "Der Handel verteilt die Güter, hält Vorräte, überbrückt die Zeitspanne zwischen Gütererzeugung und -bedarf, erschließt neue Märkte und berät die Kunden."

Banken und Versicherungen

- Banken: besorgen den Zahlungsverkehr, vermitteln Kredite, sammeln Kapital (Kapitalsammelstelle), führen Wertpapiergeschäfte durch
- Versicherungsbetriebe: Übernahme von Risiko-Absicherung unabwendbarer Gefahren; Schadensdeckungen (Feuer-Risiko);

Wohin mit der **Agrarwirtschaft**? Es besteht das Problem, daß sich die Agrarwirtschaft in keinem der vorgegebenen Wirtschaftszweige einordnen läßt.

Unterteilung der Betriebe nach Bereichen

primärer Bereich

- die sog Urproduktion: Rohstoffgewinnung wie Land-, Forst- und Fischwirtschaft, Bergbau, Öl- und Gasgewinnung

sekundärer Bereich

- Betriebe zur Be- und Verarbeitung von Rohstoffen in Handwerks- und Industriebetrieben, die sog."Erzeugungsbetriebe";

tertiärer Bereich

- Dienstleistungssektor: Handelsbetriebe, Banken

quartärer Bereich

- Unternehmen im Informations- und Telekommunikationsbereich

Zu Arten der Betriebe

Arten der Leistung zu Dienstleistung

- Einteilung nach dem Austausch von Informationen per Computer
- Wissen austauschen
- Intranet, Local Area Network
- Internet
- E- Commerce z.B. BOL, Online Shop's
- Die Macht der Verbraucher wächst
- Marktgrenzen verschwimmen
- Der Wettbewerb wird beschleunigt
- Rückmeldungen erfolgen schnell

=> E- Commerce ist nur eine neu Form des Wirtschaftens E- Commerce wird auch die Gesellschaft und die Politik verändern!

Rechtliche Rahmenbedingungen

Regelung der Tauschbeziehungen

=> Die Gesetze zur Regelung des Wirtschaftsverkehrs betreffen vor allem die Tauschbeziehungen auf den Märkten und die Rechtsformen der Unternehmen.

- **Prinzip der Vertragsfreiheit** ist ein grundsätzliches Prinzip
 - **Abschlussfreiheit** man kann den Vertragspartner frei wählen
 - **Inhaltsfreiheit** Inhalt kann von den Vertragspartner selbst ausgehandelt werden (darf aber nicht gegen Gesetze verstoßen)
 - **Formfreiheit** außer Notarielle Unterschriften bei Erbschaften, Grundstückkauf

Vertragsrecht die Bestimmungen über den Abschluss von Verträgen und die Übertragung von Eigentum stehen im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB).
Die Sonderregeln für Kaufleute sind im Handels Gesetz Buch (HGB).

Rechtsformen der Unternehmungen

Festlegung wer Geschäfte abschließen darf

⇒ Gesellschaftsunternehmungen entstehen durch den Vertraglichen Zusammenschluss von 2 oder mehr Personen je nachdem ob die Gesellschafter den Gläubigern gegenüber persönlich haften unterscheidet man Personen und Kapitalgesellschaften !

Gesellschaftsunternehmungen

- Haftung der Gläubiger unbeschränkt mit Privat und Geschäftskapital.

Einzelunternehmen

- Werden von einer Person geführt Haftung mit Eigenkapital und Geschäftsvermögen

GmbH

- hier Haften die Gläubiger nur mit Geschäftskapital

Aktiengesellschaft

- hier werden die Geschäfte vom Vorstand geführt aber für Schulden der AG haftet

KG

- Komplementär – ist der Vollhafter
Kommanditisten - Teilhafter

Ziele der Betriebe

Erhaltung und Vergrößerung des Marktanteils, Kundenpflege, Wachstum, Prestige
Erzielung von Gewinn!

Der Gewinn ist die Differenz zwischen dem Ertrag und dem Aufwand eines Geschäftsjahres.

- Wenn **Ertrag** > als der Aufwand dann Gewinn
- Wenn **Aufwand** > als Ertrag dann Verlust
- **Ertrag** ist der in Geldeinheiten ausgedrückte Wertzuwachs
z.B. Käuferträge, Zinserträge
- **Aufwand** ist der in Geldeinheiten ausgedrückte Wertverzehr oder Verbrauch.
z.B. Löhne, Abschreibungen, Materialverbrauch
- **Stückgewinn** ist der Erfolg der aus einem Einzelumsatz erzielt wird

Erwerbswirtschaftliches Prinzip

- ist typisch für alle Betriebe die sich im Privateigentum befinden und sich im Wettbewerb am Markt behaupten müssen.
- Existenz ist auf Dauer nur gesichert wenn sie mehr werte machen als verbrauchen
- Durch kostengünstige Produktion und optimalen Absatz kann das Gewinnmaximum erreicht werden

Angemessenheits- Prinzip

Gilt für alle Betriebe die in Folge ihrer Gemeinnützigen Aufgabenstellung oder nach ihrer Satzung nicht in erster Linie auf Gewinnerzielung ausgerichtet sind sondern darauf in bestimmten Bereichen den Bedarf optimal zu decken.

z.B. Öffentliche Unternehmen

Einzelwirtschaftlich strebt ein Unternehmen nach Gewinn um seine Existenz zu sichern.

- Zinsen
- Finanzierungsmittel für Modernisierung und Erweiterung des Betriebes
-

Gesamtwirtschaftlich hat es die Aufgabe den Güterbedarf bestmöglich zu decken.

- Preisbildung nach Angebot und Nachfrage

Wettbewerb

- ist der am Markt bei freier Preisbildung lenkt die Produktionsfaktoren die Bereiche Produktivster Verwendung in denen Produziert wird was von den Konsumenten nachgefragt wird. = sogenannte **Steuerungsfunktion**
- Der Wettbewerb zwingt die Unternehmer durch Kostengünstige Produktion und Technischen Neuerungen ihre Marktposition zu verteidigen im Inland und Ausland. = sogenannte **Antriebsfunktion** der Technische fortschritt wird stark gefördert
- Die im Wettbewerb erreichte und vom Markt im Preis Vergütete Leistung ist der Maßstab für die Erzielung von Gewinn und Einkommen = sogenannte **Verteilungsfunktion**

Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit

Durch ein Bedarfsgerechtes Fertigungsprogramm bzw. Sortiment günstige Preise, Konditionen und eine erfolgreiche Werbung kann der Markt gehalten und ausgebaut werden

Kapitalmarkt

- Ein unternehmen findet nur dann Geldgeber wenn es die Markgerechte Verzinsung des Kapitals gewährleistet und auch die Sicherheit bietet dass das angelegte Kapital nicht verloren geht.

Arbeitsmarkt

Unternehmenskultur

- Corporate Identity = wie sich ein Unternehmen nach innen (gegenüber den Mitarbeitern) und nach außen (gegenüber der Öffentlichkeit) darstellt.
 - Einheitliches Verhalten (Gleizeit, Weiterbildungen, Belohnungen)
 - Einheitliche Kommunikation (Markenzeichen, Werbeslogan, Kundennähe)
 - Einheitliches Erscheinungsbild (Milka, Aldi)
- ⇒ Eine tragfähige Unverwechselbarkeit CI sichert den Unternehmen überzeugte Auftritte beim Kunden und motiviert die Mitarbeiter (wir Gefühl).
- ⇒ CI ist ein wichtiger Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit

Streben nach Wirtschaftlichkeit

Ökonomisches Prinzip ist das Grundprinzip rationalen Handelns

Rationalprinzip

- ist das Prinzip der Wirtschaftlichkeit dieses stellt sich dar in **maximal** und **minimal** Prinzip

Maximalprinzip

- ein Betrieb will mit gegebenen Mittel (Produktionsfaktoren) eine höchst mögliche Leistung (Güterproduktion) erzielen

Minimalprinzip

- ein Betrieb will eine bestimmte Leistung mit dem geringst möglichen Mitteleinsatz erzielen

Messgrößen des Wirtschaftlichen Handelns = Wirtschaftliche Kennzahlen

Rentabilität

- Wird ermittelt in dem man den in einem Jahr erwirtschafteten Gewinn zum durchschnittlichen eingesetzten Kapital in Beziehung setzt
- = Gewinn / Kapitaleinsatz * 100
- ist die wichtigste Messgröße um die Ertragskraft des Unternehmen zu beurteilen. (für Kapitalgeber)
 - eine **Rentabilitätsziffer** von 10 % Sagt das sich das eingesetzte Kapital zu 10 % verzinst hat
 - ein hoher positiver wert ist ein Zeichen für die starke Wachstumskraft einer Unternehmung

Wirtschaftlichkeit

- misst das Verhältnis von Leistungen zu kosten einer abgelaufenen Geschäfts Periode
- Leistung und Kosten werden in Geld bewertet Wertrelation
 - = Leistungen / Kosten

Beispiel:

- Netto erlöse einer Unternehmung betragen in 2 Jahren je 8 Millionen €, an kosten vielen im Jahr 1 7400000 € und im Jahr 2 7100000 €
- 1 Jahr $8000000 \text{ €} / 7400000 \text{ €} =$
- 2 Jahr $8000000 \text{ €} / 7100000 \text{ €} =$

Die Kennzahl steigt wenn eine Bestimmte Leistung mit geringeren Kosten erzielt wird.

Die **Wirtschaftlichkeit** bringt das bestreben des Betriebes zum Ausdruck eine, eine verlangte Leistung mit möglichst geringen kosten (**minimal** Prinzip) bzw. mit gegebenen Kosten eine möglichst große Leistung (**maximal** Prinzip) zu erbringen.

Arbeitsproduktivität

- bezeichnet die Leistung von Produktions- oder Arbeitseinheiten
- erfasst die Beziehungen zwischen dem Ergebnis eines Produktionsprozesses (Stück, Kg) und den Mengen der eingesetzten Faktorleistungen (Arbeitszeit, Maschinenstunden,
- Sie misst die Ergiebigkeit der im Produktionsprozess genutzten Faktoren
 - = Produktionsergebnis / Arbeitseinsatz

Zusammenfassung der Messgrößen
Diese Messgrößen dienen Vergleichs und Kontrollzwecken !

Leistungserstellung

- Im Rahmen des Betrieblichen Leistungsprozesses tritt jeder Betrieb als Nachfrager auf dem Beschaffungsmarkt und als Anbieter auf den Absatzmarkt auf.
- Auf dem **Beschaffungsmarkt** werden Betriebsmittel und Rohstoffe, Werkstoffe die für die nötig sind eingekauft (**Materialwirtschaft**)
- Auf dem **Absatzmarkt** werden die fertigen Erzeugnisse verkauft (**Absatzwirtschaft**)
- Dazwischen liegt die Herstellung von Sachgütern und Dienstleistungen (**Produktionswirtschaft**)

Im Handel liegt zwischen der Beschaffung der Waren und dem Absatz die Lagerung der Waren und die Sortimentsgestaltung

Material und Warenwirtschaft

Hat im Rahmen der Material Logistik folgende Aufgaben

- Einkauf der erforderlichen Werkstoffe und Betriebsmittel bzw. Waren (**Beschaffung**)
- Lagerung der gekauften Materialien bzw. Waren (**Lagerhaltung**)
- Überwachung der Lagerbestände und Lagerkosten (**Lagerkontrolle**)
- Die Handhabung aller Vorgänge im Lager und beim Transport (**Materielhändling**)

Einkauf/ Beschaffung

- hier beginnt das Unternehmerische Risiko z.B. Preis
- und um die eigene Konkurrenzfähigkeit zu verbessern

Aufgaben des Einkaufs

- Hat für die Produktion bzw. für den Verkauf die Notwendigen Materialien und sonstigen Gütern bereitzustellen.
- Dabei auf günstige Einstandspreise, bestmögliche Eignung, benötigte Menge und Termingerechten Eingang zu achten.

Informationen für Einkaufsentscheidung

- Stellt sich dar als **Bedarfs-** und **Angebots-** Informationen

Bedarfsinformationen

- Vor Einkauf muss für Produktion der Bedarf an Rohstoffen, Betriebsmitteln erfasst werden (**Bedarfsplan** aufstellen)

Bedarfsplan

- enthält die benötigten Stoffe gegliedert nach Art, Menge, Qualität und Einsatzzeitraum
- ist nicht starr da er sich den Veränderungen anpassen muss

Angebotsinformation

- der Einkauf hat den Bedarf zu erfüllen
- vor Bestellung nach Wirtschaftlichen Gesichtspunkten das günstigste Angebot zu nutzen
- Bezugsquellendatei (Konditionen, Preise, Anbieter usw.)

Weitere Hilfsmaterialien zur Verbesserung der Angebotsinformationen

Bezugsquellenverzeichnisse für Angebote

- z.B. Wer Liefert Was , ABC der Deutschen Wirtschaft, Branchenverzeichnis, Anzeigen in Zeitungen und Fachzeitschriften, Internet, Markt- Börsen- Wirtschafts- und Vertreterberichte
- besuch von Messen und Ausstellungen

⇒ **Der Einkauf** wird seine Aufgabe, Materialien von bestmöglicher Eignung und Günstigen Preisen Termingerecht zu beschaffen, nur erfüllen wenn er über den Betriebsablauf, über sie Absatzziele und über die Angebotssituation umfassend informiert ist.

Lagerhaltung

Gleicht Spannungen zwischen Erzeugung und Verbrauch aus

- Rohstoffvorräte um Schwierigkeiten bei der Beschaffung die Produktion stören
- Fertigerzeugnisse und Handelswaren werden oft auf Vorrat gehalten um Nachfrageschwankungen vom Absatzmarkt abzufangen
- Bezogene Fertigteile und Zwischenprodukte werden Vorrätig gehalten um einen reibungslosen Ablauf in der Produktion zu sichern

=> Die **Lagerhaltung** dient:

- der Produktionsbereitschaft
- der Lieferbereitschaft
- der Überbrückung von Engpässen zwischen den Produktionsstufen

Lagerüberwachung und Lagersteuerung

Für die Kontrolle der Lagerbestände dienen bestimmte Lagerkennzahlen (**Entscheidungshilfen**)

Ziel der Lagersteuerung ist Lagerkosten möglichst niedrig zu halten

Neben den Personal und Sachkosten entstehen im Lager Kosten da Vorräte Kapital binden (**Totes Kapital**) da es keine Zinsen bringt also nicht arbeitet.

Die Lagerbestände an Vorräten sollen so gering wie Möglich gehalten werden damit Kapital freigesetzt wird das einer anderen Verwendung zugeführt werden kann.

Lagerkosten

- Personalkosten
- Sachkosten
- Kosten der Kapitalsbindung
- Transportkosten
- Versicherungen

Je kürzer die Lagerdauer desto niedriger sind die Lagerkosten und desto höher ist der Liquiditätsgrad der Vorräte.

Sicherungsbestand

- Ist der Bestand für unvorhergesehene

Meldebestand

- Signalisiert den Zeitpunkt der Bestellung

Höchstbestand

- Wird nach Eingang der bestellten Menge erreicht

Optimale Bestellmenge

- Ist die angestrebte Menge bei der die Kosten des Einkaufs und der Lagerung am geringsten sind

Steuerungssystem (CWWS = Computergesteuertes Warenwirtschaftssystem)

1. Wie viel wurde geliefert
2. Wie viel wurde verkauft
3. Wie viel ist vorhanden

⇒ Das **CWWS** liefert zu jedem Artikel genaue Informationen dadurch können alle Warenbewegungen im Einkauf im Lager und im Verkauf gesteuert und überwacht werden

Produktionswirtschaft

Herstellung von Sachgütern und Bereitstellung von Dienstleistungen

Fertigungsverfahren

- Klar muss sein die Menge der zu erzeugenden gleichartigen Produkte
- Die durch die Anordnung der Betriebsmittel und Arbeitsplätze bedingte Art der Organisation der Fertigung

Fertigungsverfahren

- Ist die Organisatorisch technische Durchführung der Leistungserstellung
 - ⇒ durch neue Produktionsverfahren (Prozessinnovation) muss stets versucht werden kostengünstigere Güter herzustellen

Fertigungstypen

Nach der Anzahl der jeweils hergestellten gleichartigen Produkte unterscheidet man:

- **Einzelfertigung** = Produktionsablauf wird auf die Herstellung eines einzelnen Produkts ausgerichtet
 - ⇒ bei Einzelfertigung ist jedes Produkt ein Einzelauftrag er stellt ein individuelles Erzeugnis da das keinem anderem Erzeugnis gleicht
- **Serienfertigung** = wird mehrfach angefertigt (Mehrfachfertigung)
 - ⇒ Werden Kundenaufträge für das gleiche Erzeugnis zusammengefasst und in einer mehr oder mindergroßen Zahl (Serie) hintereinander oder nebeneinander Ausgeführt
 - Erzeugnisse sind sehr unterschiedlich

- **Sortenfertigung**
 - ⇒ Produkte der Sortenfertigung eines Betriebes sind in der Herstellung und in der Verwendung von Rohstoffen sehr eng verwandt
 - Stellt verschiedene Spielarten des selben Grunderzeugnisses her z.B. Brauereien,
 - Erzeugnisse sind nicht so unterschiedlich für jede Serie werden andere Prozesse nötig
- **Massenfertigung**
 - ⇒ völlig gleichartige Erzeugnisse werden in großen Mengen für einen anonymen Markt und für unbegrenzte Zeit hergestellt
 - **Einfache Massenproduktion** = stets ein gleichartiges Produkt z.B. Eier
 - **Mehrfache Massenproduktion** = Weiterentwicklung der Sorten und der Serien Fertigung z.B. Zigaretten, Lebensmittel

Organisationstypen

- **Werkstattfertigung**
 - ⇒ Werden überwiegend gleichartige oder ähnliche Maschinen und Arbeitsplätze in einer Werkstatt zusammengefasst z.B. Herstellung von Spielwaren, Werkzeugmaschinen
 - Für Einzelfertigung und Serienfertigung
 - Anpassungsfähigkeit an den Markt

Gruppenfertigung (Inselfertigung)

- ⇒ werden Unterschiedliche Maschinen und unterschiedliche Arbeitsplätze in der Atmosphäre einer kleinen Werkstatt (**Fertigungsinsel**) zusammengefasst da alle Arbeitsgeräte im Kreis angeordnet sind

Fließfertigung

- ⇒ Maschinen sind und Arbeitsplätze in der Reihenfolge der Fertigung angeordnet und die Arbeitskräfte werden an einem Transportband mit genau festgelegten Zeiten für den Arbeitstakt eingesetzt
- ⇒ Voraussetzungen sind :
 - Konstantes Produktionsprogramm
 - Weitgehendste Arbeitsteilung
 - Genaue Arbeitsvorbereitung

Vollautomatische Fertigung

- ⇒ Besteht aus einer geschlossenen elektronisch gesteuerten Fertigungsstraße vom Rohstoff bis zum Fertigerzeugnis
 - In der Produktion werden keine Arbeitskräfte gebraucht
 - Für hohe Stückzahlen

Fertigungsprogramm

Produktfeld

- ⇒ Legt langfristig den Bereich (Branche) (Branchenzweig) fest in dem ein Betrieb tätig wird
 - ⇒ Vor der Gründung einer Unternehmung müssen sich Gründer entscheiden welche Branche
 - ⇒ Kosten und Finanzierung
 - ⇒ Standort
- **Diversifikation** = erschließen neuer Produktfelder z.B. Autohersteller stellen auch Fahrräder her

Programmbreite

Gibt Auskunft ob viele oder wenige Produktarten ins Produktionsprogramm aufgenommen werden sollen

Breites Fertigungsprogramm

⇒ Herstellung von vielen verschiedenen Sachen

Enges Fertigungsprogramm

⇒ Wenige Produkt Arten (Sorten)

Programmtiefe

⇒ Wenn in einem Industriebetrieb mehrere Fertigungsstufen zusammengefasst sind

Kostensenkung durch schlanke Produktion

Leanproduktion = Schlanke Produktion = allen Ressourcen (Kapital, Waren, Zeit) weniger eingesetzt werden

Kosten nach Art der Entstehung

- **Kapitalkosten**
 - Abschreibungen, Gebäude, Stoffkosten, Material
- **Fremdleistungskosten**
 - Miete, Telefon, Versicherung
- **Personalkosten**
 - Löhne, Gehälter, Sozialabgaben
- **Kosten der menschlichen**
 - Gesellschaft Steuern, Abgaben, Gebühren

Schlank => heißt wenig Personal wenig Produktionsfläche geringe Investitionen kleiner Lagerbestand und kurze Entwicklungszeiten

Kosten nach dem Abhängigkeitsgrad

- Zwischen der Produktionsmenge (Beschäftigungsgrad) und den gesamten Kosten eines Betriebes besteht ein enger Zusammenhang
- **Unabhängig von der Beschäftigung bleiben die Kosten gleich hoch (Fixkosten)**
 - z.B. KFZ Versicherung, Grundgebühren
- **Kosten die erst anfallen wenn die Produktion beginnt von der Produktion abhängig (Variablen Kosten)**
Steigen und fallen mit der hergestellten Menge
z.B. Benzinkosten, Gesprächsgebühren

Fixe Kosten bleiben bei zunehmender oder abnehmender Beschäftigung (Kapazitätsausnutzung) gleich

Variable Kosten erhöhen sich wenn die Produktion steigt und fallen wenn die Produktion zurück geht
Erhöht sich der Beschäftigungsgrad (Ausnutzung der Kapazität) dann steigen die Gesamtkosten aber Fixkosten bleiben gleich

Computerintegrierte Fertigung (CIM)

Computer übernimmt die Fertigung zu Rationalisierung

CIM Bausteine

- CAD Programme (Konstruieren)
- CAE Ingenieurechnik
- CAM Computergestützte Fertigung
- CAP Arbeitsvorbereitung und Planungsprogramm
- CAQ Qualitätssicherung
- PPS Produktionsplanung und Steuerungsprogramm

Markt und Preis

Markt

- Jeden Ort an dem Güter und Dienstleistungen angeboten und nachgefragt werden
- Setzt das Zusammentreffen von kaufkräftiger Nachfrage und lieferfähigem Angebot voraus
- Hier findet der Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage statt
- Ist der Ort an dem sich als Ergebnis des Marktgeschehens ein Preis bildet

Aufteilung der Märkte

- **Unterscheidung nach der Güterart**
 - Gütermärkte
 - Sachgütermarkt und Gütermarkt
 - Faktormärkte
 - Arbeitsmarkt und Kapitalmarkt
- **Unterscheidung nach Organisationsgrad**
 - Organisierte Märkte die an Ort und Zeit gebunden
 - Nicht Organisierte Märkte an Ort und Zeit gebunden
- **Unterscheidung nach Zugangsmöglichkeiten**
 - Offener Markt jede Person kann an diesem Markt teilnehmen
 - Geschlossener Markt Zugang nur unter bestimmten Bedingungen
- **Unterscheidung nach Vollkommenheit**
 - Vollkommender Markt ist nur Utopie es müsste alles vorhanden sein
 - Unvollkommender Markt fehlen eine oder mehrere Bedingungen des Vollkommenen Marktes sind heute existent da auf allen Konsumgütermärkten z.B. Werbung durch **Präferenzen** geschaffen werden dies sind unterschiedliche Wertschätzungen

Marktformen => Kennzeichnet die Struktur und die Eigenschaften des Marktes

- **Polypol** viele Anbieter viele Nachfrager (atomistisch)
- **Oligopol** wenige Anbieter oder Nachfrager
- **Monopol** ein Nachfrager oder Anbieter

Preis

Preisstrategien

- **Unvollkommenen Polypol** entstehen von Preisklassen in denen der Polypolist einen Gewinnmaximierenden Preis festsetzen kann.
- Preisbildung im **Oligopol** der Oligopolist tut die Preise unter die Profitgrenze bis Konkurrenz pleite ist oder man selbst
- **Preisabsprache** vereinzelte Preise unter den Anbietern abgesprochen (Gesetzeswidrig = Frühstückskartelle)
- Preisbildung im **Monopol**
Diktiert den Preis auf dem Markt
 - ⇒ Bei einem Gleichgewichtspreis entspricht die Angebotene Menge an Produkten der Menge der Nachgefragten Produkte. (Einheitspreis)

Funktionen

- ⇒ **Lenkungsfunktion**
- ⇒ **Ausgleichsfunktion**
- ⇒ **Ausschaltungsfunktion** der Marktpreis schaltet den Teil der Nachfrage aus der nicht bereit ist den Marktpreis zu zahlen, außerdem werden diejenigen Anbieter die wegen überhöhten Kosten zu hohe Preise verlangen aus dem Markt verdrängt.

Leistungsverwertung

Absatzplanung

- ⇒ Absatz ist die Menge der verkauften Güter
- ⇒ Wird je nach Art des Produkts in Mengeneinheiten gemessen
- ⇒ Der Umsatz ist dagegen der Wert dieser Güter in Geldeinheiten

Marketing

- Absatz planmäßig vorbereiten und durchführen
- Denken vom Markt her und bedeutet ein Unternehmen vom Absatz her zu führen ferner den Absatz planmäßig vorzubereiten durchzuführen und zu sichern
- Zum Marketing gehört auch neu Märkte zu erschließen und vorhandene Märkte zu erweitern

Käufermarkt

- Das Angebot ist größer als die Nachfrage (Angebotsüberhang)
- Käufer besitzt eine Starke Position

Der Erfolg eines Unternehmens hängt heute weniger von der Fähigkeit ab die Produktion Rationell zu gestalten und zu Leiten sondern viel mehr davon lohnende Absatzmärkte zu finden und sich auf diese Märkte und ihre Veränderungen einzustellen (kundennahe Produktion und Dienstleistungen)

Marketingdaten:

Hier gilt zu eruieren, welche Absatzchancen ein Produkt besitzt. Ein wirkungsvolles Marketing setzt genaue Kenntnisse über die Marktverhältnisse und die Absatzmärkte voraus. Deshalb ist Marktanalyse zu betreiben, umfassend:

- die Konkurrenzsituation und -struktur: produziert sie billiger? Hat sie bessere Arbeitsorganisation
- **Preisanalyse,**
- **Marktanteile,**
- **Verwenderkreis / Konsumenten-Analyse:** Größe und Kaufkraft der Bevölkerung in einer Region, soziale Stellung der Käufer,
- **Standortanalyse:** Welche konkreten Interessenten-/Konsumentengruppen sind vor Ort vorhanden (Handwerker, Jugendliche, Kinder
- **Bedarfsstruktur erkunden,**
- **Absatzgebiet und Absatzweg** Beschränkung auf den nationalen oder Ausweitung auf den internationalen Markt, EU-weit oder weltweit
- arbeitet man mit eigenen Vertretern oder mit selbständigen Handelsvertretern
- **Unternehmenssituation** Sie ist ausschlaggebend dafür, ob das Unternehmen aufgrund seiner Größe und Struktur überhaupt noch in der Lage ist, die angestrebte Marketingpolitik zu verwirklichen.
- **Produktprofil** Bei der Entwicklung eines neuen Produkts sowie bei der Produktgestaltung sollte dem Produkt ein einzigartiges Profil gegeben werden, damit es sich von anderen Produkten abhebt und sich dem Kunden einprägt
- **Bekanntheitsgrad** des Produkts Ist weitere Werbung / Öffentlichkeitsarbeit erforderlich
- **Unternehmensprofil** gibt es eigene Informationszentren oder sind diese notwendig? Empfiehlt sich eine Werbung via Betriebsbesichtigung
- **Rahmenbedingungen**
 - allgemeine wirtschaftliche und politische Lage, regionale Situation und Lohnstruktur, steuerliche Aspekte, Fördermittel,
 - Konjunkturschwankungen, saisonale Schwankungen, Modeveränderungen;
 - Stand und Fortschritt der Technik, Know How, Beherrschung bestimmter Technologien;
 - konsequente Kundenorientierung: nicht nur der Vertrieb hat Kunden, sondern jeder Mitarbeiter im Betrieb (bewußtseinsmäßig), denn jeder Mitarbeiter lebt vom Kunden: Arbeit ist immer Arbeit für andere

Der Schlüssel zum Markterfolg ist natürlich für jedes Unternehmen die Innovation: Ohne Innovation kein Erfolg! Dies umfasst vor allem die Bereitschaft, neue Wege zu beschreiten und neue Verfahren anzuwenden, neue Anregungen aufzunehmen. Die Unternehmenssituation ist eingebettet in die Marketingdaten.

Erforderlich zur Einschätzung der **Erfolgssituation** eines Unternehmens ist das Augenmerk auf Kostenstruktur, Gewinnsituation, Marktanteile, Imagepflege des Unternehmens.

Ebenso wichtig ist die Betrachtung der vorhandenen **Bedingungen:**

- wie ist die bisherige, die aktuelle Marktsituation
- bisherige Marketingorganisation
- Ausstattung mit Eigenkapital
- Fragen des Kreditspielraums und der eigenen Liquidität

Zusammenfassend vier Grundaspekte der Marketingdaten:

- Marktverhältnisse
- Unternehmenssituation
- Produktprofil
- Rahmenbedingungen

Einordnung der Marketingziele

"Im Rahmen der Absatzplanung ergeben sich die Ziele des Marketings aus der allgemeinen Zielstellung des Unternehmens. Grundsätzlich strebt zunächst jede Unternehmung einen angemessenen Gewinn an. Darüber hinaus können auch andere Zielvorstellungen wie Wachstum, Marktmacht, Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit, soziale Verantwortung, Umweltschutz berücksichtigt bzw. verfolgt werden. Die Marketingziele sind natürlich der Gesamtzielstellung des Unternehmens unterzuordnen."

An dieser Stelle wurden noch einmal die vier Marketingziele aufgelistet:

- Auffinden neuer Märkte
- Ausweitung vorhandener Märkte
- Vergrößerung des Marktanteils
- Rahmenbedingungen
- sowie:
 - Ersatz von umweltschädlichen durch umweltfreundliche Produkte (einigungs-, Putz- und Waschmittel; Pfandflaschensystem)

Marketinginstrumente

Zur Durchsetzung / Umsetzung seiner Marketingziele benötigt ein Unternehmen die geeigneten Marketinginstrumente. Hierzu gehören:

Produktpolitik

Das Produkt soll sich durch die Aufmachung und Qualität von den Produkten der Konkurrenz positiv unterscheiden. Im Bereich des Handels geht es immer wieder um die Gestaltung des Sortiments, des Angebots von Dienstleistungen bis hin zur Wareneinstellung und -rücknahme, Service, Geschenkverpackung.

Der Absatz verursacht kaum Probleme, wenn der Bedarf groß und nur wenig Konkurrenz vorhanden ist. Dies ist jedoch keine typische Situation in einer Wettbewerbswirtschaft. Hier muß jeder Unternehmer sich bemühen, seine Kunden zu halten und neue hinzu zu gewinnen. Deshalb müssen Produkte feilgeboten werden, die den Wünschen der Kunden gerecht werden. "Die Produktpolitik des Herstellers entscheidet über die Qualität, Technik, Form, Farbe und sonstige Ausstattung eines Produktes. Der Handel stellt die Artikel zu einem Sortiment zusammen, das dem Kunden entspricht."

Kommunikationspolitik

Die Absatzwerbung, aber auch Verkaufsförderung und die Öffentlichkeitsarbeit sollen das Produkt und die Firma bekanntmachen (Public Relation Work) und den Kunden zum Kauf anregen.

Preispolitik

Der Anbieter beeinflusst den Preis, um den Absatz zu fördern. Dies geschieht durch Differenzierung des Verkaufspreises, durch besondere Preismaßnahmen wie Rabatte, Preisempfehlungen, Liefer- und Zahlungsbedingungen.

Distributionspolitik

Die Wahl von marktgerechten Absatzwegen wie Lieferung frei Haus, Großhandel, Einzelhandel, eigene Niederlassungen oder Verkauf durch Reisende und Vertreter hängt davon ab, ob das Produkt mehr oder weniger nahe an den Abnehmer gebracht werden muß.

Marketingmix

Marketingmix-Politik hat die Aufgabe, planvoll aufeinander abgestimmte Entscheidungen zu treffen, die dazu beitragen, durch Kombination der Marketinginstrumente die Marketingziele zu verwirklichen. Hierzu gehört verstärkter Einsatz von Provisions-, Preis- oder Servicepolitik mit dem Ziel, den Umsatz zu erhöhen: in diesem Zusammenhang spricht man von der sog. >Push-Strategie<. Das Marketingmix eines Unternehmens wird maßgeblich durch die Maßnahmen der Konkurrenz mit beeinflusst (Preis, Werbung, Produktqualität, Handelsvertreter oder Reisender). Auch die Marketingorganisation hängt stark von der Unternehmensgröße und -struktur ab, z.B. Aufteilung in Marktforschung (Primär- und Sekundärforschung), Produktplanung, Werbung (Inlands- / Auslandswerbung), Absatzplanung, Absatzdurchführung, Verkaufsanbahnung, Versand, Absatzkontrolle jeweils als eigene, selbständige Abteilungen oder in einigen wenigen Abteilungen zusammengefaßt, z.T. vielleicht sogar mit normalen Verwaltungsabteilungen.

Marktforschung

Sekundärforschung

"Für die laufenden Entscheidungen, die im Betrieb des Absatzes zu treffen sind, ist eine genaue Information der Gegebenheiten auf dem Markt notwendig. Die Marktuntersuchung hat die Aufgabe, die erforderlichen Daten für die Beurteilung der Marktsituation bereitzustellen." Da es sich hier immer auch um einen Kostenfaktor handelt, haben kleine Unternehmen es hier schwerer, Kapazitäten zu investieren und handeln hier eher sporadisch oder in einer Art **Markterkundung** i.U. zur **Markterforschung** großer Unternehmen.

Markterkundung: hierzu zählt z.B. bereits das Führen von Kundengesprächen, Vertreterbesuche, die Auswertung von Branchenmitteilungen, Besuch von Ausstellungen und Messen. "Markterkundung wird erst dadurch zur Marktforschung, wenn man diese systematisch und unter Einsatz wissenschaftlicher Methoden betreibt."

"Marktforschung": ist die systematische Untersuchung eines bestimmten Absatzmarktes mit wissenschaftlichen Methoden, um Informationen für absatzpolitische Entscheidungen zu schaffen.

Verfahren der Informationsbeschaffung: Bei der Beschaffung von Informationen über den Absatzmarkt wird man versuchen, statistisches Material aus dem eigenen Betrieb, diversen Veröffentlichungen statistischer Ämter, Preislisten, Kataloge, Presseberichte, Mitteilungen von Kammern und Verbänden sowie Marktforschungsinstituten zu verwenden. Da es sich hier um die Auswertung bereits vorhandener Materialien handelt, spricht man hier von Sekundärforschung.

Primärforschung

Reichen die Informationen der Sekundärforschung nicht aus, müssen diese durch eigene Untersuchungen ergänzt werden, die entweder selbständig oder als Auftrag vergeben an ein Marktforschungsinstitut durchgeführt werden. Hier spricht man von **Primärforschung**.

Ein **Mittel der Primärforschung** ist

- die repräsentative Umfrage, durchgeführt per Telefon, aber auch über persönliche Interviews, wobei nicht nur der Interviewer, sondern gelegentlich auch noch der Interviewte bezahlt oder gratifiziert werden muß.
- Fragebogenaktionen
- Ad-hoc-Untersuchungen, verstanden als einmalige Untersuchung.
- Longitudinalstudien
- Panel-Erhebungen: Fortlaufende Erhebung zum gleichen Gegenstand mit der gleichen Stichprobe
- demoskopische Marktforschung (Demoskopie): erfolgt mittels persönlicher Befragung und Beobachtung, um das Verhalten der Marktteilnehmer zu erforschen, z.B.: Wie oft wird ein bestimmtes Geschäft von welcher bestimmten Kundenklientel besucht.

Darüber wird deutlich, daß die Primärforschung kostenintensiver als die Sekundärforschung ist. Die Primärforschung wird auch als Feldforschung bezeichnet.

Zusammenfassend:

"Beide Verfahren dienen

- der Tatsachenforschung: Welcher Kundenkreis kommt in Frage? Wo wird eingekauft?
- der Meinungsforschung: Wie beurteilt der Kunde eine bestimmte Ware?
- der Motivforschung: Wodurch wird die Kaufentscheidung des Kunden beeinflusst?

Verfahren der Marktuntersuchung

Zur Erforschung des Absatzmarktes bieten sich verschiedene Mittel an, Aussagen für die zukünftige Marktentwicklung zu erhalten.

Marktprognose: Hierunter versteht man die Prognose über die zukünftige Marktentwicklung. Für die Beurteilung des Marktes müssen Daten erhoben bzw. gewonnen werden über die primäre und sekundäre Marktforschung.

Marktanalyse: verstanden als einmaliger Akt, zu einem bestimmten Zeitpunkt durchgeführt, liefert ein einmaliges Augenblicksbild über die augenblickliche Marktsituation, den tatsächlichen Absatz bereit eingeführter Produkte oder neu einzuführender Produkte. Weitere Mittel: Experiment, Testmarkt (vor Einführung eines neuen Produktes)

Marktbeobachtung: Hierunter versteht man einen ständigen Prozeß, eine Zeit-Raum-Beobachtung der Bedarfsschwankungen, z.B. infolge sich verändernder Konjunktur, politischer oder anderer Gegebenheiten wie Mode, Wetter usw. Hierzu gehört auch die Ermittlung wichtiger Daten des Absatzes wie Preise, eigene und Produktgestaltung der Konkurrenz. Auf dieser Grundlage wird eine Prognose erstellt über zukünftige Entwicklungen des Marktes, die **Marktprognose**.

Marktprognose

Die Marktprognose selbst ist die Grundlage der eigenen Absatzplanung sowie des zu erwartenden und zu planenden **Lebenszyklus** der eigenen Produkte. Sie beruft sich auf:

- **Trendberechnungen:** der Fortschreibung der bisherigen Entwicklung in die Zukunft unter Ausschaltung von Zufall, Saison und Konjunktur
- **Entwicklung zusammenhängender Daten** wie Geburtenentwicklung und Bedarf.

Lebenszyklus der Produkte:

- **Einführung:** Aufstieg, Höhepunkt, Reife, Sättigung, Abstieg; "Der Lebensweg eines Produktes drückt sich aus im Erfolg, den das Produkt in seiner begrenzten Lebenszeit zu erwarten hat. Beginnend mit der Produkteinführung am Markt (hier ist Umsatzanstieg zu verzeichnen) erstrecken sich die weiteren Phasen des Zyklus über Absatzwachstum bis hin zur Produktreife und Produktsättigung und der anschließenden Degeneration, dem Absatzabstieg.
- **Produkteinführung am Markt:** ein Produkt wird am Markt eingeführt, wirft aber noch nicht unbedingt auch schon Gewinn ab
- **Wachstumsphase:** zum Wachstum führen können Veränderungen im vorhandenen Produkt (Produktvariation) führen, einhergehend mit Gewinn.
- **Reife:** Produktdifferenzierung durch Aufnahme neuer, zusätzlicher Produkte zu den vorhandenen aufnehmen
- **Sättigung:** neue, andere Produkte müssen in das Programm aufgenommen werden (Produktdiversifikation)
- **Abstiegsphase:** Produkte müssen aus dem Programm herausgenommen werden, die sog. Produktelimination

Ziel der Marktanalyse

Ziel der Marktanalyse ist die Ermittlung des konsumtiven und produktiven Bedarfs. Der **Bedarf** ist der Teil der Bedürfnisse, der mit Kaufkraft ausgestattet ist und auf dem Markt als Nachfrage auftritt. Die vorhandene und zukünftige Nachfrage ist entscheidend für den Absatz.

Konsumtiver Bedarf (der privaten Haushalte): Der Betrieb muß feststellen Einzeldaten über potentielle Abnehmer: Hobbys, Berufs- und Einkommensgruppierung, Geschlecht, Alter, Körpergröße, Familienstand, Anzahl der Kinder; Ersparnisbildung;

produktiver Bedarf der Betriebe: Betriebsmittel, Einrichtungen, Anlagen, Maschinen, Werkstoffe usw.; der produktive Bedarf ist im Wesentlichen abhängig vom Umsatzverlauf und der Lebenszeit der Produkte; die Bedarfsanalyse gibt hier Auskunft über die benötigten, o.g. Ingredienzen des produktiven Bedarfs.

Produktpolitik**Produktgestaltung****Produktaufmachung****Aufmachungselemente**

Der Käufer ist zuweilen bereit, für die besondere Aufmachung oder Ausstattung einen höheren Preis zu bezahlen (Autokauf mit Sonderausstattung, Weinflasche mit besonderem Aufdruck).

Bei der Produktion muß bedacht werden die Verwendbarkeit, die Beschaffenheit, der Preis und das Erscheinungsbild des Produktes, das die Nachfrage des Produktes beim Konsumenten beeinflusst.

"Das äußere Erscheinungsbild des Produkts soll v.a. durch Material, Form, Farbe das Interesse für das Produkt wecken. Es soll verwendungs- und leistungsfähig sein und dies auch zum Ausdruck bringen. Leitmotiv der Designer: Die Form folgt der Funktion. Die häufige Veränderung der Produktaufmachung führt zu schnellerem Veralten, das aber wiederum den Absatz fördert.

Produkthaftung:

Der Hersteller haftet nach dem Produkthaftungsgesetz unabhängig vom Verschulden für Schäden, die durch die Benutzung des Produkts verursacht werden infolge Produkt-, Verarbeitungs-, Informations- und Kontrollfehler.

Aufgaben

Produktgestaltung gehört zu den Aufgabenbereichen, die von Produktion und Handel zu erfüllen sind. Am Beispiel: Büromaschinen sollten funktionieren, handlich in der Bedienung, transportfähig und reparaturfreundlich und von ansprechender Gestaltung sein. Die Produktaufmachung soll dazu beitragen, den Absatz zu erhöhen. Sie umfaßt die Gestaltung von Form, Größe, Beschriftung, Layout Gewicht, Material, Verpackung, Griffigkeit, Duftnote usw.

Verpackung

Verpackung hat eine besondere Funktion zu erfüllen. Während sie ursprünglich zum Schutz der Ware vor Transport- und Lagerschäden konzipiert war, dient sie heute verstärkt der Präsentation und Kundenmotivation. Hier wird unterschieden nach

- **Aufmachungsverpackung** und
- **Versandverpackung.**
- **Wortmarke:** Bsp.: Selter
- **Bildmarke:** Bsp.: Der Stern vom Daimler
- **Zahlmarke:** Bsp.: "4711" Kölnisch Wasser

Produktinnovation

In der Produktpolitik spielt die Innovation eine große Rolle. Damit sollen wirtschaftliche Stagnation vermieden und künftige Märkte erschlossen werden. Sie ist erfolgreich, wenn sie den Empfänger / Kunden entsprechende Vorteile bringt. Die Einführung neuer Produkte erfolgt in mehreren Phasen, an deren Anfang die Idee steht. Die verschiedenen Produktideen bedürfen der Überprüfung und Bewertung hinsichtlich ihrer Eignung und Realisierbarkeit. dies erfordert auch eine Marktanalyse hinsichtlich des möglichen Bedarfs nach einer Produktinnovation. Der gesamte Prozeß von der Idee über ihre Prüfung bis hin zur Realisierung und Vermarktung wird auch als **Produktinnovationsmanagement** bezeichnet. Die Offenheit des Unternehmens gegenüber Innovationen wird als **Innovationsbereitschaft** bezeichnet.

Sortimentsgestaltung

Bei der Sortimentsgestaltung handelt es sich um eine geschickte Zusammenstellung einzelner Artikel innerhalb eines Verkaufsprogramms, die die Absatzchancen aller Artikel fördern. Hier spielen **Sortimentbreite** (Vielzahl der Warengruppen), **Sortimenttiefe** (umfassende Auswahl) und **Sortimentzusammensetzung** (Material- bzw, bedarfsorientiert) eine Rolle.

Zusatzleistungen

Zur Sicherung der Wettbewerbsposition bietet das Unternehmen neben dem eigentlichen Produkt als sog, **Kernleistung** noch weitere **Zusatzleistungen**. Alleine die Zusatzleistungen können im Wettbewerb ausschlaggebend sein für den Verkauf des Produktes.

"Durch zusätzliche kaufmännische und technische Nebenleistungen, die meist mit dem Kauf in keinem unmittelbaren Zusammenhang stehen, sollen Käufer als Stammkunden gewonnen werden. Eine gut funktionierende Servicepolitik kann entscheiden sein für ein Unternehmen. Von einer gut funktionierenden Servicepolitik geht eine werbende Wirkung für das gesamte Unternehmen aus." Nachteile: Hoher Zeitaufwand und kostenintensiv.

Kommunikationspolitik

Kommunikationspolitik

- ⇒ Werden die kommunikationspolitischen Instrumente Absatzwerbung, Verkaufsförderung (Promotion) Öffentlichkeitsarbeit (PR) zusammengefasst
- ⇒ Verkauf unmittelbar am Verbrauch sollen die Produkte den Kunden nahe gebracht werden (Häppchen an der Wursttheke)

Absatzwerbung

- ⇒ Nimmt einen gezielten Einfluss auf die Kaufentscheidungen des Kunden, soll mittelbar durch geeignete Werbeträger und Werbemittel die Kunden an die Produkte heran führen um sie anzuregen nach einem Produkt nachzufragen und dieses zu kaufen.
- **Einführungswerbung** (neues Produkt auf den Markt bringen)
- **Expansionswerbung** (Ausbau)
- **Erhaltungswerbung** (Sicherung des Absatzes)
- **Reduktionswerbung** (Verlagerung von Verkaufsprogrammen)

Werbung nach Zahl der Werbenden

- **Einzelwerbung** (Werbung eines bestimmten Herstellers)
- **Sammelwerbung** (Mehrere Unternehmen schließen sich zusammen)
- **Gemeinschaftswerbung** (nur die Leistung tritt in Erscheinung nicht der Werbende z.B. Die Milch macht's)

Werbung nach der Beabsichtigten Wirkung

- **Informationswerbung** (Sachliche Argumente Käufer zu gewinnen)
- **Suggestivwerbung** (Triebe und versteckte Gefühle sollen freigesetzt werden, Leitbildwerbung)

Werbe Planung

- ⇒ Grundlage sind die Werbe Ziele die sich aus den Marketing Zielen ergeben
- ⇒ Enthält alle Mittel und Maßnahmen die zur Verwirklichung des Werbezels notwendig sind

Werbe Durchführung

⇒ Unternehmen führen diese selbst durch oder Angergieren eine Werbefirma

- **Grundsätze**

- Werbe Inhalt muss klar, eindeutig, sachlich, leicht verständlich, wahr, originell

AIDA Formel

⇒ **A**ntention

⇒ **I**nterist

⇒ **D**esiere

⇒ **A**ktion

- **Methoden zur Messung des Umsatzerfolges**

⇒ Bestellung unter Bezugnahme auf das Werbemittel

⇒ Befragung der Käufer (wo haben sie die Werbung gesehen)

⇒ Gebietsverkaufstests (Werbung auf einem Test Markts)

Volkswirtschaftliche Bedeutung der Werbung

⇒ Werbung erfüllt Informationsfunktionen (Existenz von Produkten, neu Produkt Vorstellung)

⇒ Funktion zur Beeinflussung des Verbrauchers, Bildung von Präferenzen
Differenzierung von Konkurrenz (Beeinflussungswerbung)

Verkaufsförderung = Sales Promotion

⇒ Wird unmittelbar am Ort des Verkaufs der Absatz beeinflusst

⇒ Soll eigene Verkaufsorganisation verbessern

⇒ Verbraucher Informieren und beraten

⇒ Persönlicher Verkauf

Außendienst Promotion

Sind Maßnahmen ,die die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter im Außendienst durch Schulung und Unterstützung verbessern soll

⇒ Zur Förderung des Verkaufs werden Mitarbeiter im Außendienst eingesetzt

⇒ Der Reisende ist Angestellter

⇒ Der Vertreter ist Freiberufler

Händler Promotion

Sind Maßnahmen die die Leistungsfähigkeit des Groß- und Einzelhandels durch Information und Beratung verbessern sollen. Hat die Aufgabe die Produkte in die Regale und Lager der Händler zu bringen (Hineinverkauf)

- ⇒ Motivation zur Steigerung des Umsatzes durch
- ⇒ Händler Preisausschreiben
- ⇒ Schaufenster Wettbewerb
- ⇒ Verkäufertraining

Verbraucher Promotion

Sind Maßnahmen die dem Kunden durch besondere Dienste und Aktionen die Produkte nahe bringen und begehrenswert machen sollen.

Nicht nur auf Händler sondern auch Unmittelbare Einflussnahme des Verbrauchers durch diverse Anleitungen den Verbrauch des Produktes erleichtert

- Sachgerechte Verwendung des Produktes (Bedienungsanleitung)
- Sonderpreisaktionen bis hin zum anbieten von Großpackungen
- Probeverteilungen (Parfum)

PR

Unter PR versteht man alle Bemühungen die auf das Ansehen und Vertrauen eines Unternehmens als ganzes gerichtet sind, um die Wirkung der Werbung und der Verkaufsförderung zu verstärken.

Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

- Tag der Offenen Tür
- Jubiläumsfeiern
- Film Vorführungen
- Reportagen (Presse)
- Kundenzeitschriften
- Gründung von Stiftungen
- Freizeitveranstaltungen
- Sponsoring von Sportvereinen usw.

Unlautere Werbung (UWG)

Wenn sich Unternehmen mit Unfähren Werbemethoden Vorteile gegenüber Ihren Mitbewerbern und beim Verbraucher verschaffen.

Arten

- Anlocken des Kunden mit unlautern Werbemitteln
- Schleuderpreise
- Übertriebene Serviceleistungen
- Unware Angaben oder Irreführung
- Schmiergelder
- Benutzung von Gesetzlichen Warenzeichen
- Jubiläumsverkäufe alle 25 Jahre
- Räumungsverkäufe nur bei Höherer Gewalt

Preis und Konditionenpolitik

Preispolitik

Versteht man alle Entscheidungen des Unternehmens die den Preis gestalten und auf ihn Einfluss nehmen um den Absatz zu fördern.

Preisbildung

Bei hohen Preisen ist die Nachfrage niedrig und das Angebot hoch.
Der Nachfrager kann bei sinkenden Preisen zusätzliche Mengen aufnehmen der Anbieter bei steigenden Preisen mehr verdienen.

Bei der Berücksichtigung aller Kosten vom Einkauf bis zum Verkauf der Ware (**Preisuntergrenze**), die er nicht unterschreiten sollte.

Der Unternehmer hat bei seinen Preispolitischen Entscheidungen nicht nur den Umfang der entstandenen Kosten und einen Angemessenen Gewinn zu berücksichtigen sondern auch die jeweilige Situation auf dem Absatzmarkt.
Die Notwendigen Informationen erhält er aus dem Rechnungswesen und aus den Ergebnissen der Marktforschung.

Preisbeeinflussung

Der Empfohlene Verkaufspreis gilt als unverbindlicher Richtpreis.
Preisbindung zweiter Hand liegt vor wenn der Hersteller für die nachfolgenden Handelsstufen den Preis festsetzt

Einflussfaktoren der Preisbildung

1. Kostenorientiert
2. Nachfrageorientiert
3. Konkurrenzorientiert

Konkurrenz Orientierung

Orientierung am Branchenpreis Vorwiegend bei stark homogenen Gütern überwiegend bei Oligopolistischer, Polygolistischer Konkurrenz

Die **Oligopolistische Konkurrenz** ist dadurch gekennzeichnet das wenige Unternehmen mit einem großen Marktanteil durch Preispolitische Maßnahmen das Marktgeschehen beeinflussen

Bei der **Polypolistischen Konkurrenz** sind viele Unternehmen mit einem kleinen Marktanteil auf dem Markt.

Die **Orientierung an einem Preisführer** liegt vor wenn sich die Wettbewerber in ihrem Preispolitischen Verhalten freiwillig oder zwangsweise am Verhalten des Marktbeherrschenden Anbieters orientieren

Preispolitische Entscheidung

Preisoptik (Signalpreis)

Preisschwelle soll nicht überschritten werden um die Optik zu erhalten 0,99 ist besser 1,00

Preisdifferenzierung

Die Unternehmen nutzen ihre Präferenzen und die mangelnde Markttransparenz der Nachfrager um auf möglichst vielen Teilmärkten die Produkte zu unterschiedlichen Preisen zu verkaufen und damit einen zusätzlichen Gewinn zu erzielen.

Voraussetzung für eine erfolgreiche Preisdifferenzierung ist das die Teilmärkte isoliert werden **Marktsplattung** auf denen Gegenstände zu unterschiedlichen Preisen verkauft wird

Räumliche Preisdifferenzierung

Wenn das gleiche Gut an unterschiedlichen Orten zu unterschiedlichen Preisen Angeboten wird

Preisdifferenzierung nach der Verwendung

Werden für gleiche oder leicht veränderte Güter unterschiedliche Preise je nach Verwendungszweck gefordert

Beispiel:

Salz als Speisesalz (Teuer)

Industrie Salz für Tiere (Billiger)

Preisdifferenzierung nach der Menge

Werden je nach abgegebener Menge werden Rabatte eingeräumt

⇒ **Preisdifferenzierungen** liegen vor wenn für die gleiche Ware bei verschiedenen Kunden unterschiedliche Preise verlangt werden ohne das die Preisunterschiede begründet sind.

Preis Strategien

Werden entwickelt um Unternehmerischen erfolg zu haben (**Billigstrategie** von Aldi, **Hochpreisstrategie** bei BMW)

Hohe Einstiegspreise = Marktabschöpfungsstrategie

Das neue Produkt wird zum hohen Preis eingeführt um Käufer mit hohem Einkommen abzuschöpfen = relativ hohe Stückgewinn bei relativ niedrigem Absatz

Niedrige Einführungspreise = Marktdurchdringungs- Preisstrategie

Soll breite Käuferschicht erreichen, Stammkunden zu bekommen niedriger Stückgewinne bei hohem Absatz

Zielkosten Management = Target Coasting

Hier Orientieren sich die Preise und damit indirekt die Kosten direkt am Markt

Aufteilung der Zielkosten

Die für das Produkt ermittelten Zielkosten werden auf einzelne Teile oder Komponenten heruntergebrochen und hängt vom Nutzen ab

⇒ je höher der Nutzen desto höher der Anteil der Kosten

Erreichen der Zielkosten

Um die geplanten Zielkosten einzuhalten konzentriert sich das Zielmanagement nicht nur auf die Produktion sondern auch auf vorgelagerte Bereiche wie z.B. Forschung, Entwicklung, Marketing. Auf diesen Stufen liegt ein Beachtliches Sparpotenzial an Kosten.

In der Herstellung wo die meisten Kosten entstehen können sie nicht mehr beeinflusst werden

⇒ bislang wurde der Preis aus einer Kostenfortschreibung ermittelt, das Zielkostenmanagement geht dagegen vom Marktpreis aus und schließt auf Abzug der Gewinnspanne auf die Zielkosten

Konditionen

Besondere Entscheidungen der Konditionenpolitik, wie Rabatgewährung Liefer- und Zahlungsbedingungen und andere Dienstleistungen tragen dazu bei das der Kunde zufrieden ist und als Dauerkunde gewonnen wird

- ⇒ Mengenrabatt kauf von vielen Produkten
- ⇒ Treuerabatt für langjährige Kunden
- ⇒ Sonderrabatte besondere Anlässe
- ⇒ Jubelbumsrabatte
- ⇒ Ausverkaufsrabatte
- ⇒ Saisonrabatte

Lieferbedingung

Lieferzeit spielt eine große Rolle die zu einem bestimmten Zeitpunkt erledigt werden müssen Zahlungsbedingungen beinhalten die Art und Weise der Zahlung

- ⇒ Lieferart
 - LKW
 - Flugzeug
 - Bahn

⇒ Lieferantenkredite werden individuell oder nach Branchenbedingungen gewährt. Skonto sind 2%

Kundendienstleistungen

Kundennähe ist der Dreh und Angelpunkt aller Marketing Bemühungen

- ⇒ Gegenüber Mitbewerber profilieren
- ⇒ Durch Kunden Orientierung die Kunden Zufriedenheit und die Produkttreue zu steigern
- ⇒ Kontakt zum Kunden zu pflegen und zu vertiefen um nicht am Markt vorbei zu Produzieren

Unternehmen die Ihre Forschung und Entwicklung nicht am Kunden ausrichten verschwenden ihre Forschungs- und Entwicklungsgelder

Technische Dienstleistungen

- ⇒ Technischer Kundendienst
- ⇒ Reifendienst
- ⇒ Computer Service

Kaufmännische Dienstleistungen

- ⇒ Imbiss Stube
- ⇒ Reisebüro
- ⇒ Lottoannahme
- ⇒ Kreditbüro

Warenzustellung und andere Dienstleistungen

- ⇒ Lieferung von Waren
- ⇒ Zustelldienst
- ⇒ Telefonischer Bestelldienst

Distributionspolitik

Hat die Aufgabe dafür zu sorgen das das Produkt zum richtigen Zeitpunkt und in der Gewünschten Menge an den Ort der Nachfrage gebracht wird.

Entscheidungen:

- ⇒ soll der Absatz direkt durch eigener Vertriebsorgane oder indirekt durch Einschaltung des Handels erfolgen
- ⇒ sollen Absatzhelfer eingeschaltet werden (der Reisende oder Handelsvertreter)

Die **Distributionspolitik** beinhaltet alle Entscheidungen die den Absatzweg eines Produkts oder einer Dienstleistung vom Hersteller bis zum Verwender betrifft.

Absatzwege

Direkter Absatz

Wird der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen an den Abnehmer ohne Zwischenschaltung selbständiger Handelsbetriebe vom Hersteller selbst vorgenommen.

- Durch Geschäftsleitung und Verkaufsabteilung = bei Großobjekten, Flugzeugbau
- Durch Reisende = Angestellte des Unternehmens
- Vertreter und Kommissionäre = tragen kein Preisrisiko und enge Bindung zum Kunde
- Durch eigene Verkaufsniederlassungen = In Chemische, Pharma Ind., Versandhandel
- Durch Marktveranstaltungen = dienen dem Waren und Informationsaustausch
- Durch **Franchising** = Hersteller als Franchisegeber bindet durch Vertrag den Franchisenehmer, bestimmte Waren und Dienstleistungen als Selbstständiger Unternehmer zu vertreiben unter Verwendung der Gesamten Marketingkonzeption des Franchisegebers
 - Gleichartige Ausgestaltung der Räumlichkeiten
 - Positive Effekte des zusammenwirken in einem Netzwerk (**Synergieeffekt**)
 - Nach außen erscheint der Betrieb eines Franchisenehmers wie eine Filiale der Firma
 - Franchisenehmer muss einen bestimmten Prozentsatz an Franchisegeber

Indirekter Absatz

Tritt zwischen Produktion und Verbrauch der selbstständige Handel so vollzieht sich der Absatz nicht auf direktem sonder auf indirektem Weg.

Der **Handelsbetrieb** ist ein Dienstleistungsbetrieb der in eigenem Namen und auf eigen Rechnung Waren einkauft und wieder verkauft.

Die Aufgabe des Handelns besteht darin Spannungen die zwischen Hersteller und Verbrauchern bestehen zu Überbrücken. Z.B. zusammenstellen eines Bedarfsgerechten Sortiments

- ⇒ Dienstleistungen erbringt der Handel für die Produktionsbetriebe und die Konsumenten.

Vermittlung Funktion

- ⇒ Ist der Handel zwischen Produzenten und dem Konsumenten
- Information
- Verbesserung der Marktübersicht
- Weckt neue Bedürfnisse
- Dient der Einführung neuer Artikel
- Übernimmt Beratung der Kunden

Waren Funktion

- ⇒ Ist der verteilende Handel
- Sortiments Handel ist die Zusammenstellung von Waren

Handelsformen

Großhandel und Einzelhandel

Absatzmittler

Verwender

Sind Haushalte und Unternehmen

Binnengroßhandel

- Zustellgroßhandel = meist nur für eine Branche z.B. Spirituosen Großhandel
- Abholgroßhandel = Metro
- Import Export Großhandel
- Länder universalisten (bewegen sich international)

Ein Großhandel liegt vor wenn Güter weiter verkauft werden:

- An den Produzenten und andere Betriebe
- In der Regel zu niedrigeren Preisen als im Einzelhandel
- Mit erheblich größeren Mengen als Einzelhandel

Einzelhandel

Der Einzelhändler kauft Waren ein und verkauft sie wieder ohne sie zu Ver- oder bearbeiten. Es werden nur Mengen angeboten wie sie Private Haushalte oder kleine Unternehmen benötigen

- verkauft an den Endverbraucher

Warenhaus (Kaufhaus)

Mindestverkaufsfläche 1000m²

Supermarkt

Mindestverkaufsfläche 400m²

Versandhandel**Fach und Spezialgeschäfte**

Spezielle Produkte mit Qualifizierter Beratung

Discounter

Laden ohne Bedienung

keine Beratung

Gemischtwarengeschäft

Viele Verschiedene Produkte

Shop in Shop

z.B. bei Kapstadt mehrere Läden noch beinhaltet

Warenauslieferung

Hat die Aufgabe kostengünstige Waren in der richtigen Zeit, Menge, Ort zu überbringen

- Betriebseigene Auslieferung relativ hohe Fixkosten
- Betriebsfremde Auslieferung

Absatzhelfer

Reisender

Reisende sind Arbeitsrechtliche und Handelsrechtlich Angestellte eines Unternehmens.

Vertretungsmacht ist Vertraglich zu regeln.

Besitzt er die Vermittlungsvollmacht des Unternehmens kann er Bestellungen entgegennehmen. Abschlüsse unternimmt aber das Unternehmen!

Abschlussvollmacht

Kann der Reisende Geschäfte für sein Unternehmen selbständig abschließen

Eine Abschlussvollmacht vom Unternehmen ist nicht notwendig

Aufgaben

- Kontakt mit den Kunden pflegen
- Waren und Dienstleistungen anzubieten
- Bestellungen und Reklamationen entgegenzunehmen
- Absatzinformationen zu beschaffen

Vergütung

Gehalt das meist durch Umsatzprovision und den Ersatz der Auslagen für die Reisetätigkeit ergänzt wird.

Der Reisende hat als Angestellter des Unternehmens die Aufgabe für sein Unternehmen Geschäfte zu vermitteln oder abzuschließen wenn eine Abschlussvollmacht vorliegt.

Handelsvertreter

Ist wer als Selbständiger Gewerbetreibender ständig damit beauftragt ist für einen anderen Unternehmer Geschäfte vermittelt oder abschließt.

Pflichten und Aufgaben

- Selbständig Geschäfte und Abschlüsse tätigen
- Mitteilung an den Auftraggeber wenn Vertrag beschlossen wird
- Reiseberichte erstellen
- Mängelrügen entgegen nehmen
- Geschäftsgeheimnisse nicht weiterverwerten

Rechte

- Dem **Handelsvertreter** sind notwendige Unterlagen zu überlassen
- Im mitzuteilen ob ein von ihm vermitteltes Geschäft abgelehnt oder angenommen wurde
- Erhält eine Provision für alle während der Vertragszeit abgeschlossenen Geschäfte die auf seine Tätigkeit zurückzuführen sind .
- Nach seiner Vertragszeit hat er noch Anspruch auf Provision für Geschäfte die auf seine Arbeit zurückzuführen sind und in einer angemessenen Frist abgeschlossen wurden.
- Ausgleichsanspruch hat ein Unternehmen nach ausscheiden des Vertreters erhebliche Vorteile so ist der Unternehmer zur Zahlung eines Ausgleichs verpflichtet (Anspruch höchstens einer Jahresprovision errechnet aus der Durchschnittsprovision der letzten 5 Jahre

Vermittlung

1. Vertretervertrag zwischen Handelsvertreter und Auftraggeber
2. Kundenwerbung
3. Antrag des Kunden an Handelsvertreter
4. Weitergabe des Antrage durch Handelsvertreter an Auftraggeber
5. Annahme des Antrages Beziehung zwischen Auftraggeber und Kunden
6. Erfüllung des Vertrage zwischen Kunden und Auftraggeber Lieferung und Zahlung

Abschluß

1. Vertretervertrag zwischen Handelsvertreter und Auftraggeber
2. Kundenwerbung vom Handelsvertreter zum Kunden
3. Der Antrag vom Kunden zum Handelsvertreter
4. Annahme Beziehung Handelsvertreter und Kunde
5. Weitergabe des Vertrage durch Handelsvertreter an Auftraggeber
6. Erfüllung des Vertrages Lieferung und Bezahlung

Kommissionär

Ist wer es Gewerbsmäßig übernimmt waren oder Wertpapiere für Rechnung eines anderen (des Kommittenten) im eigenen Namen zu Kaufen oder zu verkaufen

1. Kommissionsvertrag zwischen Verkaufskommissär und dem Kommittenten (Auftraggeber)
2. Warenlieferung vom Kommittenten zum Kommissionär
3. Angebot Beziehung zwischen Verkaufskommissionär und Kunden
4. Bestellung Kunde an Verkaufskommissionärs
5. Warenlieferung Kommissionär an Kunde
6. Zahlung Kunde an Kommissionär
7. Zahlung von Kommissionär an Kommittenten

Pflichten

- Sorgfaltpflicht hat Geschäfte mit der Sorgfalt eines Kaufmannes auszuführen, dabei hat er das Interesse des Auftraggebers wahrzunehmen und dessen Weisungen zu folgen, weicht er davon ab ist er zum Schadensersatz verpflichtet
- Anzeigepflicht alle ein und Verkäufe hat er seinem Auftraggeber anzugeben
- Abrechnungspflicht jedes Geschäft muss abgerechnet werden
- Der Erlös bzw. die Ware muss dem Kommittenten zugeführt werden
- Erzielt er bei seinen Geschäften günstigere Preise oder Rabatte kommen sie seinem Auftraggeber zu gut
- Haftung der Kommissionär ist für Verlust oder Beschädigung des in seiner Verwahrung befindlichen gutes Verantwortlich

Rechte

- Provisionsanspruch – wird fällig wenn das Geschäft ausgeführt ist (Ausführungsprovision) der Kommissionär hat auch Anspruch auf Provision wenn ein Geschäft durch das Verschulden des Kommittenten (Auslieferungsprovision)
- Übernimmt er die Haftung erhält er eine (Delkredereprovision)
- Ersatz der Aufwendungen nicht nur die Vergütungen der Wareauslagerung sondern auch Lagermiete und Transportkosten

Gesetzliches Pfandrecht

- Der Kommissionär kann die Ware die er besitzt als Pfand zurückbehalten wenn er unbefriedigte Ansprüche aus Provision oder Auslagen gegenüber dem Kommittenten (Auftraggeber) hat

Rechtsgeschäfte der Unternehmung

Grundzüge der Rechtsordnung

Mißbrauch der Freiheit durch den Menschen, führt zu Ungerechtigkeit. Der Anspruch jeder Person auf Gerechtigkeit erfordert, das Die Freiheit des einzelnen durch das Recht abgegrenzt und eingeschränkt wird. Die Gesamtheit des in einem Staate geltenden Rechts bezeichnet man als Rechtsordnung. Die einzelnen **Vorschriften** sind die **Rechtsnormen** bis hin zum Paragraphen.

Stufen der Rechtsordnung

1. **Grundgesetz** bzw. Verfassung (Normativer Rahmen)
2. **Gesetze** = Rechtsregeln allgemeinen Charakters
3. **Verordnungen** = Ergänzungs und Durchführungsbestimmungen allgemeinen Charakters
4. **Satzung** = Vereine, Gemeinde
5. **Verwaltungsakt** = Verfügung und Entscheidung zur Regelung des Einzelfalles (Steuerbescheid)

Öffentliches

Regelt die Rechtsverhältnisse der Träger der Öffentlichen Gewalt zueinander (Staatsaufbau Verfassungsrecht und die Gesetzgebung an sich). Regelt aber auch da Verhältnis einzelner Personen zu den Trägern der Öffentlichen Gewalt (unter und Überordnung kommt zustande durch Ver- und Gebote die dem einzelnen im Interesse der Allgemeinheit auferlegt werden). Sichert auch Recht und Freiheit des Bürgers und Schützt ihn vor Übergriffen des Staates.

Beispiel:

- die Niederlassungsfreiheit Beruflich wie Wohnlich
- Verbot des Freiheitsentzugs ohne richterliche Anordnung
- Strafrecht, Sozialrecht, Verkehrsrecht, Steuerrecht, Baurecht, Verwaltungsrecht, Staats und Verfassungsrecht, Prozeßrecht,

Privatrecht

Regelt die Rechtlichen Beziehungen der einzelnen Bürger zueinander, nach dem Prinzip der Gleichberechtigung.

Beispiele:

Das BGB- Schuldrecht, Familienrecht, Erbrecht, Sachenrecht = Besitzregelung, Handelsrecht,, Teile des Arbeitsrechtes (Kündigungsgrecht)

Zustandekommen von Rechtsgeschäften

Rechtsgeschäfte bestehen aus Willenserklärungen die eine Rechtsfolge auslösen, dadurch werden Rechtssituationen begründet oder geändert.

Voraussetzung:

Eigentumserwerb, Handlungsfreiheit besitzt über dieses Eigentum verfügen zu können

Rechtsfähigkeit

Ist die Fähigkeit von Personen Träger von Rechten und Pflichten zu sein.

Jede natürliche und juristische Person kann Rechte und Pflichten übernehmen.

Alle Menschen sind als natürliche Personen Rechtsfähig ihre Rechtsfähigkeit beginnt mit der Vollendung der Geburt und endet mit dem Tod.

Juristische Personen

Sind Rechtlich geregelte Organisationen die als Einheit Rechtsfähig sind.

Juristische Personen des Privatrechts = AG, EG, GmbH, EV's, Stiftungen

Juristische Personen des Öffentlichen Rechts = Bund, Sparkassen, Länder

Geschäftsfähigkeit

Ist die Fähigkeit von Personen Rechtsgeschäfte voll wirksam abzuschließen und damit Rechte zu erwerben und Pflichten damit einzugehen.

Willenserklärungen

Sind dazu bestimmt Rechtsverhältnisse zu begründen oder aufzuheben.

Geschäftsunfähig sind Kinder bis zu vollendeten 7 Lebensjahr

Beschränkt Geschäftsfähig sind Personen 7- 18 Jahre

Unbeschränkt Geschäftsfähig sind Personen ab 18 Jahre

Arten der Rechtsgeschäfte

Rechtsgeschäfte kommen durch Willenserklärungen zustande, durch die Einzelne Personen und Personenvereinigungen (Unternehmungen, Vereine, Stiftungen) ihre rechtlichen Beziehungen gestalten.

Einseitiges Rechtsgeschäft = Willenserklärung einer Person

- Empfangsbedürftige Willenserklärungen müssen in den Herrschaftsbereich des Empfängers gelangen um Rechtskräftig zu werden. (Kündigung muss zum Kündigungstermin bei im Eintreffen oder auf dem Schreibtisch liegen
- Nicht Empfangsbedürftige Willenserklärungen werden mit ihrer Abgabe rechtswirksam (Testament bei Erbschaft)

Zwei- oder mehrseitige Rechtsgeschäfte = Willenserklärung mehrere Personen

Verpflichtungsgeschäfte die den Vertragspartner Verpflichtungen zu Rechtsänderungen auferlegen.

- Kaufvertrag
- Mietvertrag
- Gesellschaftsvertrag
- Dienstvertrag
- Die zuerst abgegebene Willenserklärung heißt Antrag diese kann von jedem Partner ausgehen.
- Die zustimmende Willenserklärung heißt Antrag, (ein Vertrag ist mit der Annahme des Vertrags abgeschlossen.

Verfügungsgeschäfte = (Erfüllungsgeschäfte da Verfügungsgeschäfte erfüllt werden)
 Durch die unmittelbare Rechtsänderungen an Gegenständen bewirkt werden
 (Eigentumsübertragung) diese kommen durch Willenserklärungen (Einigung) und
 Handlungen (Übergabe Grundbucheintragung).

Rechtsobjekte

- **Sachen** = Körperliche Gegenstände, Materielle Güter wie Waren, Grundstücke
- **Bewegliche Sachen** sind alle Sachen die nicht Grundstücke oder Bestandteile von Grundstücken sind.
 - Verkauf durch Einigung beider Parteien daß das Eigentum Übergeht und Übergabe der Sache an den Bewerber.
- **Unbewegliche Sachen** sind Immobilien wie Grundstücke und mit diesen fest verbundenen Gegenstände wie Gebäude.
 - Verkauf durch Einigung beider Parteien vor dem Notar daß das Eigentum übergehen soll (Auflassung) und Eintragung in das Grundbuch.
- **Vertretbare Sachen** sind wieder bewegliche Sachen die nach Zahl, Maß, Gewicht bestimmt werden können z.B. Waren, Geld
- **Nicht Vertretbare Sache** Spezisware gibt es nur einmal z.B. Mona Lisa
- **Eigentum** ist die Rechtliche Herrschaft einer Sache der Eigentümer kann allgemein beliebig mit der Sache verfahren, soweit nicht das Gesetz oder Rechte dritter dem entgegenstehen.
- **Besitz** ist die Tatsächliche Herrschaft über eine Sache
 - Eigentümer und Besitzer können ein und die selbe Person sein oder verschieden Personen.
- **Rechte** = sind keine Materiellen Güter wie Mieten, Lohnforderung, Patentrechte, Lizenzrecht

Formzwang

- Schriftform
- Öffentliche Beglaubigung
- Notarielle Beurkundung

Formfreiheit

- Mündlich
- Schriftlich
- Telegraphisch
- Schlüssige Handlung

Nichtigkeit von Rechtsgeschäften = von Anfang an ungültig

Mangel in der

- Geistigen Zurechnungsfähigkeit
- Geschäftsfähigkeit
- Im Inhalt
- In der Form
- Im rechtsgeschäftlichen Willen
- Geschäfte die gegen zwingende Gesetzliche Bestimmungen verstoßen
- Geschäfte die gegen die guten Sitten verstoßen

Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften = rückwirkend ungültig

⇒ Rechtsgeschäfte bleiben solange gültig bis sie Angefochten und dadurch mit rückwirkender Kraft ungültig werden.

Irrtum = ist unbewußtes abweichen von Wille und Erklärung

In der Erklärung

- In der Übermittlung
 - Über wesentliche Eigenschaften
 - Arglistige Täuschung oder widerrechtliche Drohung
- ⇒ Kein Grund der Anfechtung liegt vor bei einem Motivirrtum (Irrtum im Beweggrund)

Der Vertrag ist der Abschluß eines Rechtsgeschäftes, er kommt zustande indem sich der Wille von 2 oder mehreren Personen zu einem Willen (dem Vertragswillen) vereinigen.

Vertragsfreiheit bedeutet das die Vertragspartner ihre Verträge grundsätzlich nach ihrem Willen gestalten können.

- ⇒ Sie beinhaltet:
- Abschlußfreiheit das heißt jeder kann frei entscheiden ob wann und mit wem er einen Vertrag abschließt.
 - Inhaltsfreiheit der Vertragsinhalt kann frei vereinbart werden.
- ⇒ Dieser Grundsatz erfährt jedoch erhebliche Einschränkungen durch Gesetze wie z.B. Jugendschutzgesetz, Arbeitsschutzgesetz, Mieterschutzgesetz.

AGB

sind Vertragsbedingungen die für eine Vielzahl von Verträgen vor formuliert und auf der Vertragsurkunde oder auf einem besonderem Blatt abgedruckt werden.

Das AGB Gesetz soll eine Benachteiligung des Wirtschaftlich schwächeren durch vor formulierten Bedingungen verhindern.

- ⇒ Allgemein gelten folgende Regelungen:
- Individuelle Vertragsabredungen haben Vorrang vor den ABG.
 - Bestimmungen der AGB die den Vertragspartner unangemessen benachteiligen würden sind unwirksam.
 - zum Schutz der nicht Kaufleute legte das AGB Gesetz fest das AGB nur dann Vertragsbestandteil werden wenn der Kaufmann ausdrücklich auf die AGB hinweist bzw. diese deutlich sichtbar am Ort des Vertragsabschlusses aushängt.

Kaufvertrag

kommt zustande durch 2 Inhaltlich übereinstimmende Willenserklärungen (Antrag und Annahme).

Erfüllungsgeschäft

Beim Abschluß eines Kaufvertrages werden beiden Parteien Pflichten auferlegt (Verpflichtungsgeschäft) die erfüllt werden müssen. Der Verkäufer ist verpflichtet dem Käufer den Kaufgegenstand Ordnungsgemäß (am rechten Ort zur rechten Zeit und das Eigentum daran zu verschaffen und das Geld anzunehmen) zu übergeben.

Der Käufer ist verpflichtet die Ware anzunehmen und den vereinbarten Preis zu bezahlen.

Angebot und Antrag

- richtet sich der Anbieter an eine bestimmte Person und erklärt unter welchen Voraussetzungen er bereit ist Waren zu liefern und eine Leistung zu erfüllen.
- Der Anbieter ist rechtlich an sein Angebot gebunden. (schriftlich, mündlich usw. eine Gesetzlich Festlegung gibt es nicht!)
- Bindung an ein Angebot erlischt bei rechtzeitigem Widerruf spätestens beim Eintreffen beim Kunden, erlischt auch bei abgeänderter Bestellung (stellt einen neuen Antrag da) ebenfalls die zu späte Bestellung

Freizeichnungsklauseln

ohne Gewähr, Lieferung vorbehalten, Preis vorbehalten, solange Vorrat reicht, ähnliche Abbildung

Rechtsobjekte

Sachen und Rechte

Sachen sind körperliche Gegenstände ,materielle Güter Waren z.B.

Rechte sind nicht körperliche Gegenstände immaterielle Güter Lizenzrechte Mieten.

Bewegliche Sachen:

Mobilien alle Sachen die nicht Grundstücke oder Bestandteile von Grundstücken sind.

Nicht bewegliche Sachen:

Immobilien sind Grundstücke oder mit dieser fest verbundene Gegenstände wie Gebäude.

Vertretbare Sachen:

bewegliche Sachen die nach Zahl nach Maß oder Gewicht bestimmt werden können.

Nicht vertretbare Sachen gibt es nur einmal z.B. die Mona Lisa.

Besitz und Eigentum

Eigentum ist die rechtliche Herrschaft über eine Sache der Eigentümer kann mit der Sache beliebig verfahren soweit nicht das Gesetz oder Rechte dritter dem entgegen stehen.

Besitz ins die tatsächlich Herrschaft über eine Sache.

Eigentümer und Besitzer können

A ein und die selbe Person sein oder

B verschiedene Personen sein

Wie wird das Eigentum übertragen

Eigentum an beweglichen Sachen wird durch Einigung beider Personen und Übergabe an den Erwerber.

Eigentum an unbeweglichen Sachen wird übertragen durch Einigung beider Parteien vor dem Notar (Auflassung) und die Eintragung ins Grundbuch.

Öffentliche Beglaubigung und notariell Beurkundung.

Nichtigkeit von Rechtsgeschäften

Geschäfte von geschäftsunfähigen Personen sind von Anfang an nichtig.

Geschäfte von beschränkt geschäftsfähigen ohne Zustimmung des gesetzlichen Vertreters.

Willenserklärungen unter Bewusstlosigkeit (Vollrausch) vorübergehender Störung der Geistestätigkeit. Willenserklärungen zum Schein. Willenserklärungen die nicht ernst gemeint sind Scherzgeschäfte (ein Königreich für ein Pferd/ Bier)(BGB119§).

Geschäfte die gegen zwingende gesetzliche Bestimmungen verstoßen. Geschäfte die gegen die guten Sitten verstoßen (Wucher)(BGB 138§).

Anfechtbarkeit

(Rückwirkend Ungültig)

(Gültig bis zum Zeitpunkt der Anfechtung)

Rechtsgeschäfte bleiben solange Gültig bis sie angefochten werden und damit rückwirkend Ungültig werden.

Irrtum

Irrtum ist unbewusstes Abweichen von Wille und Erklärung.

Irrtum in der Erklärung .

Irrtum in der Übermittlung .

Irrtum über wesentliche Eigenschaften in der Person oder Sache.

Irrtum im Beweggrund ist KEIN Grund zur Anfechtung (Motivirrtum)

Arglistige Täuschung (123§ BGB)

Der Fehler einer Ware wird bewusst verschwiegen.

Widerrechtliche Drohung

Der Vertrag ist der Abschluss eines Rechtsgeschäft er kommt zustande indem der Wille zweier oder mehrerer Personen übereinstimmt (zu einem Willen wird) Vertragswillen.

Vertragsfreiheit bedeutet das die Vertragspartner ihre Verträge grundsätzlich nach ihrem Willen gestalten können .Die Vertragsfreiheit beinhaltet Abschlussfreiheit jeder kann frei entscheiden ob wann und mit wem er Verträge abschließt.

Inhaltsfreiheit der Vertragsinhalt kann frei vereinbart werden Dieser Grundsatz erfährt jedoch erhebliche Einschränkungen durch Gesetze wie z.B. Jugenschutzgesetz Mieterschutzgesetz Arbeitsrecht.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Unter AGB versteht man Vertragsbedingungen die für eine Vielzahl von Verträgen vorformuliert und auf der Vertragsurkunde oder auf einem besonderen Blatt abgedruckt sind.

AGB-Gesetz soll eine Benachteiligung des wirtschaftlich schwächeren durch vorformulierte Bedingungen verhindern.

Allgemein gelten folgende Regeln:

Individuelle Vertragsabreden haben Vorrang vor dem AGB

Bestimmungen der AGB die den Vertragspartner unangemessen benachteiligen würden sind unwirksam. Zum Schutz der Nichtkaufleute legte das AGB-Gesetz fest das AGB nur dann Bestandteil des Vertrags werden wenn der Kaufmann ausdrücklich auf das AGB hinweist oder diese deutlich am Ort des Vertragsabschlusses aushängt.

Abschluss des Kaufvertrags

Ein Kaufvertrag kommt zustande durch zwei inhaltlich übereinstimmende Willenserklärungen, Antrag und Annahme.

Beim Abschluss eines Kaufvertrages werden beiden Vertragspartnern Pflichten auferlegt das Verpflichtungsgeschäft die erfüllt werden müssen das Erfüllungsgeschäft.

Der Verkäufer ist verpflichtet den Kaufgegenstand ordnungsgemäß zu übergeben d.h. mängelfrei zur rechten Zeit am rechten Ort und das Eigentum daran zu verschaffen und das Geld anzunehmen.

Der Käufer verpflichtet die Ware anzunehmen und den vereinbarten Preis zu bezahlen. Angebot mit dem Antrag richtet sich der Anbieter an eine bestimmte Person und erklärt unter welchen Voraussetzungen er bereit ist Waren zu liefern und Leistungen zu erbringen. Der Anbieter ist rechtlich an sein Angebot gebunden. Eine gesetzlich vorgeschriebene Form der Angebotsabgabe gibt es nicht. Die Bindung an ein Angebot erlischt bei rechtzeitigem Widerruf spätestens beim Eintreffen des Angebots bei Kunden. Bei abgeänderter Bestellung (sie stellt einen neuen Antrag dar) und bei Freizeichnungsklauseln erlischt die Angebotsbindung ebenfalls (unverbindlich, solange Vorrat reicht, Lieferung vorbehalten, Abbildung ähnlich).

IT-Handbuch, S. 338-339

Der Kaufvertrag bei unbestellt zugesandter Ware kommt zustande wenn der Käufer bezahlt, die Ware verbraucht oder gebraucht oder eine Annahmeerklärung abgibt. Anpreisungen sind keine verbindlichen Angebote im rechtlichen Sinne und somit nicht verbindlich. Bestellungen aufgrund von Anpreisungen sind Anträge die für das Zustandekommen eines Kaufvertrages noch angenommen werden müssen.

Anpreisungen stellen eine Aufforderung an die Allgemeinheit und stellen keine Angebote dar und sind somit rechtlich unverbindlich.

Bestellungen aufgrund von Anpreisungen sind wiederum Anträge die für das Zustandekommen eines Kaufvertrages angenommen werden müssen.

Durch die Anfrage erkundigt sich der Kunde zu welchen Preisen Lesitungs- & Zahlungsbedingugen ein Lieferant Waren liefert und sind rechtlich unverbindlich und formfrei.

Durch die Bestellung erklärt der Käufer das er von seinem Lieferer eine bestimmte Ware zu den angegebenen Bedingungen kaufen will. Die Bestellung ist demnach die unveränderte Annahme des Angebots und bewirkt somit ein Zustandekommen eines Kaufvertrages. Ohne vorheriges Angebot ist eine Bestellung ein Antrag. Die Bestellung ist nicht an eine bestimmte Form gebunden. Zur Vermeidung von Mißverständnissen sollte jedoch die Schriftform gewählt werden.

Lieferung unbestellter Sachen

Bei der Lieferung unbestellter Sachen unterscheidet man..

Unternehmer sendet an Unternehmer

Die Lieferung unbestellter Sachen stellt ein Angebot dar und wenn der Empfänger die Ware annimmt kommt ein Kaufvertrag zustande.

Das Stillschweigen des Empfängers stellt eine Ablehnung des Angebots dar; der Empfänger muss die Ware aufbewahren aber nicht zurücksenden.

Unternehmer sendet an Verbraucher

Der Unternehmer hat keine Ansprüche an den Verbraucher. Er kann weder den Kaufpreis noch die Ware zurückverlangen.

Sonderformen des Kaufvertrages

nach der rechtlichen Stellung

Bürgerlicher Kauf:

Die Vertragspartner handeln als Privatleute

Handelskauf:

mindestens ein Vertragspartner ist ein Kaufmann und dieser handelt im Rahmen seines Handelsgewerbes

Einseitiger Handelskauf:

nur ein Vertragspartner als Kaufmann wobei der Kauf für ihn ein Handelsgeschäft sein muss. (z.B. Privatperson kauft in einem Handelsbetrieb)

Zweiseitiger Handelskauf:

das ist der Kauf unter Kaufleuten. Wobei der Kauf für beide ein Handelsgeschäft sein muss. (HGB)

nach dem Kaufgegenstand

Stückkauf:

Gattungskauf:

z.B. Kauf eines Wagens; die Ware ist nur Gattung nach bestimmt; Ware ist eine vertretbare Sache

Ramschkauf: z.B. Verkauf von Textilrestbeständen

nach der Art des Kaufvertrages

Kauf nach Sicht:

Käufer kann die Ware besichtigen und etwaige Mängel feststellen (z.B. Kauf eines gebrauchten Laptops)

Kauf auf Probe:

der Käufer erhält die Ware mit dem vereinbarten Recht die Ware innerhalb einer bestimmten Frist zurückzugeben wenn diese nicht seinen Vorstellungen entspricht.

Kauf mit Umtauschrecht:

der Käufer hat das Recht die Ware umzutauschen, wenn sich herausstellt dass ihm die Ware nicht zusagt

Kauf nach Muster oder Probe:

die Bestellung des Käufers erfolgt aufgrund einer bestimmten Probe oder eines Musters

Kauf zur Probe:

es wird eine kleinere Menge zur Probe gekauft um sie probieren zu können; bei gefallen wird eine größere Menge bestellt. (z.B. Wein)

nach der Zahlungszeit

Barkauf:

Zahlung Zug um Zug mit der Lieferung

Vorrauszahlung:

Zahlung schon vor der Lieferung (z.B. Sonderanfertigungen, oder unsicheren Kunden)

Ziel- oder Kreditkauf:

Erst kaufen, später zahlen. Man zahlt erst nach einer bestimmten Zeit.

Ratenkauf:

Schuldbegleichung durch Ratenbeträge

nach der Lieferzeit

Sofortkauf:

Lieferung hat sofort nach der Bestellung zu erfolgen.

Terminkauf: Lieferung zu einem bestimmten Termin oder innerhalb einer bestimmten Frist oder Zeitspanne.

Fixkauf:

der Vertrag steht und fällt mit der Fixklausel. (z.B. Lieferung am 15. Mai)

Kauf auf Abruf: der Käufer bestimmt den Zeitpunkt der Lieferung. Ware nach Bedarf abrufen.

Spezifikations-/Bestimmungskauf:

der Käufer hat das Recht innerhalb einer festgelegten Frist die Waren nach Maß, Form oder Farbe näher zu bestimmen.

Platz-/Handkauf: Wenn die gekaufte Ware im Geschäft des Verkäufers dem Käufer gegen Zahlung des Kaufpreises übergeben wird spricht man von einem Handkauf, d.h. Die „Gefahr“ geht an den Käufer über, d.h. Die Verantwortung geht an den Käufer über.

Platzkauf: Befinden sich die Geschäftssitze von Verkäufer und Käufer am gleichen Ort und wird die Ware zum Käufer gesendet liegt ein Platzkauf vor. Für den Platzkauf gelten die gleichen Regeln wie für den **Versendungskauf** (-> Distanzkauf).

Versendungskauf: Käufer und Verkäufer sind an verschiedenen Orten. Beim Versendungskauf ist der Ort des Verläufers der sog. Erfüllungsort.

Fernkauf: Beim Fernkauf liegen die Geschäftssitze von Käufer und Verkäufer an verschiedenen Orten. Der Ort des Verkäufers ist nicht der Erfüllungsort. Beim Fernkauf wird die Ware an einen vertraglich vereinbarten Ort geschickt. Beim Fernkauf geht die Gefahr mit der Übergabe der Ware an den Käufer über. Der Verkäufer trägt die Beförderungskosten.

Streckengeschäft: Beim Streckengeschäft liefert der Verkäufer nicht an seine Vertragspartner den Käufer, sondern an dessen Kunden. --> Einsparung von Lieferkosten, u.a.

Inhalte des Kaufvertrages

Der Kaufvertrag sollte alle wesentlichen Dinge enthalten, die zur reibungslosen Erfüllung des Vertrages nötig sind.

Art, Güte und Beschaffenheit der Ware

- ⇒ im Kaufvertrag sollten auf jeden Fall Art, Menge und Preis der Ware enthalten sein.
- ⇒ Die Art der Ware muss durch die Kennzeichnungspflicht gekennzeichnet werden.
- ⇒ Die Art der Ware wird durch die handelsübliche Bezeichnung festgelegt.
- ⇒ Die Güte und Beschaffenheit der Ware wird bestimmt durch die Güteklassen.
- ⇒ FAQ = fair average quality --> Durchschnittsqualität
- ⇒ Güte und Beschaffenheit wird auch durch Proben, Muster, Abbildungen, Prospekte, Kataloge, etc. bestimmt.

Menge der Ware

wird in gesetzlichen Maßeinheiten oder handelsüblichen Bezeichnungen gemessen.

Preis der Ware = *in Geld ausgedrückter Wert*

Der Preis ist der in Geld ausgedrückte Gegenwert der Ware den man beim Kauf zu zahlen hat.

Nachlässe

Rabatte
Boni
Skonti

- ⇒ Gewichtsabzüge werden gewährt für Einwiegeverluste, Flüssigkeitsverluste
- ⇒ Einwiegeverluste

Verpackungskosten

- ⇒ *Lieferungsbedingungen --> Versandkosten, Zeit & Ort*
 - Versandkosten (--> Transportkosten)
 - Bsp. Für den Bahntransport -> „Rollgeld“: für die Anfahrt zum Güterbahnhof.
 - Bsp. „Frachtgeld“ für die Versendung
 - Liegt keine besondere Vereinbarung vor so trägt beim Versendungskauf trägt die Kosten der Übergabe der Verkäufer. Die Kosten der Versendung und Abnahme trägt der Käufer.
 - „Ab Lager“/„ab Fabrik“ trägt der Kunde alle Kosten.
 - „Ab Bahnhof“/„Unfrei“ --> Der Verkäufer trägt die Kosten bis zum Bahnhof; ab Bhf. Der Käufer.
 - „Frachtfrei“, „Frei Bahnhof“ --> d.h. Der Verkäufer trägt die Kosten bis zum Bestimmungsbahnhof.
- ⇒ „Frei Haus“, „Frei Lager“ --> hier trägt der Verkäufer alle Kosten.

271 BGB

Ist die Zeit für die Lieferung weder bestimmend noch aus den Umständen zu entnehmen, so kann der Käufer sofortige Lieferung verlangen und der Verkäufer sofort liefern.

Feste Lieferzeit

- Lieferung am
- Lieferung in 2 Wochen

Keine Feste Lieferzeit

- sobald wie möglich
- Lieferung nach Erhalt der Ware vom Vorlieferer
- Lieferung nach Abruf

Erfüllungsort

Am Erfüllungsort hat der Schuldner seine Leistung zu bewirken.

Ist jedoch nichts vereinbart so ist der Erfüllungsort der Wohnsitz oder der Geschäftssitz des Schuldners zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses.

Schuldner sind beide Vertragspartner

Erfüllungsort ist der Geschäftssitz des Verkäufers

Ort der Bezahlung ist der Geschäftssitz des Käufers (Schickschulden)

Gerichtsstand

bei Streitigkeiten können Gerichte in Anspruch genommen werden.

- Amtsgericht bis 5000.- Euro
- Landgericht bis über 5000.- Euro

Der Gerichtsstand des Erfüllungsortes bedeutet das der Erfüllungsort der Gerichtsstand ist.

Für Streitigkeiten zwischen Verkäufer und Käufer wegen der Lieferung oder der Zahlung ist bei Vollkaufleuten das Gericht zuständig in dessen Bezirk der gesetzliche oder vertragliche Erfüllungsort liegt.

Gefahrenübergang

der Verkäufer ist aus dem Kaufvertrag verpflichtet dem Käufer die Ware zu übergeben.

Liegt bei Beschädigung oder Verlust einer Ware ein Verschulden eines Vertragspartners oder des Frachtführers vor so hat der Schuldige den Schaden zu tragen.

Zahlungsbedingungen

Im Gegensatz zu den Warenschulden (Hohlschulden) sind Geldschulden

(Schickschulden), das heißt das der Schuldner auf seine Gefahr und seine Kosten das Geld an den Gläubiger zu schicken hat. Zahlung vor der Lieferung (Anzahlung, Vorauszahlung)

- Zahl bei Lieferung (Barzahlung, Nachnahme)
- Zahlung nach der Lieferung (Zielkauf, Ratenkredit)

Kaufvertragsstörungen (Leistungsstörungen)

- Die Lieferung von Mangelhaften Sachen, liegt vor wenn die Kaufsache bei Gefahrübergang nicht die Vereinbarte Beschaffenheit hat oder auch eine zu geringe Menge (Mankolieferung) oder eine andere Sache (Falschlieferrung), in der Werbung bestimmte Eigenschaften des Produkts verspricht und dies nicht hält oder eine mangelhafte Montageanleitung beiliegt.
- **Verjährung der Mängelansprüche**
Ansprüche wegen Mängeln der Kaufsache (Mängelanspruch) verjähren 2 Jahre nach Ablieferung der Sache. Aber wenn der Verkäufer Mängel arglistig verschwiegen hat beträgt der Anspruch 3 Jahre.
- **Pflichtverletzung** der Verkäufer Liefert eine Sache die einen Mangel aufweist der behebbbar ist
- **Unmöglichkeit** der Verkäufer liefert eine Sache die einen Mangel aufweist der nicht behoben werden kann. Käufer kann vom Vertrag zurücktreten, Kaufpreis mindern, Schadensersatz statt Leistung

Verbrauchsgüterkauf

wenn ein Verbraucher von einem Unternehmen eine bewegliche Sache kauft liegt ein Verbrauchsgüterkauf vor.

bei der Versendung der Kaufsache geht die Gefahr erst mit Übergabe der Sache auf den Verbraucher über. Verjährungsfrist für Sachmängel 2 Jahre, Bei Gebrauchtsachen 1 Jahr. Zeigt sich innerhalb von 6 Monaten seit Gefahrübergang ein Sachmangel muß der Käufer nicht beweisen das die Sache einen Mangel hatte (Beweislast Umkehr).

Zweiseitiger Handelskauf

ergänzend zum allgemeinen Kaufrecht folgende Regelungen.

- Der Käufer hat die Ware unverzüglich nach der Ablieferung durch den Verkäufer zu untersuchen und wenn sich ein Mangel zeigt dem Verkäufer unverzüglich Anzeige zu machen (Rügepflicht).
- Unterbleibt die Anzeige so gilt die Ware als genehmigt es sei denn es liegt ein Mangel vor der bei der Untersuchung nicht erkennbar war (Versteckter Mangel) dieser muß unverzüglich geltend gemacht werden innerhalb von 2 Jahren.
- der Käufer muß die Beanstandete Ware aufbewahren (Aufbewahrungspflicht)
- bei Verderblicher Ware kann der Käufer ohne vorherige Androhung diese öffentlich versteigen lassen

Lieferungsverzug

Verzug des Lieferers als Warenschuldner

Leiste der Lieferer (Schuldner) auf eine Mahnung des Käufers (Gläubiger) nicht die nach dem Eintritt der Fälligkeit erfolgt so kommt er durch die Mahnung mit (Nachfristsetzung) in Verzug (Lieferungsverzug).

Einer Mahnung (Fristsetzung) bedarf es nicht:

Wenn für die Leistung eine Zeit nach dem Kalender bestimmt ist (Fixkauf bzw. Termikauf) oder der Schuldner die Leistung verweigert.

Rechte des Käufers bei Lieferungsverzug

- Recht auf Lieferung
- Recht auf Schadensersatz statt Leistung
- Recht auf Rücktritt vom Vertrag

Annahmeverzug = Verzug des Käufers als Warengläubiger
 der Käufer (Gläubiger) kommt in Verzug wenn er die Vereinbarungsgemäß angebotene Verkaufssache nicht annimmt.

Rechte des Lieferers bei Annahmeverzug

Der Lieferer (Schuldner) kann bei Annahmeverzug Ersatz bei Mehraufwendungen verlangen die er für das erfolglose Angebot wie Anlieferung der Ware sowie für Aufbewahrung und pflege der Kaufsache machen mußte.

Regelungen für Annahmeverzug bei Handelskauf

- Der Verkäufer kann die Ware auf Gefahr und Kosten des Käufers Lagern.
- Verkäufer kann selbst für den Verkauf der Ware sorgen (Selbsthilfeverkauf) hierbei gilt der Verkäufer kann nach vorheriger Androhung die Ware öffentlich versteigern lassen, aber der Verkäufer muß den Käufer über Zeit und Ort der Versteigerung vorher benachrichtigen.
- Der Verkäufer kann nach vorheriger Androhung wenn die Ware einen Börsen und Marktpreis hat den Verkauf aus freier Hand bewirken (öffentlich Ermächtigten Handelsmakler beauftragen).
- Bei verderblicher Ware entfällt die Pflicht der Androhung (Notverkauf)
- Der Verkäufer muß den Käufer über das Ergebnis des Verkaufs unverzüglich Benachrichtigen
- der Selbsthilfe Verkauf erfolgt für Rechnung des säumigen Käufers

Zahlungsverzug =Verzug der Käufers als Schuldner

- Zahlt ein Käufer auf eine Mahnung mit Fristsetzung des Lieferers (Gläubiger) nicht die nach dem Eintritt der Fälligkeit erfolgt so kommt er durch die Mahnung mit Fristsetzung in Zahlungsverzug.
- Die Mahnung steht der Erhebung der Klage auf Zahlung sowie die Zustellung des Mahnbescheides im Mahnverfahren gleich.
- Der Käufer kommt spätestens auch ohne Mahnung in Zahlungsverzug wenn er nicht innerhalb von 30 Tagen nach Fälligkeit und Zugang einer Rechnung zahlt.

Wegfall der Pflicht zum Zahlungsverzug

- Wenn für die Zahlung eine Zeit nach dem Kalender bestimmt ist (Fix oder Terminkauf) oder der Käufer die Zahlung verweigert.

Rechte des Verkäufers beim Zahlungsverzug

- Recht auf Zahlung auch mit Hilfe des Mahnbescheides
- Recht auf Schadensersatz statt Leistung
- Recht auf Rücktritt vom Vertrag

Verzugszinsen Regelung

- Eine Geldschuld ist während des Verzugs zu verzinsen (Verzugszinsen)
- Der Zinssatz beträgt 5% pro Jahr über dem Basis Zinssatz
- bei zweiseitigem (Kaufmann u. Kaufmann) beträgt der Zinssatz 8% per Anno über den Basiszinssatz (ist der Zinssatz für die jüngste Hauptrefinanzierungsoperation) = EZB 2,75%

Rechtsstellung des Kaufmanns

Eigenschaften des Istkaufmanns

- Kaufmann nach HGB kann grundsätzlich nur sein wer Selbständig ist und ein Gewerbe betreibt, die Tätigkeit muß auf Dauer angelegt sein und mit der Absicht ausgeübt werden Gewinn zu erzielen.
- Kaufmann ist wer ein Handelsgewerbe betreibt nach Handelsrechtsreformgesetz führt die Kaufmännische Betriebsführung zur Kaufmannseigenschaft unabhängig von der Eintragung ins Handelsregister, Kaufleute die sich entgegen der Vorschrift nicht haben eintragen lassen werden automatisch zu Kaufleuten.
- Ein Handelsgewerbe ist jeder Gewerbebetrieb es sei denn daß das Unternehmen nach Art und Umfang einen in Kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb nicht erfordert.

nach Art und Umfang

- hängt ab von der Art der Geschäftstätigkeit, vom Umsatzvolumen, Kapital, Kaufmännische Organisation

Kannkaufmann = Kaufmann kraft freiwilliger Eintragung

- hat Eintragungswahlrecht ins Handelsregister
- Kleingewerbe Treibende unabhängig von der Größe des Betriebes können sich als Kaufmann im H. Register eintragen lassen
- Eintragung kann auch wieder gelöscht werden
- Der Kleingewerbetreibende ist berechtigt aber nicht verpflichtet die Eintragung ins HR. herbei zu führen
- für den Kaufmann gilt das HGB
- für den Nichtkaufmann gilt das BGB

Kaufmann der Land und Forstwirtschaft

- hat auch das Eintragungswahlrecht
- hier keine Anwendung der Vorschriften des Istkaufmanns, bekommen erst durch Eintragung ins HR. die Kaufmannseigenschaft

Kaufmann Kraft Rechtsform (Formkaufmann)

- sind AG, KG's auf Aktien sowie GmbH, eingetragene Genossenschaften besitzen allein durch ihre Rechtsform die Kaufmannseigenschaft ohne Rücksicht auf den Geschäftszweck des Unternehmens

Vollmachten des Kaufmanns

Prokura = eine Umfassende Vollmacht in einem Handelsgewerbe im §1 die nur der Inhaber eines Unternehmens oder sein Gesetzlicher Vertreter erteilen kann
 Zum Prokuristen werden nur Vertrauenswürdige Mitarbeiter ernannt
 Sie ermächtigt zu allen Arten von Gerichtlichen oder außergerichtlich Geschäften und Rechtshandlungen die ein Betrieb eines Handelsgewerbe mit sich bringt.

⇒ **Einem Prokuristen ist es Gesetzlich**

- **Erlaubt:**

Kauf eines Betriebsgrundstückes, Aufnahme eines Darlehns, einstellen und entlassen von Mitarbeitern, Erteilung von Vollmachten

- **Verboten:**

Bilanzen und Steuererklärungen zu unterschreiben, einen Betrieb aufzulösen, Firma zu verändern, kein Insolvenzverfahren beantragen, keinen neuen Gesellschafter aufnehmen, und kein Prokura erteilen

Beginn des Prokura

Im Innenverhältnis

- mit der Ausdrücklichen Erklärung „Ich erteile ihnen Prokura mit Wirkung vom“

Im Außenverhältnis

- wenn der Dritte von der Prokura Erteilung Kenntnis erhalten hat, oder wenn sie im HR. eingetragen und veröffentlicht ist.

⇒ der Prokurist hat seine Namensunterschrift unter Angabe der Firma und eines der Prokura andeutenden Zusatzes (PPA) zur Aufbewahrung beim Gericht zu zeichnen

Arten der Prokura (§51 HGB)

Einzelprokura

- der Prokurist vertritt die Unternehmung allein.

Gesamtprokura

- mehrere Prokuristen vertreten ein Unternehmen Verträge werden nur gemeinsam abgeschlossen

Filiaprokura

- Prokura ist über eine Zweigniederlassung beschränkt

Prokura erlischt durch:

- Widerruf von Seiten des Geschäftsinhabers der ohne Rücksicht auf den Anstellungsvertrag jederzeit möglich ist.
- durch Beendigung des Dienstverhältnisses
- durch Auflösung oder Verkauf der Unternehmung
- durch den Tod des Prokuristen
- sie ist nicht übertragbar und erlischt nicht mit dem Tod des Inhabers

Handlungsvollmacht

- das der Handlungsbevollmächtigte nur Branchen bezogene Geschäfte vollzieht (Entlassungen, Verkauf von Erzeugnissen, Überweisungen an Lieferer)
- Die Handlungsvollmacht ist eine Vertretungsbefugnis die sich auf alle Geschäfte und Rechtshandlungen erstreckt die der Betrieb eines bestimmten Handelsgewerbe gewöhnlich mit sich bringt §54 HGB
- zu den Außergewöhnlichen Geschäftshandlungen bedarf der Handlungsbevollmächtigte einer besonderen Ermächtigung des Geschäftsinhabers (Aufnahme eines Darlehns, Veräußerung und Belastung eines Grundstücks, Führung von Prozessen)

Arten der Handlungsvollmacht

Gesamtvollmacht = Allgemeine Handlungsvollmacht

- berechtigt zur Ausführung aller Rechtshandlungen die gewöhnlich in diesem Geschäftszweig vorkommen (i.V. = in Vollmacht)

Artvollmacht

- berechtigt zur laufenden Ausführung von Rechtshandlungen einer bestimmten Art (i.V. oder i.A.)

Einzelvollmacht

- berechtigt zur Ausführung einer einzelnen Rechtshandlung (Einzug einer Rechnung, Führung eines Prozesses)

Erteilung der Vollmacht

- Handlungsvollmacht darf nicht nur der Kaufmann sondern auch ein Prokurist erteilen.
- Jeder Handlungsbevollmächtigte hat auch das Recht eine Untervollmacht als Art oder Einzelvollmacht zu geben.
- eine bestimmte Form der Erteilung einer Vollmacht ist nicht vorgeschrieben, aber auch stillschweigend Duldung
- wird mehreren Personen zusammen das Vertretungsrecht eingeräumt dürfen die Bevollmächtigten nur gemeinsam handeln

Erlöschen der Vollmacht

- durch Widerruf
- durch Tod des Handlungsbevollmächtigtem
- durch Beendigung des Rechtsverhältnisses (Dienstvertrag wird aufgelöst)
- durch Auflösung einer Unternehmung (Insolvenz)
- nach Durchführung des Vertrages bei Einzelvollmacht

Generalvollmacht

- ist nicht Gesetzlich geregelt sie ermächtigt zur Vertretung des Geschäftsinhabers in allen auch Außergewöhnlichen Geschäften, sie kann in ihrem Umfang die Prokura übertreffen.

Firma

Nach Handelsrecht muss man unterscheiden zwischen bürgerlichen Namen und der Firma als Geschäftsnamen (Name des Kaufmanns).

Die Firma wird durch Eintragung ins HR gegen eine missbräuchliche Nutzung geschützt.

Die Firma ist der Name eines Kaufmanns und muss zur Nutzung geeignet sein und sich von anderen Firmen unterscheiden und darf keine Angaben enthalten die über Geschäftliche Verhältnisse irre führen.

Merke:

- Unter der Firma betreibt der Kaufmann seine Geschäfte, gibt seine Unterschriften ab, kann Klagen und Verklagt werden.

Bezeichnung:

Personenname, Sachname, Phantasie Name oder auch Mischformen.

Einzelunternehmen und Kapitalgesellschaften und Personengesellschaften können unter Berücksichtigung der Firmengrundsätze jede beliebige Firmenname wählen.

Die vor dem 01.07.98 Eingetragenen Firmen können noch zum 31.03.03 unverändert so weitergeführt werden wie bisher. Danach muss der Firmenzusatz mit rein (z. B. GmbH, OHG,KG).

Firmenarten:

- Personenfirma besteht aus 1 oder mehreren Personennamen (Franz J. Braun)
- Sachfirma besteht aus der Sache (Bayrische Motorenwerke)
- Phantasiefirma besteht aus abgeleitete oder zu Werbewirksame Namen.

Firmengrundsätze:

- Bei der Gründung einer Unternehmung muss der Firmen Kern wahr sein. Bei Personenfirmen Name gleich Privat.
- Bei Sachfirmen muss das Sachgebiet Klar sein.

Firmenausschließlichkeit und Firmenschutz:

Ist eine Firma im HR Eingetragen so ist sie Geschützt.

Merke:

Jede neue Firma muss sich von allen anderen selben Ortes bereits bestehende und im HR Eingetragene Firmen deutlich unterscheiden.

Für Firmen mit über den Ort hinausgehende Bedeutung besagt das Wettbewerbsrecht (§16UWG) „Wer nicht nur am gleichen Ort sondern auch an einen anderen Ort eine Firma in der weise benutzt das Verwechselungen mit einer bestehenden Unternehmung möglich sind kann von der geschädigten Firma auf Unterlassung oder auf Schadensersatz Verklagt werden“.

Firmenbeständigkeit:

§21 HGB Die bisherige Firma kann beibehalten werden wenn der in der Firma enthaltene Namen des Geschäftsführers oder eines Gesellschafter durch Kauf, Erbschaft und oder Verpachtung wechselt.

Die Fortführung der bisherigen Firma kann beim wechseln des Inhabers mit oder ohne Zusatz der das Nachfolgeverhältnis ausdrückt erfolgen.

Vorraussetzung für die , Weiterführung der Firma ist die Einwilligung des Inhabers oder Erben.

Der neue Inhaber haftet für alle Geschäftsverbindlichkeiten des früheren Geschäftsinhabers aber auch der Bisherige Inhaber haftet die von ihm eingegangenen Verbindlichkeiten noch 5 Jahre. Eine andere Regelung ist nur wirksam wenn sie in HR eingetragen, bekannt gegeben oder durch Rundschreiben mitgeteilt worden ist.

Öffentlichkeit der Firma:

Die Firma muss der Öffentlichkeit Bekanntgegeben werden.

Jeder Kaufmann ist verpflichtet seine Firma alle Änderungen und das Erlöschen der Firma zur Eintragung ins HR anzumelden und die Eintragungen erten veröffentlicht.

Handelsregister:

Anmeldung und Zeichnungen müssen in Notarieller Form eingereicht werden. Wenn nicht kann eine zwangsweise Eintragung erfolgen mit Bußgeldern.

Eintragung ins HR:

- Firmenbezeichnung
- Name des Inhabers
- Namen der Gesellschafter oder Geschäftsführer
- Ort der Niederlassung
- Gegenstand der Unternehmung
- Prokuraerteilung und Löschung der Prokura
- Insolvenzeröffnung
- Namen der Vorstandsmitglieder einer AG
- Kapitalhöhe bei Kapitalgesellschaften und bei Kommanditisten
- Löschung erfolgt durch Rotunterstreichen im HR Blatt

Die Unterschriften der Zeichnungsberechtigte Personen müssen beim Amtsgericht hinterlegt werden.

Nicht Eintragsfähig sind:

Geschäftskapital eines Einzelunternehmers

Persönlich haftende Gesellschafter

Zahlungsfähigkeit eines Unternehmens

Gliederung der Handelsregister:

- Abteilung A oder auch Personalhandelsregister (Einzelunternehmen Personengesellschaften wie OHG, GmbH und Co KG)
- Abteilung B oder auch <Kapitalhandelsregister (Kapitalgesellschaften wie AG, GmbH Kommanditgesellschaft)
- Besondere Register auch Genossenschaftsregister z. B. Genossenschaften
- Partnerschaftsgesellschaften auch Partnerschaftsregister ist Zusammenschluss von Einzel Unternehmen

Wirkung der Eintragung im HR

Die Eintragungen im HR können Rechtserklärend (Deklariend) oder Rechtserzeugend (Konstituierend) Natur sein.

Deklaratorische Wirkung:

- Die Rechtswirkung kann bereits vor der Eintragung eingetreten sein, dann hat sie deklaratorische Wirkung (Rechtserklärend, Rechtserkundend)

Konstitutive Wirkung:

- Rechtserzeugende Wirkung, die Rechtswirkung tritt erst durch die Eintragung ein. Z. B. Eine Firma erhält erst den Firmenschutz durch die Eintragung im HR oder Kapitalgesellschaften entstehen erst nach Eintragung

Öffentlichkeit des Handelsregister

- Soll die Öffentlichkeit über wichtige Sachverhalte und Rechtsverhältnisse informieren.
- Jeder kann in das HR und in die eingereichten Schriften einsehen und Abschriften verlangen.
- Veröffentlichung der Eintragung hat das „Amtsgericht bekannt zugeben (Bundesanzeiger) und min. eine Zeitung im Amtsbezirk die jährlich vom Gericht ausgewählt wird.

Merke:

- Steht bei der Beteiligung nicht das Kapital sondern die Person als Gesellschafter im Vordergrund handelt es sich um eine Personengesellschaft. Die Gesellschafter leiten die Gesellschaft grundsätzlich persönlich und haften für die schulden der Gesellschaft.

Vorteile der Einzelunternehmung

Freie und rasche Entscheidungen möglich, keine Meinungsverschiedenheit, größere Beweglichkeit auf den Markt, größere Anpassungsmöglichkeit und der Gewinn muss nicht geteilt werden.

Vorteile der Gesellschaftsunternehmung

Risiko der Haftung verteilt sich auf mehrere Personen, Kapitalkraft kann durch Aufnahme von Gesellschaftern erhöht werden, Kredite aufnehmen, qualifizierte Führungskräfte.

OHG Offene Handelsgesellschaft

Min 2 Gesellschafter eines Handelsgewerbe unter einer Gemeinsamen Firma betreiben und jeder Gesellschafter haftet persönlich für die Schulden der Gesellschaft mit seinen Geschäfts und Privatvermögen.

Haftungsarten

- Unbeschränkt
- Privat und Geschäftsvermögen
- Unmittelbar

Die Gläubiger müssen sich nicht an die OHG wenden, sondern gleich an die Gesellschafter.

Solidarisch

Einer für alle, alle für einen. Gesamtschuldnerisch (einer macht Scheiße und an einen anderen wendet sich der Schuldner)

Recht zur Geschäftsführung

- Recht auf Gewinnanteil sofern nichts anderes Vertraglich vereinbart ist hat jeder Gesellschafter das Recht auf 4% seines Kapitalanteiles und der Restgewinn auf pro Kopfanteil. Ist der Gewinnanteil kleiner müssen andere Prozentanteile vereinbart werden.
- Privatentnahmen kann jeder Gesellschafter bis zu 4 % seines zu Beginn des Geschäftsjahres vorhandenen Kapitalanteiles tätigen. Mehr müssen die anderen Gesellschafter zustimmen.
- Jeder Gesellschafter kann sich über alle anderen Gesellschafter Informieren und die Bücher einsehen.

Rechte zur Kündigung

- Die Kündigung eines Gesellschafter kann zum Jahresende erfolgen. Muss aber 6 Monate Kündigungsfrist eingehalten werden

Anspruch auf Liquidationsanteil

- Bei Auflösung ist das verbleibende Vermögen nach Abzug der Schulden im Verhältnis des Kapitalanteiles der Gesellschafter zu verteilen.

Pflichten der Gesellschafter

- Die Kapitalanteile der einzelnen Gesellschafter werden auf unterschiedliche Konten gebucht, das Privatkapital geht aber in Gesellschaftskapital über,
- Wettbewerbsverbot (nicht Erlaubt Arbeiten nebenbei laufen zu lassen)

Auflösungsgründe

- Eine OHG wird aufgelöst
- Zeitablauf
- Beschluss der Gesellschafter
- Eröffnung eines Insolvenzverfahrens

Ausscheiden eines Gesellschafters

- Kündigung
- Tod
- Gerichtliche Entscheidungen

Kommanditgesellschaft KG

Von 2 oder mehrere Gesellschafter unter einer gemeinsamen Firma gegründet. Einer ist Komplementär (Vollhafter) und mindestens einer als Kommanditist (Teilhafter haftet nur mit Einlage) KG hat den Vorteil zur OHG dass der Komplementär weitgehend allein entscheidet.

Rechte und Pflichten Analog mit OHG.

GmbH

Kapitalgesellschaft als juristische Person deren Gesellschafter nur mit ihrer Einlage haften. Kann zu jedem gesetzlichen zulässigen Zweck durch eine oder mehrere Personen errichtet werden. IT Buch Seite 12

Nach dem GmbH Gesetz sind folgende

Höhe des Stammkapitals muss mindestens 25'000 Euro betragen und die Stammeinlage bezieht sich auf je Gesellschafter der mindestens 100 Euro betragen. Ist man alleine muss man auch alleine die 25'000 Euro aufbringen. Sind es 260 Gesellschafter so ist die Einlage 26'000 Euro. Der Gesellschaftervertrag ist notariell zu beurkunden und muss ins HR eingetragen werden in Abt. B. Die Eintragung kann erst erfolgen wenn das Stammkapital mindestens die Hälfte eingezahlt werden in Geld oder Sacheinlagen.

Kaduzierung = Kraftloserklärung (Verkauf von Geschäftsanteile eines Gesellschafter)

Subsidiäre Haftung =(Hilfe leistend, den Fehlenden Betrag ersetzen)

Rechte der Gesellschafter:

- Recht auf Anteil an Gewinn: Verteilung im Verhältnis der Geschäftsanteile (Falls die Satzung nichts anderes vorsieht).
- Stimmrecht in der Gesellschafterversammlung, Stimmrecht auch nach Geschäftsanteile

Pflichten

- Einlagepflicht und die beschränkte Haftpflicht
- Nachschusspflicht falls die Satzung es vorsieht (Haftungsänderungen)

Was muss in den Gesellschaftervertrag?

- Firma und Sitz der Gesellschaft
- Gegenstand der Unternehmung
- Betrag des Stammkapital und die Stammeinlage jedes Einzelnen

Organe der GmbH

- Geschäftsführer
- Aufsichtsrat
- Gesellschafterversammlung

Geschäftsführer:

**Geschäftsführung nach innen und die Vertretung nach außen (Ins HR Einzutragen).
Gesellschafterversammlung bestellt einen oder mehrere Geschäftsführer die zugleich auch Gesellschafter sind.**

Aufsichtsrat:

- Überwachung der Geschäftsführung
- Prüfung des Jahresabschlusses
- Lagebericht (Tendenzen der Firma)
- Fertigung des Berichtes für die Gesellschafterversammlung
- Aufsichtsrat ist nur gesetzlich vorgeschrieben für Gesellschaften mit über 500 Arbeitnehmern

Gesellschafterversammlung:

- Feststellung des Jahresabschlusses und Verwendung des Ergebnisses aber auch die Bestellung und Abberufung von Geschäftsführern
- Überwachung der Geschäftsführung
- Bestellung von Prokuristen und Handlungsbevollmächtigten
- Satzungsänderungen

Aktiengesellschaft AG

Ist eine Kapitalgesellschaft ist eine juristische Person die aus Aktien besteht und ein Aktien und die Teilhaber sind Aktionäre die nur mit Ihrer Einlage haften.

Die Haftung beschränkt sich auf den Aktienvermögen Grundkapital min. 50'000 Euro

Vorraussetzungen:

- Zur Gründung einer AG sind eine oder mehrer Personen und Grundkapital von min 50'000 Euro (Gezeichnetes Kapital) in Bar oder Sachgütern das Grundkapital ist die Summe der zum Nennwert ausgegebenen Aktie.
- Die Satzung muss Notariellen Beurkundung werden

Rechte:

- Stimmrecht nach Aktienanteilen
- Auskunftsrecht in der Hauptversammlung
- Recht auf Anteil von Gesellschaftsvermögen bei einer Auflösung
- Recht auf Anteil vom Gewinn (Dividende)

Pflichten

- Zur Kapitaleinlage
- Beschränkte Haftpflicht in Höhe der Einlagen (Nennbetrag)

Organe

Vorstand:

- (Leitende Organ) vom Aufsichtsrat bestellt für Höchstens 5 Jahre gegen ein Festes Gehalt und Gewinnanteile. Die Wiederwahl ist immer möglich.

Aufsichtsrat:

- Überwachung
- Je nach Höhe des Grundkapital aus min 3 und höchstens 23 Mitglieder die für 4 Jahre Gewählt werden. Sie bekommen ein Aufwandsentschädigung (Tantiemen).

Hauptversammlung:

- Beschlossene Organ, Absegnung der Beschlüsse z. B. Satzungsänderung (3/4 müssen dafür sein,
- Aktionären bestehend
- Aktiennennwerte Abgestimmt und die Beschlüsse unterliegen der Notariellen Beurkundung.
- Aufgaben Siehe GmbH (Gesellschaftsversammlung)