

<b>I</b>	<b>Die Wirtschaft betrifft uns alle</b>	<b>7</b>	2.6	Rechnungswesen	69
			2.7	Unternehmensführung	70
	<b>Grundlagen des Wirtschaftens</b>	<b>8</b>		<b>Themenübergreifendes Fallbeispiel</b>	<b>77</b>
1	Bedürfnisse und die Wirtschaft	10			
2	Güter	13	<b>III</b>	<b>Der Konsument als Käufer</b>	<b>79</b>
3	Wirtschaften	16			
3.1	Wirtschaftlichkeitsprinzip	16		<b>Phasen beim Kaufen und Verkaufen</b>	<b>80</b>
3.2	Wirtschaftsteilnehmer	18	1	Anbahnung des Kaufvertrages	82
3.3	Wirtschaftskreislauf	19	1.1	Anpreisung des Verkäufers	83
	<b>Der Markt</b>	<b>25</b>	1.2	Anfrage des Käufers	84
1	Arbeitsteilung	26	1.3	Angebot des Verkäufers	87
1.1	Entwicklung der Arbeitsteilung	26	1.3.1	Arten von Angeboten: unverlangt oder verlangt	87
1.2	Arten der Arbeitsteilung	27	1.3.2	Arten von Angeboten: verbindlich oder unverbindlich	87
2	Angebot und Nachfrage auf Märkten	30	1.4	Bestellung des Käufers	90
3	Marktarten	31	2	Abschluss des Kaufvertrages (Annahme des Angebots)	91
4	Preisbildung auf dem Markt	33	2.1	Formen des Vertragsabschlusses	91
4.1	Nachfrageseite	34	2.2	Rechtliche Voraussetzungen eines gültigen Kaufvertrages	94
4.2	Angebotsseite	35	3	Erfüllung des Kaufvertrages	97
4.3	Preisbildung	35		<b>Gesetzliche Grundlagen</b>	<b>103</b>
4.4	Weitere Faktoren der Preisbildung	36	1	Vertragspartner und Geschäftsarten	104
5	Märkte in verschiedenen Wirtschaftsordnungen	38	2	Geltende Gesetze	105
5.1	Freie Marktwirtschaft	38	3	Weitere wichtige Vertragstypen	106
5.2	(Öko-) Soziale Marktwirtschaft	39		<b>Vertragsabschluss im Fernabsatz und E-Commerce</b>	<b>111</b>
5.3	Planwirtschaft	40	1	Fernabsatz und E-Commerce	112
			2	Besonderheiten beim Vertragsabschluss im Internet	112
<b>II</b>	<b>Ein Praxisblick ins Unternehmen</b>	<b>47</b>	3	Beschränkung der Risiken beim E-Commerce	113
				<b>Rücktrittsrechte (Widerrufsrechte)</b>	<b>119</b>
	<b>Das Unternehmen und sein Umfeld</b>	<b>48</b>	1	Grundsätzliche Regelungen	120
1	Unternehmen, Betrieb, Firma	49	2	Besondere Rücktrittsrechte für Konsumenten	122
2	Betriebsarten	50		<b>Themenübergreifendes Fallbeispiel</b>	<b>128</b>
2.1	Betriebsarten nach der Leistungserstellung	51	<b>IV</b>	<b>Das Unternehmen als Käufer und Verkäufer</b>	<b>131</b>
2.2	Betriebsarten nach der Betriebsgröße	51			
2.3	Betriebsarten nach der Branche	51		<b>Bestandteile des Kaufvertrages</b>	<b>132</b>
3	Stakeholder und Umfeld eines Unternehmens	55	1	Gesetzliche Bestandteile des Kaufvertrages	134
	<b>Leistungserstellung im Unternehmen</b>	<b>62</b>	1.1	Bestimmter Verkäufer und Käufer	134
1	Faktoren der Leistungserstellung	63	1.2	Qualität (Produktart)	134
1.1	Menschliche Arbeitsleistung	64	1.3	Quantität (Menge)	139
1.2	Anlagevermögen	64	1.3.1	Mengenangaben	139
1.3	Umlaufvermögen	65	1.3.2	Das Gewicht der Verpackung	140
2	Bereiche der Leistungserstellung	67			
2.1	Beschaffung	67			
2.2	Produktion (Leistungserstellung)	68			
2.3	Absatz (Vertrieb)	68			
2.4	Lager	69			
2.5	Personalwesen	69			

1.3.3 Gewichts- und Mengenabzüge	140	2.4 Zahlung per Nachnahme	211
1.4 Preis	141	3 Zahlungskarten	212
1.4.1 Preisfestsetzung	141	3.1 Debitkarte	212
1.4.2 Preisnachlässe („Rabatt“) und Preisabzüge („Skonto“)	142	3.2 Kreditkarte	214
1.4.3 Preisangaben und Umsatzsteuer	142	3.3 Prepaidkarte	216
1.4.4 Preiskalkulation: Bezugskalkulation und Absatzkalkulation	143	4 Zahlung mit dem Computer	218
2 Regelmäßig vorkommende kaufmännische Bestandteile	147	4.1 Electronic Banking (E-Banking)	218
2.1 Lieferbedingungen	147	4.2 Zahlung beim Onlineshopping	220
2.1.1 Erfüllungszeit der Lieferung	148	5 Zahlung mit dem Handy (M-Payment)	221
2.1.2 Erfüllungsort der Lieferung	149	Themenübergreifendes Fallbeispiel	227
2.1.3 Risiko- und Kostenübergang	149		
2.2 Zahlungsbedingungen	153	<b>VI Wenn Verkäufer oder Käufer unzuverlässig sind</b>	229
2.2.1 Erfüllungszeit der Zahlung	153	<b>Unzuverlässige Verkäufer</b>	230
2.2.2 Erfüllungsort der Zahlung	156	1 Lieferverzug	231
2.2.3 Zahlungsform	156	1.1 Eintritt des Lieferverzugs	231
3 Sonstige kaufmännische Bestandteile	158	1.2 Rechte des Käufers bei Lieferverzug	232
4 Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	161	1.3 Schriftliche Kommunikation bei Lieferverzug	234
4.1 Inhalt der AGB	161	2 Lieferung mangelhafter Produkte	237
4.2 Geltung der AGB	162	2.1 Arten von Mängeln	237
4.3 Gefahren der AGB	162	2.2 Feststellung und Bekanntgabe von Mängeln	238
<b>Von der Anbahnung bis zur Erfüllung von Kaufverträgen in Unternehmen (inkl. Schriftverkehr)</b>	167	2.3 Rechte des Käufers bei mangelhaften Produkten	239
1 Anbahnung von Kaufverträgen	168	2.3.1 Gewährleistung	239
1.1 Anpreisung des Verkäufers	168	2.3.2 Garantie	243
1.2 Anfrage des Käufers	169	2.3.3 Produkthaftung	243
1.3 Angebot des Verkäufers	173	2.4 Schriftliche Kommunikation bei der Lieferung mangelhafter Produkte	244
1.3.1 Angebote verfassen	173	3 Fehlerhafte Rechnung	248
1.3.2 Angebote vergleichen	177	<b>Unzuverlässige Käufer</b>	255
1.3.3 Rückfragen zum Angebot und Gegenangebot	178	1 Annahmeverzug	256
2 Abschluss von Kaufverträgen	178	1.1 Eintritt des Annahmeverzugs	256
2.1 Bestellung des Käufers	178	1.2 Rechte des Verkäufers bei Annahmeverzug	256
2.2 Auftragsbestätigung	182	1.3 Schriftliche Kommunikation bei Annahmeverzug	257
3 Erfüllung von Kaufverträgen	185	2 Zahlungsverzug	260
3.1 Lieferung der Produkte	185	2.1 Eintritt des Zahlungsverzugs	260
3.2 Rechnungslegung	187	2.2 Rechte des Verkäufers bei Zahlungsverzug	260
3.3 Annahme der Produkte	189	2.3 Das Mahnwesen	261
3.4 Zahlung der Rechnung	189	2.4 Schriftliche Kommunikation bei Zahlungsverzug	264
Themenübergreifendes Fallbeispiel	195	Themenübergreifendes Fallbeispiel	272
<b>V Bezahlen in der Praxis</b>	197	<b>VII Fächerübergreifende Case Study</b>	275
<b>Zahlungsformen</b>	198	Themenbereich Unternehmerisches Umfeld	277
1 Barzahlung	199	Themenbereich Kaufvertrag	279
2 Zahlung unter der Verwendung von Girokonten	202	Themenbereich Rechnungswesen und Controlling	282
2.1 Wichtiges rund um das Girokonto	203		
2.2 Zahlungsanweisung	207	Stichwortverzeichnis	285
2.3 SEPA-Dauerauftrag und SFPA-I Lastschriftverfahren	209	Bildnachweis	288