

# Inhaltsverzeichnis

## Lerngebiet 11.1 Volkswirtschaftliche Zusammenhänge erläutern

<b>1</b>	<b>Handeln der Wirtschaftssubjekte unter Aspekten des Wohlstands und der Nachhaltigkeit analysieren</b>	<b>13</b>
1.1	Wirtschaftsteilnehmer Haushalt, Unternehmen und Staat	15
1.2	Konsumverhalten der Menschen	15
1.2.1	Problemstellung	15
1.2.2	Ökonomische und ökologische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten	16
1.2.3	Veränderung der Konsumwünsche	17
1.2.4	Fehlentwicklungen im Konsumverhalten	18
1.3	Entstehung von Nachfrage herleiten	19
1.3.1	Begriff und Arten der Bedürfnisse	19
1.3.2	Bedarf	22
1.3.3	Nachfrage	22
1.4	Güter als Mittel der Bedürfnisbefriedigung verstehen	25
1.4.1	Begriff Güter	25
1.4.2	Arten der Güter	25
1.5	Konsumenten- und Produzentenentscheidungen	26
1.5.1	Notwendigkeit des wirtschaftlichen Handelns	26
1.5.2	Ökonomisches Prinzip	27
1.6	Homo oeconomicus und menschliches Verhalten in der Realität	28
1.7	Nachhaltiges Wirtschaften als zentrales Leitbild der Umweltschutzpolitik	31
1.7.1	Grundlagen des nachhaltigen Wirtschaftens	31
1.7.2	Umsetzung des Prinzips der Nachhaltigkeit	32
1.7.3	Agenda 2030	32
<b>2</b>	<b>Zusammenwirken der Wirtschaftssubjekte im Wirtschaftskreislauf analysieren</b>	<b>37</b>
2.1	Einfacher Wirtschaftskreislauf	38
2.2	Erweiterter Wirtschaftskreislauf	39
2.3	Vollständiger Wirtschaftskreislauf	40
2.4	Kritik am Modell des Wirtschaftskreislaufs	43
<b>3</b>	<b>Funktionsweise von Gütermärkten unter Berücksichtigung der Auswirkungen staatlichen Handelns erläutern</b>	<b>46</b>
3.1	Markt als Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage	47
3.2	Marktmacht nach der Anzahl der Marktteilnehmer	48
3.3	Voraussetzungen des vollkommenen Marktes	49
3.4	Bestimmungsfaktoren von Nachfrage- und Angebotsverhalten	51
3.4.1	Individuelles und idealtypisches Nachfrageverhalten bei Preis- und Einkommensveränderungen	51
3.4.1.1	Bestimmungsfaktoren des individuellen und idealtypischen Nachfrageverhaltens	51
3.4.1.2	Atypisches (anomales) Nachfrageverhalten	52
3.4.1.3	Preiselastizität der Nachfrage	53
3.4.1.4	Gesamtnachfrage für ein Gut (Marktnachfrage)	54
3.4.1.5	Nachfrageverschiebungen	55

3.4.2	Verhalten von Anbietern bei Preisänderungen unter Anwendung der Kenntnisse aus dem Nachfrageverhalten schlussfolgern	56
3.4.2.1	Individuelles Angebot	56
3.4.2.2	Kosten und Kostenstruktur des Anbieters als Bestimmungsfaktor des Angebots	56
3.4.2.3	Gewinnschwelle (Break-even-Point) als Bestimmungsfaktor des Angebots	58
3.4.2.4	Gesetz des Angebots	59
3.4.2.5	Gesamtangebot für ein Gut (Marktangebot)	60
3.4.2.6	Angebotsverschiebungen	60
3.5	Ermittlung des Gleichgewichtspreises im Modell der vollständigen Konkurrenz	64
3.6	Wechselwirkungen von Angebots- und Nachfrageveränderungen und Funktionen des Gleichgewichtspreises	66
3.6.1	Wechselwirkungen zwischen Angebot, Nachfrage und Preis	66
3.6.2	Funktionen des Gleichgewichtspreises	67
3.7	Anlässe und Wirkungen staatlicher Eingriffe in die Preisbildung	71
3.7.1	Marktkonforme Staatseingriffe	72
3.7.2	Marktkonträre Staatseingriffe	74
<b>4</b>	<b>Idealtypische Wirtschaftsordnungen analysieren und Stellung zur Sozialen Marktwirtschaft in der Bundesrepublik Deutschland nehmen</b>	<b>80</b>
4.1	Begriff der Wirtschaftsordnung	81
4.2	Freie Marktwirtschaft als idealtypische Wirtschaftsordnung	81
4.2.1	Begriff freie Marktwirtschaft	81
4.2.2	Nachteile der freien Marktwirtschaft	84
4.3	Zentralverwaltungswirtschaft als idealtypische Wirtschaftsordnung	85
4.3.1	Funktionsweise des Modells	85
4.3.2	Ordnungsmerkmale (Grundvoraussetzungen) des Modells	87
4.4	Vergleich der beiden idealtypischen Wirtschaftsordnungen	87
4.5	Soziale Marktwirtschaft als Wirtschaftsordnung in der Bundesrepublik Deutschland	89
4.5.1	Grundlagen der Sozialen Marktwirtschaft	90
4.5.2	Ordnungsmerkmale der Sozialen Marktwirtschaft	90
4.5.3	Regulierungen durch Staatseingriffe	93
<b>5</b>	<b>Aus ausgewählten gesamtwirtschaftlichen Problemfeldern die Notwendigkeit der Wirtschaftspolitik ableiten</b>	<b>97</b>
5.1	Begriff Wirtschaftspolitik	98
5.2	Magisches Viereck: Ziele des Stabilitätsgesetzes sowie deren Messgrößen und Zielerreichungsgrade	99
5.2.1	Überblick	99
5.2.2	Stetiges und angemessenes Wirtschaftswachstum	101
5.2.3	Stabilität des Preisniveaus	101
5.2.3.1	Grundlegendes	101
5.2.3.2	Begriff und Berechnung des Verbraucherpreisindex	102
5.2.3.3	Beziehungen zwischen Änderung des Preisniveaus und der Kaufkraft des Geldes	104
5.2.3.4	Kritik am Verfahren zur Messung von Preisniveauperänderungen	105
5.2.3.5	Auswirkungen einer Inflation	105
5.2.4	Hoher Beschäftigungsstand	108
5.2.5	Außenwirtschaftliches Gleichgewicht	108
5.2.6	Magisches Sechseck	109

<b>6</b>	<b>Ziele, Motive der Akteurinnen und Akteure und die Instrumente der Wirtschaftspolitik in der Bundesrepublik Deutschland erläutern</b>	<b>116</b>
6.1	Offene und verdeckte Arbeitslosigkeit	117
6.2	Indikatoren zur Messung der Arbeitslosigkeit	118
6.3	Formen der Arbeitslosigkeit	119
6.4	Beschäftigungspolitische Instrumente (Beispiele)	121
6.4.1	Bekämpfung der konjunkturellen Arbeitslosigkeit	121
6.4.2	Bekämpfung der strukturellen Arbeitslosigkeit	121
6.5	Aktuelle Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt: Der digitale Wandel	124
<b>7</b>	<b>Beziehungen zwischen wirtschaftspolitischen Zielen beschreiben</b>	<b>129</b>
7.1	Zielbeziehungen als Ausgangspunkt für „vernetztes Denken“ im Rahmen der Wirtschaftspolitik	130
7.2	Zielharmonie	130
7.3	Zielkonflikte	131

## Lerngebiet 11.2 Betriebswirtschaftliche Zusammenhänge erläutern

<b>1</b>	<b>Ausgehend von einer Geschäftsidee Ziele und Zielbeziehungen von Unternehmen erläutern und die Interessen der Anspruchsgruppen des Unternehmens analysieren</b>	<b>135</b>
1.1	Unternehmensgründung auf Basis einer Geschäftsidee	136
1.1.1	Gewinnung einer Geschäftsidee und die Entwicklung von Unternehmenszielen	136
1.1.2	Prüfung der persönlichen und fachlichen Voraussetzungen	138
1.1.3	Ermittlung der sachlichen Voraussetzungen	139
1.1.4	Analyse der rechtlichen Grundlagen	141
1.1.5	Klärung des Finanzierungsbedarfs	143
1.1.6	Beurteilung der privaten und beruflichen Chancen sowie der Risiken der unternehmerischen Selbstständigkeit	144
1.2	Ziele und Zielbeziehungen von Unternehmen	147
1.2.1	Unternehmensleitbild	148
1.2.2	Unternehmensziele	148
1.3	Anspruchsgruppen des Unternehmens	154
1.3.1	Problemstellung	154
1.3.2	Shareholder-Konzept	154
1.3.3	Stakeholder-Konzept	156
1.3.4	Vergleich des Shareholder-Konzepts mit dem Stakeholder-Konzept	158
<b>2</b>	<b>Funktionsbereiche und Aufgaben eines Unternehmens beschreiben sowie die Aufbauorganisation wiedergeben</b>	<b>160</b>
2.1	Funktionsbereiche eines Unternehmens am Beispiel des Industriebetriebs	160
2.2	Aufgabenbereiche eines Unternehmens am Beispiel des Industriebetriebs	162
2.2.1	Betriebliche Produktionsfaktoren	162
2.2.2	Aufgabenbereiche eines Industriebetriebs	163
2.3	Aufbauorganisation	165
2.3.1	Aufgabengliederung	165
2.3.2	Stellen und Abteilungen	165
2.3.3	Organisationsplan (Organigramm)	166

<b>3</b>	<b>Bedeutung der Rechtsform eines Unternehmens und seine Firmierung erläutern</b>	<b>169</b>
3.1	Handelsrechtliche Grundlagen der Unternehmung	169
3.1.1	Kaufmann	170
3.1.2	Handelsregister	172
3.1.3	Firma	173
3.2	Rechtsformen	176
3.3	Einzelunternehmung	178
3.4	Offene Handelsgesellschaft (OHG)	180
3.4.1	Begriff, Gründung, Entstehung und Firma	180
3.4.2	Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Vertretung, Haftung, Gewinn- und Verlustbeteiligung, Auflösung	181
3.4.3	Vor- und Nachteile der OHG	186
3.5	Kommanditgesellschaft (KG)	189
3.5.1	Begriff, Gründung und Firma	189
3.5.2	Pflichten und Rechte der Komplementäre	190
3.5.3	Pflichten und Rechte der Kommanditisten	190
3.5.4	Auflösung der KG	192
3.5.5	Vor- und Nachteile der KG	194
3.6	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	197
3.6.1	Begriff, Gründung und Firma	198
3.6.2	Eigenkapitalaufbringung	200
3.6.3	Haftung	200
3.6.4	Geschäftsführung und Vertretung	201
3.6.5	Gewinn- und Verlustbeteiligung	201
3.6.6	Auflösung und Bedeutung der GmbH	202
3.6.7	Unternehmergesellschaft als Sonderform der GmbH	203
3.7	Aktiengesellschaft (AG)	206
3.7.1	Begriff, Gründung und Firma	206
3.7.2	Eigenkapitalaufbringung, Haftung, Gewinn- und Verlustbeteiligung	207
3.7.3	Organe der AG	207
3.7.4	Auflösung und Bedeutung der AG	208
<b>4</b>	<b>Markt des Unternehmens beschreiben, Konkurrenz analysieren und die Wahl des Standorts diskutieren</b>	<b>212</b>
4.1	Kunden als zentrale Marktteilnehmer	213
4.1.1	Kundenanalyse	213
4.1.2	Kundeninformationssystem	214
4.2	Wettbewerber als zentrale Marktteilnehmer	216
4.2.1	Wettbewerberanalyse	216
4.2.2	Stärken-Schwächen-Analyse	217
4.2.3	Benchmarking	218
4.3	Wahl des Standorts	220
4.3.1	Erläuterung der Standortfaktoren	221
4.3.2	Durchführung einer Standortbestimmung mithilfe der Nutzwertanalyse	223
<b>5</b>	<b>Eine einfache Gewinnvorschau erstellen und deren Wirkung auf die Bilanz herausarbeiten</b>	<b>226</b>
5.1	Begriffe Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung	227
5.1.1	Bilanz	227
5.1.2	Gewinn- und Verlustrechnung (GuV-Rechnung)	228
5.2	Einfache Gewinnvorschau	229
5.3	Beziehungen zwischen Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung	230

<b>6</b>	<b>Unterschiedliche Finanzierungsmöglichkeiten beschreiben</b>	232
6.1	Begriff Finanzierung	233
6.2	Überblick über die Formen der Finanzierung	233
6.3	Einlagenfinanzierung	234
6.4	Selbstfinanzierung	235
6.5	Fremdfinanzierung (Kreditfinanzierung)	236
6.5.1	Begriff Fremdfinanzierung	236
6.5.2	Formen der Fremdfinanzierung	236
<b>7</b>	<b>Zustandekommen eines Kaufvertrags herausarbeiten und von einer weiteren Vertragsart abgrenzen</b>	239
7.1	Begriff Kaufvertrag	240
7.2	Zweiseitiger Handelskauf	240
7.3	Verbrauchsgüterkaufvertrag (einseitiger Handelskaufvertrag)	240
7.3.1	Begriff Verbrauchsgüterkaufvertrag	240
7.3.2	Abschluss eines Verbrauchsgüterkaufvertrags	241
7.3.3	Rechte und Pflichten von Verkäufer und Käufer	242
	7.3.3.1 Verpflichtungsgeschäft	243
	7.3.3.2 Erfüllungsgeschäft	243
7.4	Abgrenzung des Verbrauchsgüterkaufs von einer weiteren Vertragsart am Beispiel des Darlehensvertrags	245
<b>8</b>	<b>Rechtsfolgen einer Schlechtleistung bestimmen</b>	247
8.1	Rechtsfolgen einer Schlechtleistung bei einem beiderseitigen Handelskauf	248
8.1.1	Begriff Schlechtleistung (mangelhafte Lieferung) und die Arten von Mängeln	248
8.1.2	Rechte des Käufers (Gewährleistungsrechte)	250
8.2	Rechtsfolgen einer Schlechtleistung bei einem einseitigen Handelskauf (Verbrauchsgüterkauf)	253

## **ANHANG: METHODEN UND HANDLUNGSERGEBNISSE**

<b>1</b>	<b>Methoden zur Ideenfindung</b>	259
1.1	Klassisches Brainstorming	259
1.2	Brainwriting	260
<b>2</b>	<b>Methoden zur Bearbeitung der Unterrichtsvorschläge</b>	262
2.1	Projektaufgaben	262
2.2	Rollenspiel	263
2.3	Expertenbefragung	264
<b>3</b>	<b>Methoden zur Erstellung abiturrelevanter Handlungsergebnisse</b>	265
3.1	Mindmap	265
3.2	Übersichtsmatrix	266
3.3	Forderungskatalog	267
3.4	Maßnahmenplan	268
3.5	Beschlussvorlage	270
3.6	Leserbrief/Blog	270
3.7	Positionspapier	271
3.8	Erörterung	272
3.9	Wirkungs- und Kausalkette	274
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	275