

Inhaltsverzeichnis

Lerngebiet 1: Ökonomische Aspekte der sozialen Marktwirtschaft untersuchen

1 Motive ökonomischen Handelns	11
1.1 Bedürfnisse.....	11
1.1.1 Begriff Bedürfnisse	11
1.1.2 Arten der Bedürfnisse (Auswahl).....	11
1.2 Bedarf	14
1.3 Nachfrage	14
1.4 Güter	15
1.4.1 Begriff Güter	15
1.4.2 Arten der Güter	15
1.5 Ökonomisches Prinzip.....	16
1.6 Volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren.....	21
1.6.1 Begriff Produktionsfaktoren	21
1.6.2 Produktionsfaktor Natur	22
1.6.3 Produktionsfaktor Arbeit	22
1.6.4 Produktionsfaktor Kapital	23
1.6.4.1 Begriff Kapital und die Kapitalbildung	23
1.6.4.2 Kapitalbildung und Investition.....	25
1.6.5 Produktionsfaktor Bildung	25
2 Markt und Preis	29
2.1 Grundbegriffe	29
2.1.1 Markt als Koordinationsinstrument.....	29
2.1.2 Nachfrageverhalten	31
2.1.3 Anbieterverhalten	34
2.2 Marktformen.....	37
2.3 Preisbildung	39
2.3.1 Preisbildung bei vollständiger Konkurrenz.....	39
2.3.1.1 Vollkommener Markt	39
2.3.1.2 Gleichgewichtspreis	40
2.3.1.3 Preismechanismus	43
2.3.2 Preisbildung des Angebotsmonopols.....	50
2.3.2.1 Preisbildung des vollkommenen Angebotsmonopols	50
2.3.2.2 Preisbildung des unvollkommenen Angebotsmonopols	53
2.3.3 Preisbildung des Angebotsoligopolis	54
2.3.3.1 Begriffe	54
2.3.3.2 Preisbildung des unvollkommenen Angebotsoligopolis	54
2.4 Funktionen des Preises	60
3 Wirtschaftskreislauf	62
3.1 Einfacher Wirtschaftskreislauf	62
3.2 Erweiterter Wirtschaftskreislauf	63
3.3 Kritik am Modell des Wirtschaftskreislaufs	65

4	Soziale Marktwirtschaft	69
4.1	Begriff der Wirtschaftsordnung	69
4.2	Entstehung der sozialen Marktwirtschaft in der Bundesrepublik Deutschland	70
4.3	Dualismus als geistige Grundlage der sozialen Marktwirtschaft	72
4.4	Grundgesetz und soziale Marktwirtschaft	74
4.5	Herausforderungen der sozialen Marktwirtschaft	80
4.6	Eingriffsmöglichkeiten des Staates	83
4.6.1	Wettbewerbspolitik	83
4.6.1.1	Auswirkungen von Kooperation und Konzentration	83
4.6.1.2	Sicherung des Wettbewerbs	86
4.6.2	Arbeitsordnung	90
4.6.2.1	Tarifvertrag	90
4.6.2.2	Mitbestimmung	93
4.6.3	Sozialordnung	98
4.6.3.1	Sozialpolitische Aktivitäten des Staates	98
4.6.3.2	Arbeitsschutzpolitik	99
4.6.3.2.1	Überblick	99
4.6.3.2.2	Jugendarbeitsschutz als Beispiel für den sozialen Arbeitsschutz	101
4.6.3.2.3	Geräte- und Produktsicherheit als Beispiel für den Betriebs- und Gefahrenschutz	102
4.6.3.3	Politik zur Absicherung von Arbeitsrisiken	104
4.6.4	Ökologisch-soziale Marktwirtschaft	110
4.6.4.1	Begriff der ökologisch-sozialen Marktwirtschaft	110
4.6.4.2	Ökologische Folgen durch die Nutzung der Natur als öffentliches Gut	110
4.6.4.3	Nachhaltigkeit des Wirtschaftens	112

Lerngebiet 2: Eine Unternehmensgründung planen

1	Vorüberlegungen für eine Existenzgründung	118
1.1	Grundlegendes	118
1.2	Geschäftsidee als Ausgangspunkt des Gründungsvorhabens	119
1.3	Orientierung: Klärung der wichtigsten Gründungsvoraussetzungen	120
1.3.1	Persönliche Voraussetzungen des Existenzgründers	120
1.3.2	Markt- und Standortanalyse	121
1.3.3	Marktpositionierung	122
1.3.4	Kundenanalyse	124
1.3.5	Wettbewerberanalyse	125
1.3.6	Gesicherte Finanzierung	126
1.3.7	Berechnung der Gewinnschwelle (Nutzenschwelle, Break-even-Point)	126
1.3.8	Chancen und Risiken der unternehmerischen Selbstständigkeit	127
2	Planung des Existenzgründungsprozesses	130
2.1	Festlegung der Unternehmensziele	130
2.2	Festlegung der Rechtsform des Unternehmens	133
2.3	Festlegung von Kundenkreis und Unternehmensstandort	133
2.4	Festlegung des strategischen Vorgehens im Markt	134
2.5	Businessplan	136
2.5.1	Begriff und Bestandteile des Businessplans	136
2.5.2	Funktionen (Aufgaben) des Businessplans	141

3 Konstitutive Bedingungen der Unternehmensgründung	143
3.1 Standortfaktoren und Standortprobleme	143
3.1.1 Begriff Standort und maßgebende Standortfaktoren	143
3.1.2 Standortprobleme, dargestellt am Beispiel des Umweltschutzes	145
3.2 Wettbewerber als zentrale Marktteilnehmer	149
3.2.1 SWOT-Analyse	149
3.2.1.1 Grundlegendes	149
3.2.1.2 Stärken-Schwächen-Analyse	149
3.2.1.3 Chancen-Risiken-Analyse	151
3.2.1.4 Ziele der SWOT-Analyse	151
3.2.2 Benchmarking	153
3.3 Rechtliche Grundlagen der Unternehmen	156
3.3.1 Kaufleute	156
3.3.2 Handelsregister	158
3.3.3 Firma	159
3.4 Rechtsformen der Unternehmen	163
3.4.1 Rechtsformen im Überblick	163
3.4.2 Einzelunternehmung	164
3.4.3 Offene Handelsgesellschaft (OHG)	168
3.4.3.1 Begriff, Firma und Gründung der OHG	168
3.4.3.2 Pflichten und Rechte der Gesellschafter im Innenverhältnis	171
3.4.3.3 Pflichten und Rechte der Gesellschafter im Außenverhältnis	174
3.4.3.4 Auflösung der OHG	176
3.4.3.5 Vor- und Nachteile der OHG	177
3.4.3.6 Bedeutung der OHG	177
3.4.4 Kommanditgesellschaft (KG)	181
3.4.4.1 Begriff, Firma und Gründung der KG	181
3.4.4.2 Pflichten und Rechte der Vollhafter (Komplementäre) im Innenverhältnis und im Außenverhältnis	182
3.4.4.3 Pflichten und Rechte der Teilhafter (Kommanditisten) im Innenverhältnis	182
3.4.4.4 Pflichten und Rechte der Teilhafter (Kommanditisten) im Außenverhältnis	184
3.4.4.5 Auflösung der KG	184
3.4.4.6 Vor- und Nachteile der KG	185
3.4.4.7 Bedeutung der KG	185
3.4.5 Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	189
3.4.5.1 Begriff GmbH, Kapital der GmbH und Firma der GmbH	189
3.4.5.2 Gründung der GmbH	191
3.4.5.3 Pflichten und Rechte der GmbH-Gesellschafter	191
3.4.5.4 Organe der GmbH	192
3.4.5.5 Auflösung und Bedeutung der GmbH	193
3.4.6 GmbH & Co. KG	194
3.4.7 Aktiengesellschaft (AG)	200
3.4.7.1 Begriff, Firma und Gründung der Aktiengesellschaft	200
3.4.7.2 Aktie als Beteiligungs- und Finanzierungsinstrument bei Aktiengesellschaften	203
3.4.7.2.1 Begriff und Wert der Aktien	203
3.4.7.2.2 Aktienarten	204
3.4.7.3 Organe der Aktiengesellschaft	206
3.4.7.3.1 Vorstand	206
3.4.7.3.2 Aufsichtsrat	208
3.4.7.3.3 Hauptversammlung	210

3.4.7.4	Pflichten und Rechte eines Aktionärs	211
3.4.7.5	Jahresabschluss	212
3.4.7.6	Auflösung der Aktiengesellschaft	212
3.4.7.7	Bedeutung der Aktiengesellschaft	212
3.5	Finanzplan.....	219
4	Interessen unterschiedlicher Anspruchsgruppen (Stakeholder) an das gegründete Unternehmen.....	222
4.1	Übersicht.....	222
4.2	Ansprüche an das Unternehmen von außen.....	223
4.2.1	Ansprüche und Erwartungen der Kunden	223
4.2.2	Ziele und Erwartungen der Lieferanten	223
4.2.3	Interessen der Kreditgeber.....	224
4.2.4	Ansprüche des Staates	224
4.3	Ansprüche an das Unternehmen von innen	225
4.3.1	Interessen der Eigentümer am Beispiel von Personengesellschaften	225
4.3.2	Aufgaben und Verantwortungsbereiche der Mitarbeiter	225
4.3.3	Interessenvertretung der Mitarbeiter im Überblick.....	226
	Stichwortverzeichnis.....	229