

KOMPETENZBEREICH UNTERNEHMENS-GRÜNDUNG UND -FÜHRUNG

I Das Unternehmen 9

Unternehmensgründung 10

1	Grundvoraussetzungen für die Unternehmensgründung	11
1.1	Gründungswille	12
1.2	Geschäftsidee	12
1.3	Unternehmensgründer	13
1.3.1	Persönliche Voraussetzungen	13
1.3.2	Gewerberechtliche Voraussetzungen	13
1.4	Businessplan	16
1.5	Durchführung der Gründung	17
2	Rechtsformen der Unternehmen	18
2.1	Kriterien für die Wahl der Rechtsform	18
2.2	Überblick über die Rechtsformen	19
2.2.1	Einzelunternehmen	19
2.2.2	Offene Gesellschaft (OG)	20
2.2.3	Kommanditgesellschaft (KG)	20
2.2.4	Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GesbR)	21
2.2.5	Stille Gesellschaft	21
2.2.6	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	22
2.2.7	GmbH & Co KG	22
2.2.8	Aktiengesellschaft (AG)	22
2.2.9	Genossenschaft (Gen)	23

Betrieb und Unternehmen 27

1	Der Unterschied zwischen Betrieb und Unternehmen	28
2	Unternehmen	28
2.1	Wer ist Unternehmer?	29
2.2	Firma	29
2.3	Firmenbuch	31
3	Vollmachten im Unternehmen	32
3.1	Prokura	33
3.1.1	Aufgaben eines Prokuristen	33
3.1.2	Arten der Prokura	33
3.2	Handlungsvollmacht	34
3.2.1	Was darf der Handlungsbevollmächtigte nicht?	34
3.2.2	Arten der Handlungsvollmachten	34
4	Handelsvermittler	35
4.1	Handelsvertreter	36
4.1.1	Arten der Handelsvertretungen	36
4.1.2	Wirtschaftliche Bedeutung des Handelsvertreters	36
4.1.3	Rechte und Pflichten des Handelsvertreters	37
4.2	Handelsmakler	37
4.3	Kommissionär	37

4.3.1	Wirtschaftliche Bedeutung des Kommissionärs	37
4.3.2	Vor- und Nachteile von Kommissionsgeschäften	38
5	Auflösung von Unternehmen	38
5.1	Freiwillige Auflösung eines Unternehmens	38
5.2	Insolvenzverfahren von Unternehmen bei Gericht	39
5.2.1	Sanierungsverfahren	39
5.2.2	Konkursverfahren	40

Marketing 43

1	Was versteht man unter Marketing?	44
2	Marktforschung	45
3	Instrumente des Marketings	46
3.1	Leistungsprogrammpolitik	47
3.2	Kontrahierungspolitik	48
3.3	Distributionspolitik	49
3.4	Kommunikationspolitik	50
3.4.1	Klassische Werbung	50
3.4.2	Öffentlichkeitsarbeit (PR)	55
3.4.3	Verkaufsförderung (Sales Promotion)	57
3.4.4	Sponsoring	57
3.4.5	Product Placement	58
3.4.6	Personal Selling	58
3.4.7	Eventmarketing	58
3.4.8	Internet-Werbung	58
3.4.9	Social Media	59
3.4.10	Messen	59
3.5	Unlauterer Wettbewerb	60

II Preisbildung im Unternehmen 63

Kostenrechnung 64

1	Einführung in die Kostenrechnung	65
2	Einfache Kostenrechnung im Handelsbetrieb	66
2.1	Neutrale Aufwände	67
2.2	Kalkulatorische Zusatzkosten	67
2.3	Die Kostenartenrechnung in einem Handelsbetrieb	70

Kalkulation 76

1	Allgemeines zur Kalkulation	77
2	Kalkulation von Handelswaren	77
2.1	Einkaufskalkulation (Bezugskalkulation)	78
2.1.1	Einfache Einkaufskalkulation	78
2.1.2	Zusammengesetzte Einkaufskalkulation	80
2.2	Absatzkalkulation (Verkaufskalkulation)	83
2.2.1	Progressive Absatzkalkulation – wir berechnen den Verkaufspreis	83
2.2.2	Rückschreitende Absatzkalkulation – wir berechnen den Einstandspreis	85

3	Markt	212	Wirtschafts- und Konjunkturpolitik	239
4	Preisbildung – Kaufkraft	213	1 Ziele der Wirtschaftspolitik	240
4.1	Preisbildung	213	2 Wachstums- und Konjunkturpolitik	241
4.2	Kaufkraft	214	3 Beschäftigungspolitik	243
5	Wirtschaftsordnungen – Wirtschaftssysteme	217	4 Sozialpolitik	245
5.1	Merkmale der freien Marktwirtschaft	217	5 Außenhandel	246
5.2	Merkmale der sozialen Marktwirtschaft	218	5.1 Ursachen des Außenhandels	247
5.3	Merkmale der zentralen Verwaltungswirtschaft (Planwirtschaft)	219	5.2 Zahlungsbilanz	247
6	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	220	5.2.1 Leistungsbilanz	248
7	Ökologie	222	5.2.2 Kapitalbilanz	248
8	Globalisierung	229	5.2.3 Überschuss oder Defizit	248
9	Europäischer Binnenmarkt	231	5.3 Probleme im Außenhandel	249
10	Internationale Wirtschaft	233	Stichwortverzeichnis	252
			Bildnachweis	256