

Martin
Schmidthausen

Arbeitsheft Wirtschaftslehre für berufliche Gymnasien

kompetenzorientiert & praxisnah



Merkur 
Verlag Rinteln

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis
Begründet von Handelsschul-Direktor Dipl.-Hdl. Friedrich Hutkap †

Verfasser:

Michael Martin

Michael Schmidthausen

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 60a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

Coverbild (links): Banner – www.colourbox.de
(rechts oben): #228500 – www.colourbox.de
(rechts unten): pressmaster – www.colourbox.de

* * * * *

1. Auflage 2021

© 2021 by Merkur Verlag Rinteln

Gesamtherstellung:

Merkur Verlag Rinteln Hutkap GmbH & Co. KG, 31735 Rinteln

E-Mail: info@merkur-verlag.de

lehrer-service@merkur-verlag.de

Internet: www.merkur-verlag.de

Merkur-Nr. 1351-01-DS

DIE ULMER BÜROMÖBEL AG KENNENLERNEN



Situation:

Die Ulmer Büromöbel AG, ein Industrieunternehmen in Baden-Württemberg, produziert moderne Büromöbel. Das Unternehmen befindet sich im Ulmer Gewerbepark. Die Ulmer Büromöbel AG wendet sich mit ihren Produkten an Unternehmen sämtlicher Branchen. Privatpersonen zählen bislang kaum zu der anvisierten Zielgruppe, wenngleich mittlerweile ein Onlineshop existiert. Der Vertrieb der Büromöbel erfolgt überwiegend auf direktem Absatzweg an Kunden in ganz Deutschland. Vereinzelt werden auch exklusive Büroeinrichtungshäuser beliefert.



Die Ulmer Büromöbel AG ist seit mehreren Jahren auf dem Markt für Büromöbel eingeführt und behauptet sich dort erfolgreich gegen ihre Wettbewerber. Hervorgegangen ist die Ulmer Büromöbel AG aus der von Daniel Stein gegründeten Möbelfabrik DS Bürodesign e.K., die später unter neuem Namen in eine GmbH und dann in eine AG umgewandelt wurde.



Anschrift:

Ulmer Büromöbel AG
Industriepark 5
89073 Ulm

Telefon, Telefax und E-Mail:

Telefon: 0731 3879-0
Telefax: 0731 3879-1
E-Mail: info@ubmag.de

Bankverbindung:

Commerzbank Ulm
IBAN: DE85 6304 0053 0041 4400 18
BIC: COBADEFFXXX
Sparkasse Ulm
IBAN: DE61 6305 0000 0041 4500 75
BIC: SOLADES1ULM

Die Produkte werden nach Kundenauftrag gefertigt. Das derzeitige Produktionsprogramm umfasst insbesondere folgende Produktgruppen:

Produktgruppe I: Schreibtische
Produktgruppe II: Bürostühle
Produktgruppe III: Büoschränke

Innerhalb einer Produktgruppe sind verschiedene Modelle erhältlich.

Die Produkte werden überwiegend in Serie gefertigt. Wenn vom Kunden gewünscht, werden jedoch auch Spezialanfertigungen hergestellt.

Die Zahl der Mitarbeiter hat in den vergangenen Jahren aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung stetig zugenommen.

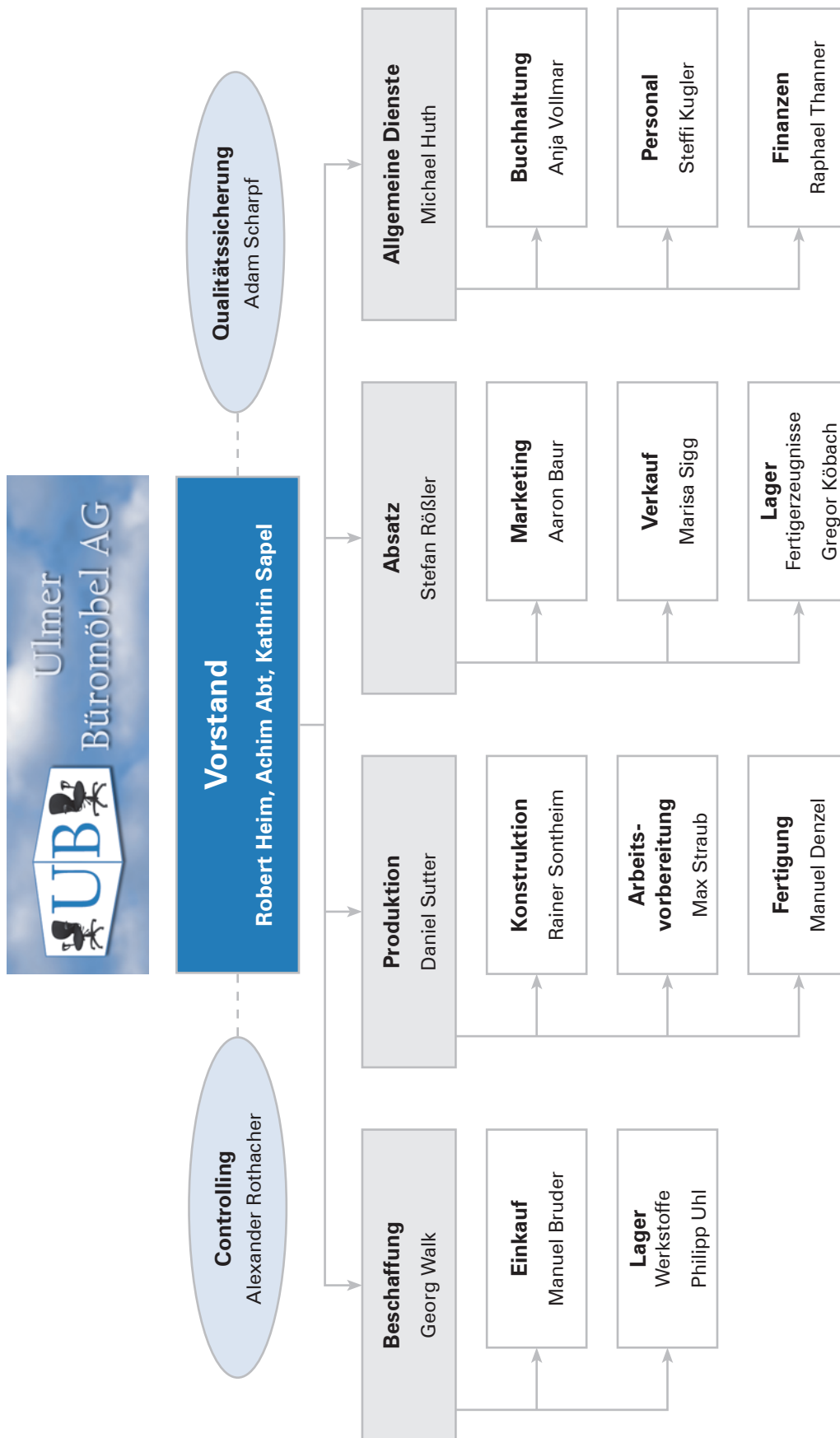
Zurzeit sind ca. 420 Mitarbeiter bei der Ulmer Büromöbel AG beschäftigt.

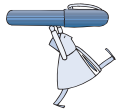
Die Ulmer Büromöbel AG ist gemäß dem Stabliniensystem aufgebaut. Der Vorstand besteht aus drei Mitgliedern.

Dem Vorstand unterstehen die vier Bereichsleiter. Diese sind den Abteilungsleitern ihrer Bereiche gegenüber weisungsbefugt, die wiederum nur ihren Mitarbeitern Weisungen erteilen dürfen. Darüber hinaus gibt es zwei Stabsabteilungen, die den Vorstand beraten. Deren Leiter sind den Bereichsleitern nicht weisungsbefugt.

Das nachfolgende Organigramm verdeutlicht die Aufbauorganisation der Ulmer Büromöbel AG.

Organigramm der Ulmer Büromöbel AG






Arbeitsauftrag:

Verschaffen Sie sich einen Überblick über die Ulmer Büromöbel AG. Nutzen Sie hierzu das folgende Auswertungsformular.

Auswertungsformular

Auswertung		
1. Unternehmensart:	➤	_____
2. Branche:	➤	_____
3. Produktgruppen:	➤	_____
	➤	_____
	➤	_____
4. Gesellschaftsform (Rechtsform):	➤	_____
5. Hervorgegangen aus:	➤	_____
6. Standort:	➤	_____
7. Verkaufsgebiet:	➤	_____
8. Vertriebsweg:	➤	_____
9. Kundenzielgruppe:	➤	_____
10. Fertigung:	➤	_____

11. Zahl der Mitarbeiter:	➤	_____
12. Aufbauorganisation:	➤	_____
	●	_____ Vorstand
	●	_____ Bereiche
	●	_____ Abteilungen
	●	_____ Stabsabteilungen mit _____ Funktion

1 Entscheidungen nach dem ökonomischen Prinzip treffen



Situation:

Der Vorstand der Ulmer Büromöbel AG beabsichtigt, in neue Maschinen für die Herstellung von Büromöbeln zu investieren. Diesbezüglich kommt es zu einem Gespräch zwischen dem Vorstand Herrn Heim und dem Produktionsleiter Herrn Sutter.



Herr Heim: Guten Morgen, Herr Sutter, ich kann Ihnen eine erfreuliche Nachricht mitteilen. Ihre Ideen, die Produktion effizienter zu gestalten, werden nun umgesetzt. Die Vorstandschaft hat entschieden, die dafür benötigten neuen Maschinen zu beschaffen.

Herr Sutter: Guten Morgen, Herr Heim, diese Nachricht freut mich. In diesem Fall können wir unsere Produktion durch den Einsatz computergestützter Fertigungsanlagen komplett miteinander vernetzen und sämtliche benötigten Informationen bereitstellen.

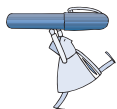
Herr Heim: ... Herr Sutter, was meinen Sie damit?

Herr Sutter: Naja, ich denke da an eine hochautomatisierte Fertigungsstraße, d. h., alle Maschinen sind miteinander vernetzt, tauschen Informationen aus und jeder Mitarbeiter weiß genau, wann er was zu tun hat.

Herr Heim: Hm, Sie meinen, es werden nur noch die Holzbretter in die Maschine gegeben und am Ende kommt das fertige Möbelstück heraus?

Herr Sutter: Ganz so einfach geht es leider nicht, aber die Produktionsprozesse können vereinfacht und automatisiert werden. Ich war vor Kurzem auf der Messe „Automatica“ in München. Dort wurden sehr gute Lösungen angeboten.

Herr Heim: Herr Sutter, ich möchte Ihre Ansätze nicht klein reden, aber wir haben für die Investitionen nur ein Budget von 500 000,00 EUR zur Verfügung. Optimal ist es, wenn das Budget nicht komplett benötigt wird, denn wir dürfen die Kosten nicht außer Acht lassen. Da Sie bereits auf der Messe waren, kennen Sie den neusten Stand der Technik. Machen Sie sich bitte Gedanken darüber, welche Lösung für die Ulmer Büromöbel AG die optimale ist! Aber bedenken Sie bitte: Füllen Sie Ihre Entscheidungen rational!





Arbeitsaufträge:

1. Herr Sutter hat nun den Auftrag bekommen, die optimale Entscheidung zu treffen. Erläutern Sie, nach welchen ökonomischen Prinzipien Herr Sutter handeln kann!

Hinweis: Vervollständigen Sie dazu die nachstehende Abbildung.

Möglichkeit 1:

Möglichkeit 2:

Gegebene Größe:	Gegebene Größe:
	
Gesuchte Größe:	Gesuchte Größe:
Erläuterung _____-prinzip	Erläuterung _____-prinzip

2. Begründen Sie, welches ökonomische Prinzip bei nachfolgenden Beispielen dargestellt wird.

2.1 Herr Sutter setzt fünf Maschinen so ein, dass an einem Tag möglichst viele Bürostühle hergestellt werden können.

2.2 Die Ulmer Büromöbel AG will den Rohstoff Holz so günstig wie möglich einkaufen.

2.3 Die Ulmer Büromöbel AG möchte ein neues Verwaltungsgebäude bauen. Vor Vergabe der Aufträge an die einzelnen Bauunternehmen vergleicht das Unternehmen entsprechende Angebote, um das günstigste anzunehmen.

2.4 Aus einem großen Stück Leder sollen möglichst viele Teile herausgestanzt werden, um Bürostühle einer bestimmten Qualität herzustellen.

2.5 Die 18-jährige Auszubildende Tina Werner hat gerade ihren Führerschein erworben und hat Interesse an einem gebrauchten VW Polo, der zu einer Verhandlungsbasis von 3500,00 EUR angeboten wird.

2.6 Der Vorstand Herr Heim wohnt in Ulm und hat sich eine Jahreskarte für den öffentlichen Nahverkehr gekauft. Herr Heim möchte die Jahreskarte durch häufiges Fahren mit Bus und Bahn möglichst gut ausnutzen.

3. Formulieren Sie die Bedeutung des ökonomischen Prinzips in eigenen Worten!

Ökonomisches Handeln ist notwendig, weil: _____

4. Betrachten Sie die Ausgangssituation sowie die Ergebnisse aus Arbeitsauftrag 1.

Leiten Sie daraus die Notwendigkeit ökonomischen Handelns aus Sicht der Konsumenten und Produzenten ab.

Ökonomisches Handeln		
Prinzip	aus Sicht der Konsumenten	aus Sicht der Produzenten
Minimalprinzip		
Maximalprinzip		

2 Volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren voneinander abgrenzen



Situation:

Zur Produktion ihrer Möbel benötigt die Ulmer Büromöbel AG unterschiedliche Produktionsfaktoren.

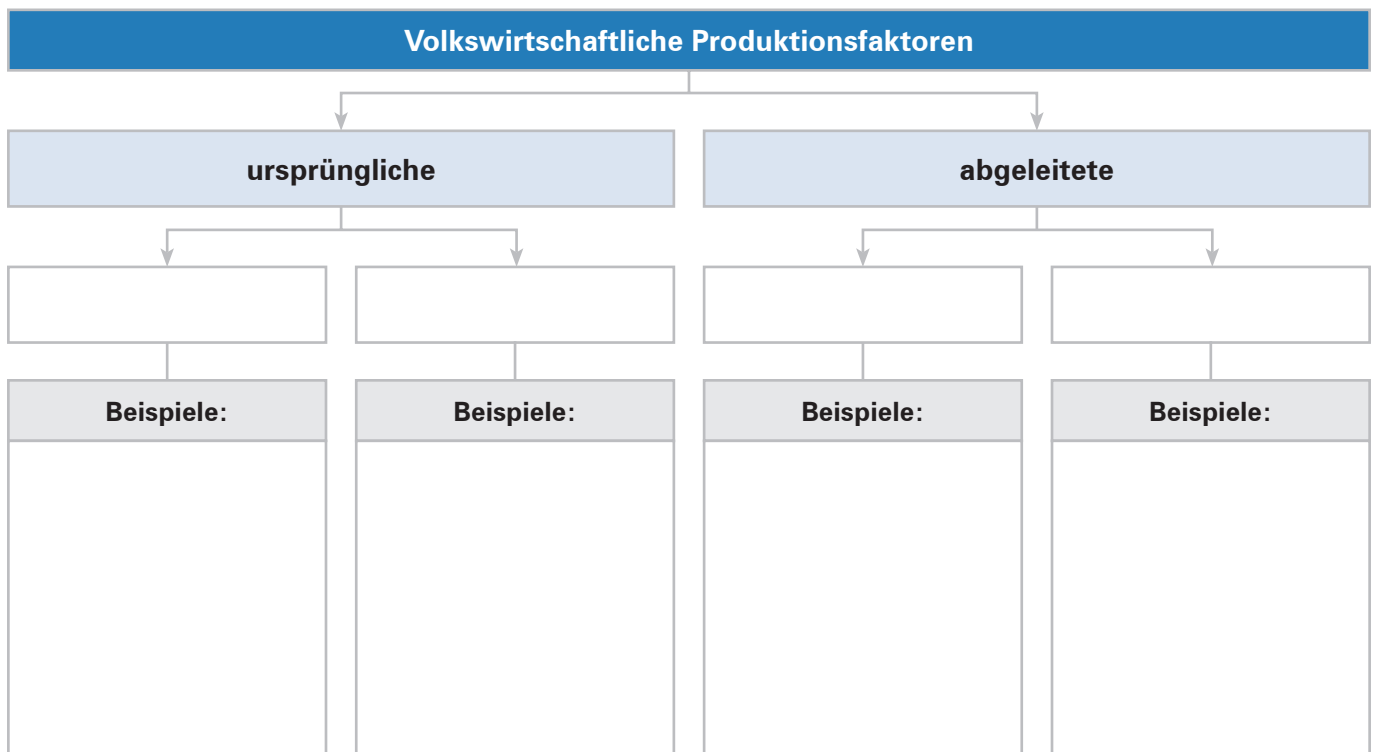
In der Volkswirtschaft unterscheidet man verschiedene Arten von Produktionsfaktoren.



Arbeitsaufträge:

1. Definieren Sie den Begriff „Produktionsfaktoren“ in eigenen Worten.

2. Die Volkswirtschaftslehre unterscheidet zwischen verschiedenen Produktionsfaktoren. Vervollständigen Sie nachfolgende Strukturvorlage und finden Sie jeweils zwei Beispiele aus Sicht der Ulmer Büromöbel AG.



3. Erläutern Sie den Unterschied zwischen ursprünglichen und abgeleiteten Produktionsfaktoren.

➤ **Ursprüngliche Produktionsfaktoren** _____

➤ **Abgeleitete Produktionsfaktoren** _____

4. Zeigen Sie jeweils zwei Grenzen der ursprünglichen Produktionsfaktoren auf.

Ursprüngliche Produktionsfaktoren	Grenzen

5. Erläutern Sie, welche Besonderheit der Produktionsfaktor Kapital im Vergleich zu den anderen Produktionsfaktoren hat.

6. Die Bedeutung von Informationen als Produktionsfaktor nimmt zu. Um konkurrenzfähig zu bleiben, sind richtige und vor allem schnelle Entscheidungen erforderlich.

Erläutern Sie am Beispiel der Ulmer Büromöbel AG, warum Informationen als eigenständiger Produktionsfaktor interpretiert werden können.





3 Das Zielsystem eines Unternehmens interpretieren

**Situation:**

Die Chefredaktion des „MANAGER VON MORGEN“ (MVM) führt ein Interview mit Herrn Heim, dem Vorstandsvorsitzenden der Ulmer Büromöbel AG.

**Erfolg kommt nicht von ungefähr**

MVM: Herr Heim, Ihr neues Verwaltungsgebäude kann sich durchaus sehen lassen. Wirklich beeindruckend.

Heim: Vielen Dank, unsere Mitarbeiter sollen sich wohl fühlen. Besonderen Wert haben wir auch auf die Einrichtung von zwei behindertengerechten Arbeitsplätzen gelegt, die unseren beiden betroffenen Mitarbeitern die Arbeit wesentlich erleichtern.

MVM: Sie leiten ein Unternehmen, das viele Unternehmen mit seinen Produkten beliefert. In Ihrer Branche liefen die Geschäfte in letzter Zeit – auch konjunkturbedingt – nicht gerade glänzend. Ist es richtig, dass Sie nach einem Verlustjahr für das laufende Geschäftsjahr wieder auf einen Gewinn hoffen können?

Heim: Erfreulicherweise ist das richtig. Selbstverständlich war, ist und bleibt es unser oberstes Ziel, auf längere Sicht einen möglichst hohen Gewinn zu erzielen.

MVM: Worauf führen Sie diese positive Entwicklung zurück?

Heim: Unser Ziel war eine Kostensenkung von 5%. Durch eine Reihe erfolgreicher Rationalisierungsmaßnahmen ist uns dies auch weitgehend gelungen. Wir arbeiten heute bedeutend wirtschaftlicher als noch vor drei Jahren. Durch den Einsatz moderner Fertigungsmaschinen war es zudem möglich, die Produktivität unseres Unternehmens zu verbessern, d.h., wir produzieren heute in der gleichen Zeit mehr Büromöbel als früher.

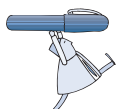
MVM: Reichen Ihre Überlegungen zum Thema Kostensenkung denn aus, um dem Wettbewerbsdruck standzuhalten?

Heim: Nein, in den kommenden Jahren werden wir weitere Anstrengungen unternehmen müssen. Die Konkurrenz aus Fernost ist wahrlich nicht zu unterschätzen. Wir haben uns allerdings nicht nur auf die Senkung der Kosten konzentriert, sondern auch bei unseren neu entwickelten Produkten bezüglich Qualität und Umweltschutz noch einmal zulegen können. Die Absatzentwicklung zeigt deutlich, dass wir bei unseren Kunden richtig liegen. So konnten wir z. B. im Vergleich zum Vorjahr 10% mehr Schreibtische verkaufen. Zudem ist uns eine beträchtliche Umsatzsteigerung gelungen und wir konnten unseren alten Marktanteil, der in den letzten Jahren um 5% zurückgegangen war, fast wieder erreichen. Nicht unerwähnt lassen möchte ich an dieser Stelle auch, dass unsere neu entwickelten Produkte auf modernen Fertigungsmaschinen hergestellt werden, die wesentlich weniger Energie verbrauchen und darüber hinaus emissionsarm arbeiten.

MVM: Sicherlich hat sich Ihr gesamter Maßnahmenkatalog auch positiv auf die Sicherung der Arbeitsplätze ausgewirkt.

Heim: Nicht nur das. Darüber hinaus sind wir immer noch in der Lage, unseren Mitarbeitern Löhne und Gehälter zu zahlen, die über dem Branchentarif liegen.

MVM: Herr Heim, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Randnotizen
(Aufgabe 3)**Arbeitsaufträge:**

1. Unterstreichen Sie die verschiedenen Unternehmensziele, die im Interview genannt werden.



1 Voraussetzungen für die Unternehmensgründung formulieren



Situation:

Daniel Stein aus Ulm, 24 Jahre, hat nach dem Fachabitur eine kaufmännische Ausbildung absolviert. Schon früh hat er davon geträumt, sich selbstständig zu machen. Nun möchte er seine Idee in die Tat umsetzen. Aus diesem Grund hat er einen Termin mit Herrn Hirsch, dem Existenzgründungsberater bei der IHK Ulm, vereinbart.

Wir gehen zurück zu den Anfängen der Unternehmensgründung von Daniel Stein, dem Gründer des Ursprungsunternehmens der Ulmer Büromöbel AG.

Herr Hirsch: Guten Morgen, Herr Stein. Nehmen Sie Platz. Was kann ich für Sie tun?

Herr Stein: Nun, wie ich Ihnen schon am Telefon gesagt habe, möchte ich mich gerne selbstständig machen.



Herr Hirsch: Was schwebt Ihnen denn da vor? Stellen Sie mir Ihre Idee doch mal vor.

Herr Stein: Ich würde mich gerne mit der Produktion und dem Vertrieb von modernen Büromöbeln selbstständig machen.

Herr Hirsch: Interessant. Wie sind Sie auf Ihre Geschäftsidee gekommen?

Herr Stein: Nun, nach dem Fachabitur habe ich erfolgreich eine kaufmännische Ausbildung als Industriekaufmann bei der König & Klever AG, dem bekannten Büromöbelhersteller, absolviert, bin danach übernommen worden und habe mittlerweile drei Jahre Berufserfahrung sammeln können.

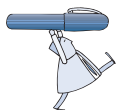
Herr Hirsch: Das hört sich doch schon gut an.

Herr Stein: Zudem habe ich mich als Sohn eines Schreinermeisters mit eigener Schreinerei schon immer für Produktdesign und Innenarchitektur interessiert.

Herr Hirsch: Da bringen Sie ja schon einiges mit, was für den Schritt in die Selbstständigkeit sehr wichtig ist. Glauben Sie denn auch, dass Sie persönlich den Dingen gewachsen sein werden, die als Unternehmer unweigerlich auf Sie zukommen werden?

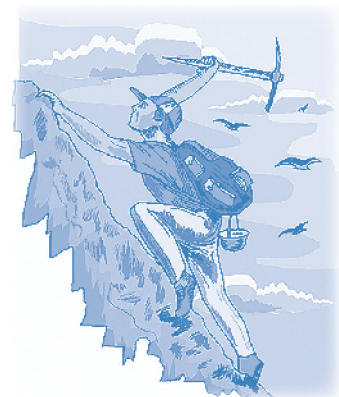
Herr Stein: Wie meinen Sie das genau?

Herr Hirsch: Nun, ...



Arbeitsaufträge:

- Der Weg in die berufliche Selbstständigkeit ist kein Sonntagsspaziergang, sondern eher eine beschwerliche Bergwanderung. Denken Sie darüber nach, welche persönlichen Voraussetzungen bzw. Charaktereigenschaften man haben sollte, wenn man sich selbstständig machen möchte.



1.1 Halten Sie Ihre Ergebnisse in folgender Tabelle fest.

1.2 Testen Sie, ob Sie die persönlichen Voraussetzungen als Unternehmer erfüllen.

Sind Sie als Unternehmer geeignet? – Finden Sie es heraus!						
Persönliche Voraussetzungen bzw. Charaktereigenschaften		Bewertung				
		-	--	+-	+	++
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

2. In der Einstiegssituation werden einige fachliche Voraussetzungen angesprochen, die gegeben sein müssen bzw. hilfreich sind, um sich selbstständig machen zu können. Listen Sie diese und andere, die Ihnen einfallen, auf.

Fachliche Voraussetzungen, um sich selbstständig machen zu können

3. Nennen Sie jeweils drei Vor- und Nachteile, die für Sie damit verbunden sind, sich selbstständig zu machen.

Vorteile	Nachteile

4. Beurteilen Sie die Geschäftsidee von Daniel Stein, sich mit der Produktion und dem Vertrieb von hochwertigen und modernen Büromöbeln selbstständig zu machen.

Chancen	
Risiken	

5. Daniel Stein möchte sich mit einem Büromöbelunternehmen selbstständig machen. Welche anderen Geschäftsideen erscheinen Ihnen in der heutigen Zeit vielversprechend? Lassen Sie Ihrer Fantasie freien Lauf und sammeln Sie mithilfe der kreativen Brainwriting-Methode 6-3-5 Erfolg versprechende Geschäftsideen.

Ablauf der Methode 6-3-5 (Brainwriting)

- Bilden Sie ein Team aus 6 Personen.
- Jedes Teammitglied erhält das vorstrukturierte Formular.
- Tragen Sie in die erste Zeile 3 Ideen ein.
- Nach 5 Minuten wird das Formular an das nächste Mitglied weitergereicht, das wiederum 5 Minuten Zeit hat, weitere Lösungsvorschläge zu notieren.
- Beachten Sie: Man kann sich ausdrücklich von den Ideen seines Vorgängers inspirieren lassen und diese weiterentwickeln oder aber eigene, ganz andere Ideen notieren.
- Wiederholen Sie diesen Schritt 5-mal.

Methode 6-3-5 (Brainwriting)					
Ideensammlung: Erfolg versprechende Geschäftsideen					
1		2		3	
4		5		6	
7		8		9	
10		11		12	
13		14		15	
16		17		18	

6. Ein wichtiger Schritt auf dem Weg in die Selbstständigkeit ist der Gründungsplan. Hier geht es in erster Linie um die sachlichen Voraussetzungen für eine Unternehmensgründung. Vervollständigen Sie in diesem Zusammenhang folgenden Lückentext.



Weiterführende ausführliche Informationen erhalten Sie auch unter www.ihk-muenchen.de und www.existenzgruender.de.

Der Gründungsplan – Ohne ihn geht nichts!

Der Gründungsplan, auch Businessplan genannt, ist eine (1) _____ und strukturierte (2) _____ der Geschäftsidee. Er zeigt, ob die Geschäftsidee (3) _____ ist und ob (4) _____ oder Investoren bereit sein werden, als potenzielle Kredit- oder (5) _____ zu fungieren. Der Businessplan gliedert sich i. d. R. in mehrere (6) _____. Im ersten Kapitel stellt sich der Gründer mit all seinen relevanten (7) _____ und (8) _____ vor. Im nächsten Kapitel geht es dann um Marktchancen. Was ist meine (9) _____? Welche Produkte oder Dienstleistungen sollen (10) _____ werden und welchen (11) _____ haben sie? Gibt es schon (12) _____ Angebote und wie (13) _____ Sie sich von den Mitbewerbern ab? Im dritten Kapitel geht man auf die potenziellen (14) _____ ein. Welche (15) _____ habe ich im Blick? Wie hoch sind die (16) _____ meiner Zielgruppe? Das nächste Kapitel sollte sich mit dem (17) _____ beschäftigen. Zu welchem (18) _____ soll das Produkt verkauft werden? Soll das Produkt im stationären (19) _____ platziert werden oder ist ein (20) _____ vorteilhafter? In welchen (21) _____ sollen die Kunden auf das Produkt (22) _____ gemacht werden? Das fünfte Kapitel betrifft die (23) _____ Voraussetzungen. Möchte man eine (24) _____ oder eine andere Rechtsform gründen? Sind Genehmigungen von (25) _____ nötig? Welche (26) _____ sind zu erledigen? Zum Schluss geht es um die Finanzierung. Wie hoch sind die (27) _____? Wie viel (28) _____ muss man verkaufen, um einen (29) _____ zu erzielen? Wie hoch wird der (30) _____ sein? Benötigen Sie (31) _____ und wer stellt es zur (32) _____?

Füllwörter

1	Kapitel	9	Stärken	17	Fremdkapital	25	Handel
2	Kunden	10	tragfähig	18	Verfügung	26	Kapitalbedarf
3	rechtlichen	11	ausführliche	19	Kosten	27	Produkte
4	Behörden	12	Banken	20	Onlinevertrieb	28	Vorstellung
5	Nutzen	13	Kapitalgeber	21	Geschäftsidee	29	Schwächen
6	Formalitäten	14	Gewinn	22	angeboten	30	Zielgruppe
7	AG	15	Preis	23	Einkommen	31	vergleichbare
8	Medien	16	aufmerksam	24	Verkauf	32	heben

7. Würden Sie als Unternehmer die richtige Entscheidung treffen? Testen Sie sich selbst.

Bin ich ein Unternehmertyp?	
1.	Sie eröffnen Anfang des Jahres eine Coffee-Bar. Sie denken, dass Sie sich gegen Ende des Jahres so gut etabliert haben, dass Sie zwei Mitarbeiter benötigen. <input type="checkbox"/> Sie stellen die zwei Mitarbeiter schon im Sommer ein, damit sie sich gut einarbeiten können. <input type="checkbox"/> Sie beobachten in den kommenden Monaten die Entwicklung und stellen im Herbst erstmal einen Mitarbeiter ein. Später dann evtl. den zweiten Mitarbeiter.
2.	Sie stellen fest, dass der Umsatz in den vergangenen Monaten stark zurückgegangen ist. Was unternehmen Sie, um die Gründe für die negative Entwicklung herauszufinden? <input type="checkbox"/> Sie schauen sich das Verhalten Ihrer Konkurrenten an und sprechen mit Ihren Kunden. <input type="checkbox"/> Sie melden sich bei einem Marketing-Seminar an. <input type="checkbox"/> Sie holen sich bei Ihrem Bankberater Rat.
3.	Ihre Kunden wünschen sich kurze Lieferzeiten. Aus diesem Grund haben Sie von allen Artikeln größere Mengen auf Vorrat, sodass Sie auch eine größere Nachfrage befriedigen können. Ihr Bankberater ist der Auffassung, dass Ihre Vorgehensweise zu viel Kapital bindet. <input type="checkbox"/> Bei Ihnen steht der Wunsch des Kunden an erster Stelle. Das spricht sich rum. Daher ändern Sie nichts. <input type="checkbox"/> Sie bestimmen für jeden Artikel die Menge, die Sie auf Vorrat halten wollen. Hierbei orientieren Sie sich an den Bestellmengen Ihrer Kunden und den Lieferzeiten Ihrer Lieferanten.
4.	Ihre Geschäfte laufen gut. Sie stecken jede Minute Ihrer Arbeitszeit in das Tagesgeschäft. Dabei bleibt der Überblick für das Gesamtunternehmen etwas auf der Strecke. <input type="checkbox"/> Sie konzentrieren sich noch mehr auf das Tagesgeschäft. Wenn man Erfolg haben will, muss man die Details im Blick haben. <input type="checkbox"/> Sie versuchen, einen Teil der täglichen Aufgaben an qualifizierte Mitarbeiter zu delegieren, und nutzen die freie Zeit, um sich einen besseren Überblick über das Unternehmen zu verschaffen.
5.	Nehmen Sie an, Sie haben sich im Bereich Computertechnik selbstständig gemacht. Sie bieten neben Software auch Computerhardware in Form von PCs und Laptops an. In den letzten Monaten war der Verkauf von PCs stark rückläufig, der Softwareabsatz zunehmend und der Verkauf von Laptops gleichbleibend bei sinkenden Preisen. <input type="checkbox"/> Sie geben den Verkauf von Computerhardware auf und konzentrieren sich nur noch auf den Verkauf von Software. <input type="checkbox"/> Sie analysieren die Ursachen für die Entwicklung und versuchen gegenzusteuern.

Quelle: <https://www.existenzgruender.de/static/etraining/existenzgruendung/existenz/> [...] (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie)

1 Tarifrrecht als Merkmal der Sozialen Marktwirtschaft darstellen



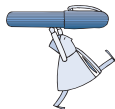
Situation:

Löhne 20.. – der große Schluck aus der Pulle

Die Politiker meldeten sich wie immer als erste zu Wort. Bereits Anfang Dezember beschied der Bundesarbeitsminister den Lesern einer großen Sonntagszeitung, die Arbeitnehmer bräuchten endlich „wieder gute Löhne“. Auch der Oppositionsführer erklärte eine Woche später im gleichen Blatt, dass er sich natürlich nicht in die Tarifpolitik einmischen wolle, aber „wo die Wirtschaft spürbar wächst, sollte es auch spürbare Lohnerhöhungen geben“. Was spielt es da schon für eine Rolle, dass Politiker mit Tarifverhandlungen eigentlich gar nichts zu tun haben? Aber es ist ja so verführerisch, gerade jetzt Stellung zu beziehen: Die



Wirtschaftsforscher haben ihre Prognosen für das nächste Jahr deutlich angehoben. Wann, wenn nicht jetzt, ist der Zeitpunkt für eine Beteiligung der Arbeitnehmer am Aufschwung. Die IG Metall jedenfalls ist fest entschlossen. Sie nutzt den politischen Rückenwind und die Stimmung in der Bevölkerung, um für saftige Lohnerhöhungen zu werben. Mit einer Forderung von fünf bis sieben Prozent will die IG Metall in die Tarifrunden ziehen. Zu viel, zu wenig? Die Meinungen darüber gehen weit auseinander. Die meisten Wirtschaftsforscher halten höchstens zwei bis drei Prozent für problemlos verkraftbar.



Arbeitsaufträge:

1. Verschaffen Sie sich einen Überblick über das Zustandekommen von Tarifverträgen und deren Inhalte, indem Sie die wesentlichen Aspekte stichwortartig in dem zur Verfügung stehenden Schaubild festhalten (Material 1).
2. Nehmen Sie Stellung zu folgender Aussage: „Weil noch immer mehrere Millionen Menschen ohne Arbeit sind, sollten die Glücklichen, die einen Job haben, mit ihrem Lohn zufrieden sein. Eigentlich müssten die Beschäftigten noch mehrere Jahre auf Lohnerhöhungen verzichten oder sogar erhebliche Lohneinbußen hinnehmen, wenn neue Arbeitsplätze entstehen sollen. Das sind die Kräfte der Globalisierung. Wir stehen hier erst am Anfang einer Entwicklung.“



3. Im Tarifvertragsrecht finden sich u. a. folgende Begriffe: *Allgemeinverbindlichkeit*, *Tarifautonomie*, *Schriftform*, *Friedenspflicht*, *Nachwirkung* und *Tarifbindung*. Ordnen Sie den nachfolgend aufgeführten Beschreibungen jeweils einen der zuvor genannten Begriffe zu.

- 3.1 Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbände haben das Recht, selbstständig und ohne staatliche Einmischung, Tarifverträge abzuschließen.

Grundsatz	
------------------	--

- 3.2 Die Mitglieder der Tarifvertragsparteien sind an die im Tarifvertrag vereinbarten Bestimmungen gebunden.

Grundsatz	
------------------	--

- 3.3 Während der Laufzeit eines Tarifvertrages dürfen von den Tarifvertragsparteien keine Arbeitskämpfmaßnahmen ergriffen werden.

Grundsatz	
------------------	--

- 3.4 Tarifverträge können nicht mündlich abgeschlossen werden. Sie bedürfen stets der Schriftform.

Grundsatz	
------------------	--

- 3.5 Bei auslaufenden Tarifverträgen gilt der alte Tarifvertrag so lange weiter, bis ein neuer Tarifvertrag abgeschlossen worden ist.

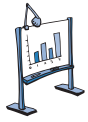
Grundsatz	
------------------	--

- 3.6 Arbeitgeber, die nicht einem Arbeitgeberverband angehören, sind an die Bestimmungen des Tarifvertrages nicht gebunden. Die Tarifvereinbarungen können somit auch unterschrieben werden. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales hat aber die Möglichkeit, Tarifverträge auch auf die bisher nicht tarifgebundenen Arbeitgeber und Arbeitnehmer auszudehnen. Danach ist es einem Arbeitgeber z. B. nicht mehr möglich, nicht organisierte Arbeitnehmer zu schlechteren Bedingungen zu beschäftigen als Gewerkschaftsmitglieder.

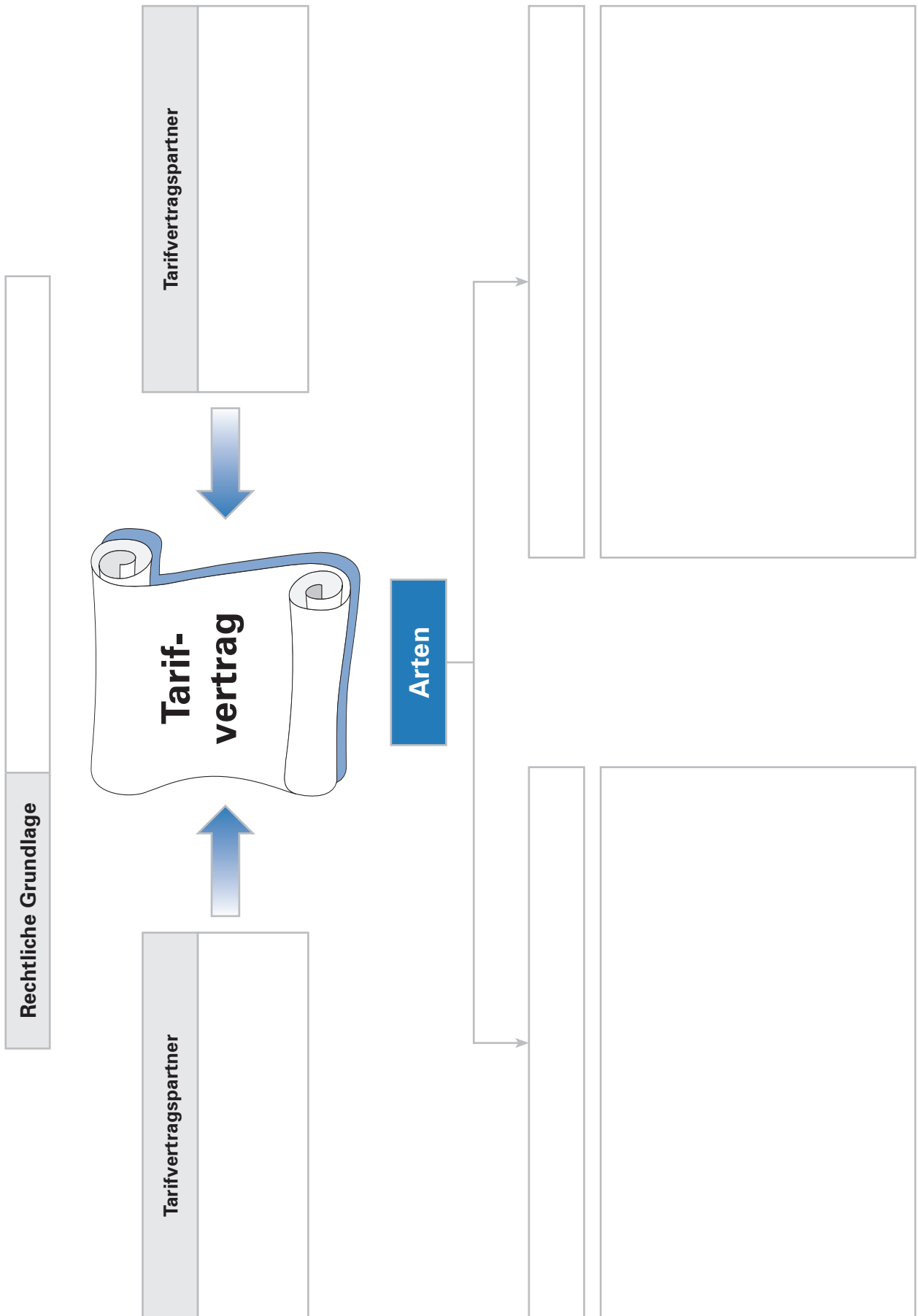
Grundsatz	
------------------	--

4. Prüfen Sie, ob es sich in folgenden Fällen um richtige ① oder falsche Aussagen ⑨ handelt.

1	Ein Arbeitsvertrag kann auch mündlich abgeschlossen werden. Gemäß Nachweisgesetz müssen die wesentlichen Vertragsbedingungen jedoch schriftlich festgehalten und dem Arbeitnehmer unterschrieben ausgehändigt werden.	
2	Die Tarifverträge werden zwischen Arbeitgeberverbänden und Arbeitnehmerverbänden geschlossen und enthalten z.B. Vereinbarungen über die wöchentliche Arbeitszeit.	
3	Zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer dürfen nur unbefristete Arbeitsverträge abgeschlossen werden. Befristete Arbeitsverträge sind nicht zulässig.	
4	Tarifverträge können für ein ganzes Bundesland oder sogar für das gesamte Bundesgebiet verbindlich sein. Man spricht dann von sogenannten Flächentarifverträgen.	
5	Gemäß Bundesurlaubsgesetz stehen den Arbeitnehmern mindestens 20 Werktage Urlaub pro Jahr zu.	
6	In Tarifverträgen dürfen die Arbeitnehmer nicht schlechter gestellt werden, als es die arbeitsrechtlichen Gesetze (BGB, Arbeitszeitordnung etc.) vorsehen.	
7	In Tarifverträgen vereinbaren Arbeitgeberverbände und einzelne Arbeitnehmer u. a. die Höhe der Löhne und Gehälter.	



Material 1: Schaubild „Tarifverträge“



2 Marktformen unterscheiden

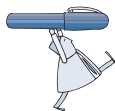


Situation:

Fall A: Jennifer Dahlmann ist 22 Jahre alt und Industriekauffrau. Sie wohnt in Stuttgart, einer Großstadt mit mehr als 600 000 Einwohnern. Jennifer legt großen Wert auf gesunde Ernährung, daher kocht sie meistens selbst. Einmal pro Woche ist allerdings Fast Food angesagt. Die Auswahl an Pizzerien, Dönerbuden und Imbissstuben in Stuttgart ist riesig. Sie hat die Qual der Wahl.

Fall B: Jan Köhler ist 19 Jahre alt und absolviert zurzeit eine Ausbildung zum Industriekaufmann bei der Ulmer Büromöbel AG. Seit einiger Zeit plant er die Anschaffung eines neuen Smartphones. Ein Modell hat es ihm besonders angetan. Nur was den Mobilfunkanbieter angeht, ist sich Jan noch unsicher. Soll er sich für Telekom, Vodafone oder O₂ entscheiden?

Fall C: Regina Holler ist Mitarbeiterin einer großen Werbeagentur in Stuttgart. Häufig muss sie geschäftlich nach Dresden fliegen. Der Preis für den Hinflug beträgt 280,00 EUR. Nach Barcelona kommt man schon für 80,00 EUR. Grund: Von Stuttgart nach Dresden fliegt nur eine Fluglinie. Das ist auf der Strecke Stuttgart-Barcelona anders.



Arbeitsaufträge:

- In einer Volkswirtschaft gibt es nicht nur einen Markt, sondern eine Vielzahl von Märkten. Je nach Zahl der Anbieter und Nachfrager auf einem Markt lassen sich grundsätzlich drei verschiedene Marktformen unterscheiden:
 - Das **Monopol** ist eine Marktform, bei der ein alleiniger Anbieter auf viele Nachfrager trifft (Angebotsmonopol). Befindet sich die Monopolstellung auf der Nachfrageseite, spricht man vom Nachfragemonopol.
 - Beim **Oligopol** treffen wenige Anbieter auf viele Nachfrager (Angebotsoligopol). Auch hier ist ein Nachfrageoligopol denkbar.
 - Im **Polypol** treffen viele Anbieter auf viele Nachfrager. Diese Marktform ist am häufigsten anzutreffen.

Nennen Sie die Marktform, die in den Fällen A bis C der Lernsituation jeweils vorliegt.

Fall A	
Fall B	
Fall C	

- Zusätzlich zu den oben genannten Marktformen existieren einige weitere Varianten. Informieren Sie sich in Ihrem Schulbuch über die weiteren Marktformen.
 - 2.1 Ordnen Sie zunächst nachfolgende Begriffspaare (siehe Infobox auf Folgeseite) einem Feld in der Marktformenmatrix (Material 1 auf S. 152) zu.
 - 2.2 Tragen Sie anschließend in jedem Feld der Marktformenmatrix (Material 1 auf S. 152) den entsprechenden Oberbegriff ein (siehe Infobox auf Folgeseite).

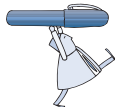
4 Die Verschiebung von Angebot und Nachfrage darstellen

**Situation:**

Um den Absatz von Elektroautos zu erhöhen, entscheidet sich der Staat, jedem Käufer eines Elektroautos eine Umweltprämie zu zahlen. Nehmen Sie an, die Nachfrage nach Elektroautos würde hierdurch wie folgt steigen:

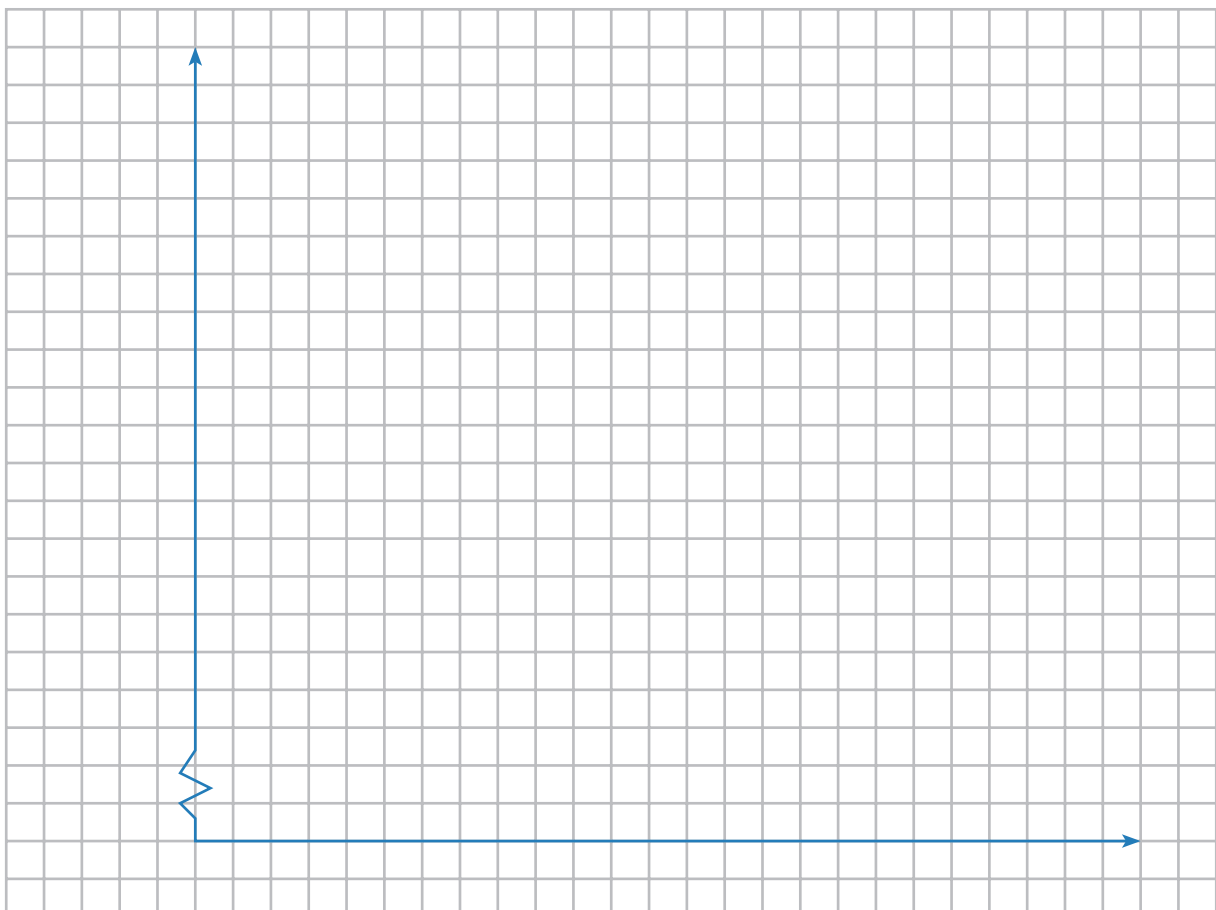


Marktpreis je Pkw	Angebotene Menge	Nachgefragte Menge	Nachgefragte Menge mit Umweltprämie
18 000,00 EUR	100 Tsd. Stück	500 Tsd. Stück	600 Tsd. Stück
19 000,00 EUR	200 Tsd. Stück	400 Tsd. Stück	500 Tsd. Stück
20 000,00 EUR	300 Tsd. Stück	300 Tsd. Stück	400 Tsd. Stück
21 000,00 EUR	400 Tsd. Stück	200 Tsd. Stück	300 Tsd. Stück
22 000,00 EUR	500 Tsd. Stück	100 Tsd. Stück	200 Tsd. Stück

**Arbeitsaufträge:**

1. Zeichnen Sie die Angebotskurve sowie die beiden Nachfragekurven (N_0 = ohne Umweltprämie, N_1 = mit Umweltprämie). Verwenden Sie folgende Skalierung:

- y-Achse: 4 Kästchen = 1 000,00 EUR → Beginnen Sie bei 18 000,00 EUR!
 ➤ x-Achse: 4 Kästchen = 100 Tsd. Stück → Beginnen Sie bei 100 Tsd. Stück!



Ergebnis: Vervollständigen Sie den Lückentext.

Durch die Umweltprämie steigt die (1) _____ nach Elektroautos. Die (2) _____ verschiebt sich nach rechts oben. Es ergibt sich letztlich ein neuer Gleichgewichtspreis in Höhe von (3) _____ EUR je Elektroauto. Die neue Gleichgewichtsmenge beträgt (4) _____ Stück. D.h., (5) _____ Autofahrer sind auf Elektroautos umgestiegen. Aus Umweltgesichtspunkten war die Maßnahme also (6) _____.

2. Beurteilen Sie die Auswirkungen der Umweltprämie für Elektroautos auf Angebot und Nachfrage anhand folgender Aussagen. Kreuzen Sie die richtigen Aussagen an:

A	Die Angebotskurve bleibt unverändert.	<input type="checkbox"/>
B	Zum ursprünglichen Gleichgewichtspreis werden nun weniger Elektroautos nachgefragt. Hierdurch entsteht ein Angebotsüberhang.	<input type="checkbox"/>
C	Die Nachfrage nach Elektroautos wird steigen. Die Nachfragekurve verschiebt sich nach rechts oben.	<input type="checkbox"/>
D	Zum ursprünglichen Gleichgewichtspreis werden nun mehr Elektroautos nachgefragt. Hierdurch entsteht ein Nachfrageüberhang.	<input type="checkbox"/>
E	Die Nachfragekurve verschiebt sich nach links unten.	<input type="checkbox"/>
F	Aufgrund des Nachfrageüberhangs werden die Verkäufer mehr Elektroautos produzieren und die Preise anheben. Daraufhin werden einige potenzielle Käufer auf den Kauf von Elektroautos verzichten.	<input type="checkbox"/>
G	Aufgrund des Nachfrageüberhangs werden die Verkäufer von Elektroautos die Preise erhöhen. Daraufhin wird die Nachfrage weiter ansteigen.	<input type="checkbox"/>
H	Der Preismechanismus sorgt letztendlich dafür, dass sich der neue Gleichgewichtspreis auf einem höheren Niveau einpendelt. Es werden mehr Elektroautos, wenn auch zu einem höheren Preis, verkauft.	<input type="checkbox"/>

3. Ausgelöst durch bestimmte Ereignisse kann sich auch die Lage der Angebotskurve verändern. Prüfen Sie in folgenden vier Fällen, ob sich die Lage der Angebotskurve verändert. Stellen Sie die Veränderung grafisch dar (siehe Folgeseite).

A	Da der Markt für Robotertechnik und künstliche Intelligenz zukünftig hohe Ertragschancen verspricht, setzen immer mehr Unternehmen aus dem In- und Ausland auf die Herstellung derartiger Produkte. Wie wird sich diese Entwicklung auf das Angebot von Robotern auswirken?
B	Aufgrund gestiegener Rohstoffkosten in der Maschinenbaubranche sind einige Unternehmen nicht mehr in der Lage, kostendeckend zu arbeiten. Insolvenzen drohen. Welche Folgen hätte diese Situation auf das Angebot an Gütern?
C	Der Markt für Blu-Ray-Player ist mehr als gesättigt. Video-on-demand gehört die Zukunft. Aus diesem Grund haben mehrere Anbieter die Produktion von Blu-Ray-Playern eingestellt. Wie wirkt sich die Situation auf das Angebot von Blu-Ray-Playern aus?
D	Der Automobilindustrie ist es nach umfangreichen Investitionen in die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen gelungen, Elektromotoren mit einer Reichweite von bis zu 800 km zu entwickeln. Wie wirkt sich die Situation auf das Angebot nach Elektrofahrzeugen aus?