Hug
Kaier
Schmid
Speth

Betriebswirtschaft

für das kaufmännische Berufskolleg I

Merkur
Verlag Rinteln

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

Verfasser:

Hartmut Hug, Dipl.-Hdl., Argenbühl

Alfons Kaier, Dipl-.Hdl., Überlingen

Matthias Schmid, Dipl.-Hdl., Sigmaringen

Dr. Hermann Speth, Dipl.-Hdl., Wangen im Allgäu

Merkur Verlag Rinteln

mvurl.de/t9mx

Der Merkur Verlag Rinteln kooperiert mit JL Education. JL Education bietet bildungsplangerechte, didaktisch aufbereitete Erklärvideos für den Wirtschaftsunterricht. Erklärvideos und Materialien des Verlags sind aufeinander abgestimmt und werden an geeigneter Stelle verlinkt. Die Kombination unterschiedlicher Lernmedien erleichtert und erweitert den Spielraum für einen übergreifenden Kompetenzerwerb.

Fast alle in diesem Buch erwähnten Hard- und Softwarebezeichnungen sind eingetragene Warenzeichen. Die in diesem Buch zitierten und verlinkten Internetseiten wurden vor der Veröffentlichung auf rechtswidrige Inhalte in zumutbarem Umfang untersucht. Rechtswidrige Inhalte wurden nicht gefunden. Bei der Aktivierung von Links baut Ihr Browser ggf. eine direkte Verbindung mit den Servern von Drittanbietern (z. B. YouTube) auf. Auf die dort gesammelten Daten haben wir keinen Einfluss.

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 § 60 a 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.

Umschlagfoto: Pixel-Shot – stock.adobe.com

* * *

9., aktualisierte Auflage 2023

© 2007 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. 0578-09
ISBN 978-3-8120-0578-4

Kurzbeschreibung des Industrie- und Gewerbeparks Ulm und seiner Unternehmen

1 Grundkonzept des Industrie- und Gewerbeparks Ulm

Die Stadt Ulm hatte vor 10 Jahren einen Industrie- und Gewerbepark erschlossen. Im Südwesten des Stadtgebietes gelegen, umfasst er rund 90 ha und liegt in unmittelbarer Nähe eines Autobahnanschlusses. Inzwischen sind die verfügbaren Flächen des Industrie- und Gewerbeparks zu etwa 70 % verkauft. Rund 30 Betriebe unterschiedlicher Art haben sich dort angesiedelt und beschäftigen ca. 1 200 Mitarbeiter.

Der Vorteil für die Unternehmen liegt darin, dass sie viele Dienste wie z. B.

- Notfalldienste (Werkfeuerwehr, ärztliche Versorgung),
- soziale Einrichtungen (Kindertagesstätten, Kantine),
- Logistik innerhalb des Parks sowie
- Ver- und Entsorgungseinrichtungen

vom Parkmanagement in Anspruch nehmen können. Büro- und Gewerbeflächen können mit wachsender Unternehmensgröße hinzugemietet werden.

2 Exemplarisches Unternehmensportrait der dort angesiedelten Weber Metallbau GmbH

Die Weber Metallbau GmbH ist ein größerer, mittelständischer Handwerksbetrieb.

Firma und Sitz:
Weber Metallbau GmbH
Alfred-Nobel-Straße 8
89079 Ulm

Kontaktdaten:
Telefon: 0731 992-0 (Zentrale)
Fax: 0731 992-1 (Zentrale)
E-Mail: info@weber-metallbau-gmbh.de
Internet: www.weber-metallbau-gmbh.de

Firmengeschichte der Weber Metallbau GmbH

Das Unternehmen selbst hat eine lange Tradition, die bis ins 19. Jahrhundert zurückreicht. Johann Georg Weber übernahm 1952 die ehemalige Huf- und Wagenschmiede und machte daraus einen modernen Metallbaubetrieb. Vor fünf Jahren erfolgte die Ansiedlung im Industrie- und Gewerbepark Ulm, weil die ursprüngliche Gewerbefläche in der Zentrumsnähe zu klein geworden war. Der in diesem Zusammenhang erforderliche Kapitalbedarf konnte im gleichen Jahr durch die Gründung einer GmbH und die Aufnahme von Herrn Dr. Klaus Junginger als weiteren Gesellschafter teilweise bewältigt werden. Dr. Junginger hat ein Studium der Betriebswirtschaft absolviert und ergänzt die Geschäftsführung durch seine betriebswirtschaftlichen Kenntnisse.

Produktprogramm der Weber Metallbau GmbH

Die Weber Metallbau GmbH hat sich **spezialisiert**

- auf die Planung, Fertigung und Montage von Brandschutztüren,
- auf Fassadenbau aus Stahl und Glas,
- auf Geländer- und Treppenbau, Wintergärten und
- diverse Sonderkonstruktionen.

In einem **Nebenprogramm** produziert die Weber Metallbau GmbH auch Arbeitstische und Metallzäune. Dazu werden aus Blechstanzteilen Büroscheren und Ablage- bzw. Ordnungssysteme für Regale hergestellt.

Geschäftspartner der Weber Metallbau GmbH

Bankverbindungen

Nr.	Name des Kreditinstituts	BIC	IBAN
1	Sparkasse Ulm	SOLADES1ULM	DE61 6305 0000 0000 6485 54
2	Deutsche Bank Ulm	DEUTDESS630	DE55 6307 0024 0008 7263 39
3	Commerzbank Ulm	COBADEFFXXX	DE58 6304 0053 0003 9936 54

Kunden

Die Auftraggeber kommen aus unterschiedlichen Bereichen. Ihre Ansprüche sind sehr vielfältig. Jeder Auftrag ist individuell und erfordert eine grundlegende Neuplanung und -kalkulation. Die Kostenvorteile durch die Herstellung größerer Stückzahlen eines einheitlichen Produktes können selten genutzt werden. Als Fertigungsorganisation liegt überwiegend Werkbank- und Werkstattfertigung vor.

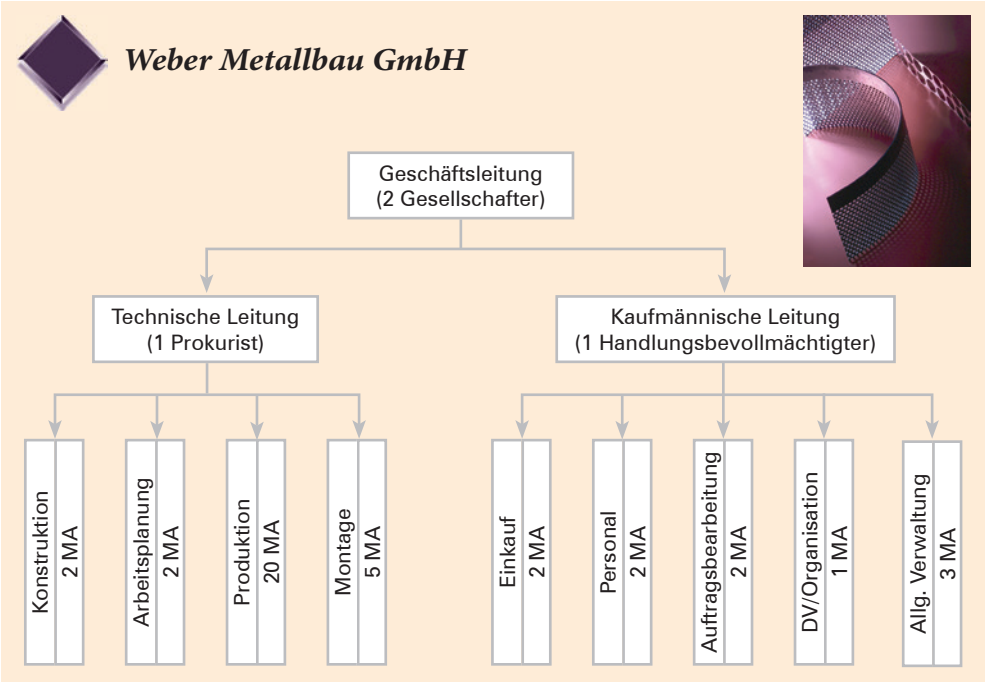
Bereich	Angebotene Leistungen
Industrie und Gewerbe	Tragwerkskonstruktionen der verschiedensten Art, z. B. für Lagerhallen, Parkgebäude sowie Fassadenverkleidungen, Feuertreppen.
Öffentliche Hand (Kommunen, Landkreise)	Fassaden, Brandschutztüren, Treppen für öffentliche Gebäude wie Kindergärten, Schulen, Sportstätten, Fußgängerbrücken usw.
Private Bauträger	Z. B. Balkone, Unterkonstruktionen für Photovoltaikanlagen, Treppenkonstruktionen für innen und außen, Wintergärten, Gewächshäuser.
Nebenprogramm	Diverse Sonderkonstruktionen, Arbeitstische, Metallzäune.

Lieferer

Die Anzahl der Lieferer ist aufgrund des abgegrenzten Produktprogramms (Problemtreue) der Weber Metallbau GmbH sehr beschränkt. Die wichtigsten Zulieferer kommen aus folgenden Bereichen:

Bereich	Bezogene Leistungen
Metallgroßhandel	Bleche unterschiedlicher Stärke und Materialart, Stahlbänder, Rund- und Vierkantrohre, Stahlträger verschiedener Profile.
Glashandel	Einscheibensicherheitsglas (Schiebetüren, Trennwände, Duschen), Verbundsicherheitsglas (für erhöhten Sicherheitsbedarf, z. B. als Einbruchschutz), Isolierglas für den Fassadenbereich, Glas mit keramischem Siebdruck (ermöglicht hochwertige, repräsentative Raum- und Gebäudegestaltung).
Handel für Werkzeuge, Montage- und Befestigungsmaterial	Beschläge, Schrauben, Werkzeuge, Klebestoffe, Dichtungsmaterial, Schmiermittel, Fette, Reinigungsmaterial usw.

Organigramm der Weber Metallbau GmbH



Gesellschaftsvertrag der Weber Metallbau GmbH

§ 1 Firma, Sitz

(1) Die Firma der Gesellschaft lautet: Weber Metallbau GmbH

(2) Sitz der Gesellschaft ist: 89079 Ulm, Alfred-Nobel-Str. 8

§ 2 Gegenstand des Unternehmens

(1) Gegenstand des Unternehmens ist die Fertigung und Montage von Brandschutztüren, Fassadenbau aus Stahl und Glas, Geländer- und Treppenbau, Wintergärten und Gewächshäusern sowie im Nebenprogramm Arbeitstische und Metallzäune.

(2) Die Gesellschaft darf Zweigniederlassungen errichten, sich an anderen Unternehmen beteiligen sowie andere Unternehmen gründen.

§ 3 Dauer der Gesellschaft

(1) Die Gesellschaft wird auf unbestimmte Dauer errichtet.

§ 4 Stammkapital, Stammeinlagen

(1) Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt 750 000,00 EUR.

(2) Auf das Stammkapital übernehmen als ihre Stammeinlagen:

a) Hans-Jörg Weber: 400 000,00 EUR Nennbetrag
b) Dr. Klaus Junginger: 350 000,00 EUR Nennbetrag

§ 5 Geschäftsführer

(1) Die Gesellschaft hat einen oder mehrere Geschäftsführer.

(2) Die Bestellung und Abberufung von Geschäftsführern sowie deren Befreiung vom Wettbewerbsverbot erfolgt durch Gesellschafterbeschluss.

§ 6 Vertretung der Gesellschaft

(1) Ein alleiniger Geschäftsführer vertritt die Gesellschaft allein.

(2) Sind mehrere Geschäftsführer bestellt, so wird die Gesellschaft durch zwei Geschäftsführer gemeinsam vertreten oder durch einen Geschäftsführer in Gemeinschaft mit einem Prokuristen.

§ 7 Geschäftsführung

(1) Die Führung der Geschäfte der Gesellschaft steht mehreren Geschäftsführern gemeinschaftlich zu, sofern nicht durch Gesellschafterbeschluss etwas anderes bestimmt wird.

(2) Im Verhältnis zur Gesellschaft ist jeder Geschäftsführer verpflichtet, die Geschäftsführungsbeschränkungen einzuhalten, welche durch Gesetz, Gesellschaftsvertrag, Geschäftsführeranstellungsvertrag und Gesellschafterbeschlüsse festgesetzt sind oder werden.

(3) Geschäfte, die über den gewöhnlichen Betrieb der Gesellschaft hinausgehen, bedürfen der vorherigen Zustimmung durch Gesellschafterbeschluss.

§ 8 Gesellschafterbeschlüsse

(1) Jede 50,00 EUR Nennbetrag eines Geschäftsanteils gewähren eine Stimme.

(2) Sämtliche Gesellschafterbeschlüsse sind zu protokollieren.

(3) Das Protokoll ist von den Geschäftsführern zu unterzeichnen.

(4) Die Gesellschafter erhalten Abschriften.

§ 9 Geschäftsjahr und Jahresabschluss

(1) Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr.

(2) Der Jahresabschluss ist von den Geschäftsführern in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres für das vergangene Geschäftsjahr aufzustellen.

§ 10 Gesellschafterveränderungen

(1) Das Ausscheiden eines Gesellschafters führt nicht zur Auflösung der Gesellschaft.

(2) Die verbleibenden Gesellschafter haben unverzüglich einen Beschluss zu den Modalitäten der Fortführung zu fassen.

§ 11 Wettbewerbsverbot

(1) Ein Gesellschafter darf ohne vorherigen zustimmenden Gesellschafterbeschluss in dem Geschäftsbereich des Gegenstandes der Gesellschaft keine Geschäfte machen.

(2) Das Verbot umfasst insbesondere auch direkte oder indirekte Beteiligung an Konkurrenzunternehmen oder deren Beratung.

§ 12 Schlussbestimmungen

(1) Bekanntmachungen der Gesellschaft werden im Bundesanzeiger veröffentlicht.

(2) Durch die Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieses Vertrages wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt.

Ulm, den 14. Juli 20..

Hans-Jörg Weber

Unterschrift des Gesellschafters

Dr. Klaus Junginger

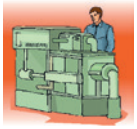
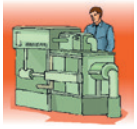
Unterschrift des Gesellschafters

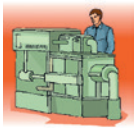
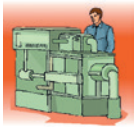
Den vorstehenden Vertrag beurkundet:

Dr. Wilfried Beißner

Unterschrift des Notars

3 Überblick über weitere im Industrie- und Gewerbepark angesiedelte Unternehmen (Auswahl)

Unternehmen	Unternehmenszweck	Unternehmenstyp
Ulmer Büromöbel AG Industriepark 5 89079 Ulm 	Büromöbel, insbesondere ■ Schreibtische, ■ Bürostühle, ■ Büroschränke. **Hinweis:** Weitere Informationen zum Unternehmensprofil finden Sie im Merkur-Arbeitsheft 1578!	Industrie 
Stefanie Osann e. Kfr. Industriepark 25 89079 Ulm 	■ Bürobedarf, ■ Computertechnik, ■ Drucker, ■ Kopiergeräte, ■ Business-Papier, ■ usw.	Handel
MicroTex Technologies GmbH Alfred-Nobel-Straße 42 89079 Ulm 	Hersteller technischer Garne.	Industrie 
CLEAN-TEC OHG Alfred-Nobel-Straße 17 89079 Ulm 	Facility Management, insbesondere ■ Gebäude-, Fassaden- und Fensterreinigung, ■ Grünanlagenpflege, ■ Hausmeisterservice.	Dienstleister
Beauty Moments Emmy Reisacher e. Kfr. Neuwerk 10 89079 Ulm 	Kosmetikinstitut für Anti-Aging mit ■ Gesichtsbehandlung, ■ Sauerstofflifting, ■ Körper & Figur, ■ Wellnessmassagen.	Dienstleister

Unternehmen	Unternehmenszweck	Unternehmenstyp
Kramer GmbH Neuwerk 21 89079 Ulm 	■ Lagerhaltung, ■ Transport, ■ Logistik.	Dienstleister
Motorenbau Anton Thomalla e. Kfm. Alfred-Nobel-Straße 24 89079 Ulm 	Herstellung von Motoren zum Betrieb von Blockheizkraftwerken.	Industrie 
Stolz & Krug OHG Industriepark 10 89079 Ulm 	■ Reparatur, ■ An- und Verkauf von Kraftfahrzeugen samt Zubehör.	Handwerk
Sport-Burr KG Sportartikelfabrik Neuwerk 15 89079 Ulm 	Herstellung von Winter- und Sommersportgeräten: ■ Skier, ■ Snow-Swinger, ■ Skibobs, ■ Tennisschläger, ■ Nordic-Walking-Stöcke.	Industrie 
Kaffeerösterei Arabica KG Neuwerk 14 89079 Ulm 	Röstfrischer Kaffee: ■ Filterkaffee, ■ Crema, ■ Espresso, ■ usw.	Handwerk

Hinweis:

Die obigen Unternehmensdaten beschreiben die Ausgangssituation. Im Laufe der einzelnen Kapitel werden die Unternehmensdaten teilweise geändert, z. B. durch Aufnahme eines weiteren Gesellschafters.

Kompetenzbereich 1: Unternehmensziele und -organisation

1 Grundlagen der nachhaltigen Unternehmensführung erarbeiten

KB 1 **Lernsituation 1: Möglichkeiten der Umsetzung nachhaltiger Entwicklungsziele im Unternehmen ermitteln**

Die MicroTex Technologies GmbH, Ulm, setzt für die Herstellung eines großen Sortiments von technischen Garnen verschiedene Chemikalien und Kunststoffgranulate ein, die mithilfe von speziellen, meist stark automatisierten Maschinen in teilweise aufwendigen Prozessen hergestellt werden. Die Garnherstellung ist ressourcenzehrend und führt zu Abwärme und teilweise giftigen Abfällen.

Etwa zwei Drittel der Mitarbeiter werden nach dem mit den Gewerkschaften ausgehandelten Tarif bezahlt. Die Verarbeitung der Kunststoffgranulate erfolgt jedoch mit angelernten Arbeitnehmern, die nur den gesetzlichen Mindestlohn erhalten.

Die Produktpalette reicht von Nylonfaden bis zu Kohle- und Glasfasern. Technische Garne werden beispielsweise in der Reifen-, Tau- und Netzherstellung, beim Karosseriebau und in der Telekommunikation eingesetzt.

Kompetenzorientierte Arbeitsaufträge:

1. Ordnen Sie jedem handlungsleitenden Prinzip der Agenda 2030 ein Nachhaltigkeitsziel zu und erläutern Sie es!
2. Zeigen Sie auf, zu welchen Zielen der nachhaltigen Entwicklung die MicroTex Technologies GmbH einen Beitrag leisten kann!

Vorlage
mvurl.de/i7yj

1.1 Begriffe Betriebswirtschaftslehre, Unternehmen und Nachhaltigkeit kennenlernen

(1) Begriff Betriebswirtschaftslehre

Die **Betriebswirtschaftslehre** hat zwei Schwerpunkte. Zum einen möchte sie die **betrieblichen Abläufe im Unternehmen erklären** und **Empfehlungen für unternehmerisches Handeln** entwickeln. Zum anderen untersucht sie die **Beziehungen zwischen dem Unternehmen und anderen Wirtschaftseinheiten** (z. B. private Haushalte, Banken, Staat), denn unternehmerisches Handeln muss sich an den rechtlichen und gesellschaftlichen Vorgaben ausrichten.

(2) Begriff Unternehmen

Unternehmen beziehen in aller Regel eine Reihe von Vorleistungen (Werkstoffe, Maschinen, Strom, Wasser, Erfindungen, Dienstleistungen). Durch den **Einsatz der eigenen Leistung** verändert das Unternehmen die übernommenen Vorleistungen und schafft **neue Sachgüter** (z. B. Lebensmittel, Kleidung, Fahrzeuge) oder **Dienstleistungen** (z. B. Transporte, Beratung durch einen Rechtsanwalt).

Ein **Unternehmen**[1] ist eine planvoll organisierte Wirtschaftseinheit, in der Sachgüter und Dienstleistungen beschafft, erstellt und verkauft werden.

Die **Grundfunktionen** (Hauptaufgabenbereiche) jedes Unternehmens sind:

Beschaffung	Sind alle Tätigkeiten, die darauf abzielen, die Güter und Dienstleistungen zu erwerben, die notwendig sind, um einen reibungslosen Warenabsatz (beim Handelsunternehmen) bzw. eine reibungslose Produktion (beim Industrieunternehmen) zu garantieren.
Leistungserstellung	Je nach Wirtschaftsbereich hat die Leistungserstellung unterschiedliche Aufgaben. Die Leistungserstellung ■ eines **Industriebetriebs** umfasst z. B. die Produktion von Sachgütern. ■ eines **Handelsbetriebs** umfasst z. B. die Bereitstellung eines Warensortiments. ■ eines **Dienstleistungsbetriebs** umfasst z. B. die Erfüllung der angebotenen Dienstleistungen.
Absatz	Er beinhaltet den Verkauf der Sachgüter und Dienstleistungen und ermöglicht durch den Rückfluss der eingesetzten Geldmittel die Fortsetzung (Finanzierung) der Beschaffung, der Leistungserstellung und des Absatzes.

(3) Begriff Nachhaltigkeit

Der Begriff der Nachhaltigkeit stammt ursprünglich aus der Forstwirtschaft und wurde erstmals Anfang des 18. Jahrhunderts von *Hans Carl von Carlowitz* verwendet. Die vom Bergbau ausgelöste Holzknappheit veranlasste ihn zur Erarbeitung eines **Nachhaltigkeitskonzepts**[2] zur Sicherung des Waldbestands als natürliche Ressource für die Holzwirtschaft, wonach immer nur so viel Holz geschlagen wird, wie durch Wiederaufforstung nachwachsen kann. Auf heutige Verhältnisse übertragen ist außerdem dafür zu sorgen, dass den künftigen Generationen nicht die **natürlichen Lebensgrundlagen** entzogen werden, z. B. durch Schadstoffe im Boden und in der Luft (saurer Regen, Waldsterben), durch Klimawandel (Treibhauseffekt) oder durch Schädigung der Erdatmosphäre (Ozonloch).

1 Die Begriffe Unternehmen (Unternehmung) und Betrieb werden in diesem Schulbuch gleichbedeutend (synonym) verwendet.

2 **Konzept**: Entwurf, Plan.

Deutschland zählt weltweit zu den größten **Rohstoffkonsumenten** und ist dabei in hohem Maße von Importen abhängig. **Versorgungssicherheit,** der **Schutz der natürlichen Ressourcen,** eine **sparsame Nutzung** sowie die **Wiederverwertung** sind daher von hoher Bedeutung für die Wirtschaft hierzulande.

Nachhaltige Entwicklung (Wirtschaften) erfordert, dass wir heute so leben und handeln, dass **künftige Generationen** überall eine **lebenswerte** Umwelt vorfinden und ihre Bedürfnisse befriedigen können.

1.2 Handlungsfelder der Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit als unternehmerische Zielsetzung ging hervor aus der ökologischen Diskussion, hat aber einen erheblich umfassenderen Anspruch. **Nachhaltigkeit** umfasst folgende **vier Handlungsfelder:**

Handlungsfelder der Nachhaltigkeit

ökologische Nachhaltigkeit

Diese befasst sich mit einem verantwortungsbewussten Umgang mit den benötigten Ressourcen, d. h. sparsamen Verbrauch von Energie und Rohstoffen, geringe Belastung der Umwelt durch die erforderlichen Transporte und Minimierung von Umwelt belastenden Emissionen.

wirtschaftliche Nachhaltigkeit

Sie zielt darauf ab, dass das Unternehmen auf Dauer eine wettbewerbsfähige Wertschöpfung erzielt und somit langfristig am Markt bestehen bleibt.

soziale Nachhaltigkeit

Humane Arbeitsbedingungen, gerechtes Einkommen und Förderung der Bildung sind Faktoren, die zur dauerhaften Stabilität einer gesellschaftlichen Infrastruktur[1] beitragen.

politische Nachhaltigkeit

Sie zielt darauf ab, dass sich die zentralen politischen Entscheidungskriterien an den Zielen der ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Nachhaltigkeit orientieren. Schwerpunktbereiche der nationalen und internationalen politischen Nachhaltigkeitsstrategie können dabei politische Fragestellungen (z. B. politische Stabilität, Demokratie, Bürgerbeteiligung, Menschenrechte), Klimaschutz, nachhaltige Mobilität, Digitalisierung und Integration sein.

In der öffentlichen Wahrnehmung wird Nachhaltigkeit in der Regel mit der ökologischen Nachhaltigkeit gleichgesetzt und damit auf die Umweltebene reduziert.

1 **Infrastruktur:** notwendiger wirtschaftlicher und organisatorischer Unterbau einer hoch entwickelten Wirtschaft (z. B. Verkehrsnetz, Arbeitskräfte, …).

1.3 Die Leitidee einer nachhaltigen Entwicklung von Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft beschreiben

1.3.1 Ziele nachhaltiger Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs)

Die Agenda 2030 wurde im September 2015 auf einem Gipfel der **Vereinten Nationen** von allen Mitgliedstaaten verabschiedet und gilt für alle Staaten dieser Welt. Sie wurde mit **breiter Beteiligung der Zivilgesellschaft** in aller Welt entwickelt.

mvurl.de/r8ye

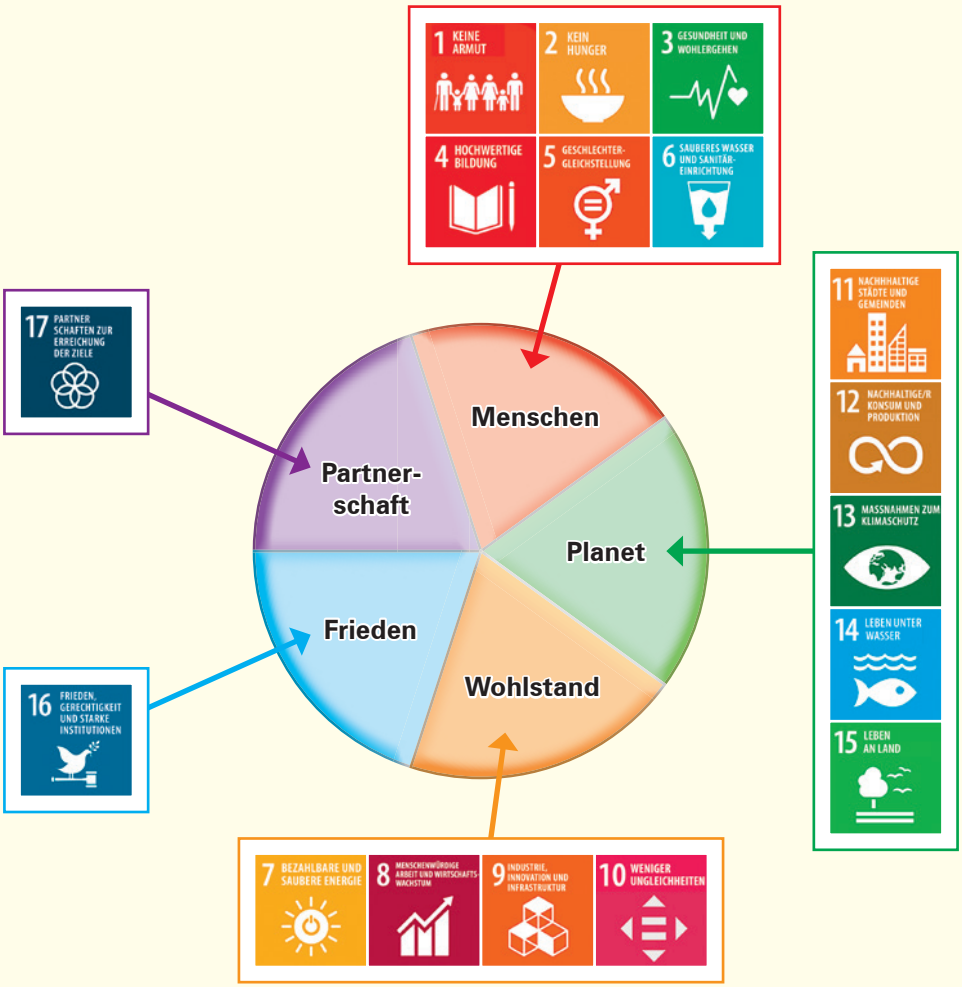
Die Agenda 2030 steht für ein neues globales Wohlstandsverständnis. Dies soll erreicht werden durch eine **Umgestaltung** von Volkswirtschaften hin zu nachhaltiger Entwicklung, beispielsweise durch verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster und saubere und erschwingliche Energie.

Das Kernstück der Agenda bildete ein ehrgeiziger **Katalog mit 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals),** welche erstmals die **drei Dimensionen** der **Nachhaltigkeit** – Soziales, Wirtschaft (Ökonomie) und Umwelt (Ökologie) – gleichermaßen berücksichtigen. Die 17 Ziele sind unteilbar und bedingen einander.

Die **17 Ziele nachhaltiger Entwicklung** beinhalten fünf Kernbotschaften als **handlungsleitende Prinzipien:** Mensch, Planet, Wohlstand, Frieden und Partnerschaft.[1]

1 Im Englischen spricht man von den „5 Ps“: People, Planet, Prosperity, Peace und Partnership.

Die **17 Ziele nachhaltiger Entwicklung** lassen sich wie folgt den **fünf handlungsleitenden Prinzipien** zuordnen:



1.3.2 Umsetzung der Ziele einer nachhaltigen Entwicklung

mvurl.de/guz1

Die SDGs können von einem Unternehmen beispielsweise wie folgt umgesetzt werden:

Bereich Ökonomie	■ Produkte entwickeln, die besonders umweltverträglich sind. ■ Nachwachsende Rohstoffe für die Produktion einsetzen. ■ Ständig auf die Wettbewerbsfähigkeit achten, um die geschaffenen Arbeitsplätze langfristig zu erhalten.

Kompetenzbereich 2: Auftragsbearbeitung und Vertragsgestaltung

1 Grundlegende rechtliche Inhalte und Methoden des Vertragswesens erarbeiten und anwenden

Beachte:

Ziel der folgenden Kapitel ist es, Sie zu befähigen, einen Kundenauftrag rechtssicher bearbeiten zu können. Rechtssicherheit soll so verstanden werden, dass Sie sich über die Rechtsfolgen eines bestimmten Verhaltens (innerhalb der Auftragsbearbeitung) bewusst sind. Daher ist es von Bedeutung, eine klare Vorstellung zu haben von den fundamentalen Rechtsbegriffen in diesem Handlungsumfeld.

1.1 Den Gesamtzusammenhang der Auftragsbearbeitung und Vertragsgestaltung erfassen

In der folgenden Abbildung lässt sich von der orange hervorgehobenen Prozesskette des Verkaufs eine Verbindung zu den betriebswirtschaftlichen Inhalten herstellen:

Rahmenbedingungen und Teilprozesse	Rechtliche und betriebswirtschaftliche Inhalte
Rechtliche Rahmenbedingungen	■ Rechts- und Geschäftsfähigkeit ■ Rechtsgeschäfte ■ Besitz und Eigentum
Anfragen der Kunden bearbeiten	■ Anfrage ■ Angebot
Auftrag der Kunden ausführen	■ Auftragseingang (Bestellung) ■ Auftragsbestätigung ■ Auftragsdurchführung
Zahlung abwickeln	■ Buchen der Ausgangsrechnung ■ Zahlungseingang ■ Buchen des Zahlungseingangs
Umgang mit Vertragsstörungen	■ Mangelhafte Lieferung ■ Lieferungsverzug ■ Zahlungsverzug ■ Sicherung und Durchsetzung von Ansprüchen

Die rechtlichen Rahmenbedingungen stellen zwar keine Teilprozesse des Verkaufs dar, sie liefern jedoch die rechtlichen und ordnungspolitischen Rahmenbedingungen, die die Voraussetzung dafür sind, dass der Verkaufsprozess für beide Vertragspartner verlässlich durchgeführt werden kann.

1.2 Die Rechtsgrundlagen bewusst machen

KB 2 Lernsituation 1: Geschäftsfähigkeit beurteilen

Die beiden Brüder Philipp (5 Jahre) und Linus (9 Jahre) kaufen sich von ihrem Taschengeld Süßigkeiten. Als die Eltern davon erfahren, verlangen sie das Geld vom Kaufmann zurück. Dieser ist hierzu jedoch nicht bereit.

Kompetenzorientierte Arbeitsaufträge:

1. Stellen Sie die Regelungen zur Geschäftsfähigkeit mithilfe eines Zeitstrahls dar!
2. Prüfen Sie, ob der Kaufmann das Geld zurückgeben muss!

1.2.1 Rechts- und Geschäftsfähigkeit

1.2.1.1 Rechtsfähigkeit

(1) Begriff Rechtsfähigkeit

Rechtsfähigkeit ist die Fähigkeit von Personen, Träger von Rechten und Pflichten sein zu können.

Rechtsfähig sind natürliche Personen (Menschen) und juristische Personen. Man nennt die **Personen** auch **Rechtssubjekte**.[1]

(2) Natürliche Personen

Natürliche Personen sind **alle Menschen**. Der Gesetzgeber verleiht ihnen **Rechtsfähigkeit**.

Beispiele:

- Das Recht des Erben, ein Erbe antreten zu dürfen.
- Das Recht des Käufers, Eigentum zu erwerben.
- Die Pflicht, Steuern zahlen zu müssen. (Das Baby, das ein Grundstück erbt, ist Steuerschuldner, z. B. in Bezug auf die Grundsteuer.)

Die **Rechtsfähigkeit des Menschen** (der **natürlichen Personen**) **beginnt** mit der Vollendung der Geburt [§ 1 BGB] und **endet** mit dem Tod. **Jeder Mensch** ist rechtsfähig.

1 Die „Gegenstände" des Rechtsverkehrs (z. B. Abschluss und Erfüllung von Verträgen) bezeichnet man als **Rechtsobjekte**. Hierzu gehören die **Sachen** als körperliche Gegenstände [§ 90 BGB] und die Rechte (z. B. Miet- und Pachtrechte, Patent- und Lizenzrechte).

(3) Juristische Personen[1]

Juristische Personen sind „künstliche" Personen, denen der Staat die Eigenschaft von Personen kraft Gesetzes verliehen hat. Sie sind damit rechtsfähig, d. h. Träger von Rechten und Pflichten. Juristische Personen sind

- **privatrechtliche Personenvereinigungen,** z. B. eingetragene Vereine, Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH),
- **Vermögensmassen,** z. B. Stiftungen,
- **Körperschaften des öffentlichen Rechts,** z. B. Ärzte- und Rechtsanwaltskammern, Gemeinden, Handwerkskammern, öffentlich-rechtliche Hochschulen und
- **Anstalten des öffentlichen Rechts,** z. B. öffentliche Rundfunkanstalten.[2]

1.2.1.2 Geschäftsfähigkeit

(1) Begriff Geschäftsfähigkeit

Geschäftsfähigkeit ist die Fähigkeit von Personen, Willenserklärungen rechtswirksam abgeben, entgegennehmen (empfangen) und widerrufen zu können.

Zum Schutz Minderjähriger hat der Gesetzgeber die folgenden Vorschriften erlassen.

(2) Gesetzliche Regelungen zur Geschäftsfähigkeit

Geschäftsunfähigkeit

Kinder vor Vollendung des siebten Lebensjahres sind **geschäftsunfähig** [§ 104 Nr. 1 BGB]. Den Kindern sind Menschen, die sich in einem dauernden Zustand krankhafter Störung der Geistestätigkeit befinden, gleichgestellt [§ 104 Nr. 2 BGB].

Rechtsfolge:

Kinder und Geschäftsunfähige können keine rechtswirksamen Willenserklärungen abgeben. Verträge mit Kindern und Geschäftsunfähigen sind **immer nichtig,** d. h. von vornherein ungültig.

Da Geschäftsunfähige keine Rechtsgeschäfte abschließen können, brauchen sie einen **Vertreter,** der für sie handeln kann. Bei Kindern sind dies in der Regel kraft Gesetzes die Eltern. Man bezeichnet die Eltern daher auch als **„gesetzliche Vertreter"**.

Beschränkte Geschäftsfähigkeit

Minderjährige, die zwar das siebte Lebensjahr, aber noch nicht das achtzehnte Lebensjahr vollendet haben, sind **beschränkt geschäftsfähig** [§ 106 BGB].

Rechtsgeschäfte mit einem beschränkt Geschäftsfähigen bedürfen der Zustimmung des gesetzlichen Vertreters. Diese Zustimmung kann **im Voraus** erteilt werden. Sie heißt dann

1 **Juristisch:** rechtlich.

2 Bei den **Körperschaften** stehen die Mitglieder im Vordergrund, z. B. die Mitglieder einer gesetzlichen Krankenkasse. Bei den **Anstalten** steht das Sachvermögen im Vordergrund, wie dies z. B. bei den Rundfunkanstalten der Fall ist. Die Nutzer von Anstalten haben im Gegensatz zu den Mitgliedern der Körperschaften keine Mitwirkungsrechte.

Einwilligung [§§ 107; 183, S. 1 BGB]. Sie kann aber auch **nachträglich** gegeben werden. Die nachträglich erfolgte Zustimmung heißt **Genehmigung** [§§ 108, 184 I BGB].

Rechtsgeschäfte mit einem beschränkt Geschäftsfähigen bedürfen der **vorherigen Einwilligung** des gesetzlichen Vertreters. Sie können aber auch durch eine **nachträgliche Genehmigung** des gesetzlichen Vertreters rechtswirksam werden.

Rechtsfolge:

Solange die Genehmigung des gesetzlichen Vertreters fehlt, ist ein durch den beschränkt Geschäftsfähigen abgeschlossenes **Rechtsgeschäft schwebend unwirksam.** Dies bedeutet, dass z. B. ein Vertrag (noch) nicht gültig, wohl aber genehmigungsfähig ist. Wird die **Genehmigung verweigert,** ist der **Vertrag von Anfang an ungültig.** Wird sie erteilt, ist der Vertrag **von Anfang an wirksam** [§§ 108 I, 184 I BGB].

Beispiel:

Die 17-jährige Schülerin Sabine kauft sich ein Smartphone mit 2-jähriger Vertragsbindung, ohne dass sie die Eltern vorher gefragt hat. Genehmigen die Eltern nachträglich den Kauf, ist der Kauf rechtswirksam.

Verweigern sie die Genehmigung, kommt kein Kaufvertrag zustande.

Keiner Zustimmung bedürfen folgende Rechtsgeschäfte:

Bringt nur rechtlichen Vorteil	Verträge, die dem beschränkt Geschäftsfähigen lediglich einen **rechtlichen Vorteil** bringen [§ 107 BGB];
Erfüllung mit frei zur Verfügung stehendem Mittel	Verträge, bei denen die vertragsmäßigen Leistungen (z. B. Kaufpreiszahlung) mit Mitteln erfüllt werden, die der beschränkt geschäftsfähigen Person vom gesetzlichen Vertreter (z. B. Eltern) oder von Dritten (z. B. Großeltern, Patenonkel) zur freien Verfügung überlassen wurden (**Taschengeldparagraf** [§ 110 BGB]);
Im Rahmen eines Arbeits- und Dienstverhältnisses	Rechtsgeschäfte, die die Eingehung, Erfüllung (Verpflichtungen) oder Aufhebung eines **Arbeits- oder Dienstverhältnisses** betreffen, wenn der gesetzliche Vertreter des Minderjährigen diesen zur Eingehung eines Dienst- oder Arbeitsverhältnisses ermächtigt hat [§ 113 I S. 1 BGB];[1]
Im Rahmen eines selbstständigen Erwerbsgeschäftes	Rechtsgeschäfte, die der Betrieb eines **selbstständigen Erwerbsgeschäfts** (z. B. Handelsgeschäfts) mit sich bringt, wenn der gesetzliche Vertreter den beschränkt geschäftsfähigen Minderjährigen mit der erforderlichen Genehmigung des Familiengerichts zum selbstständigen Betrieb eines Erwerbsgeschäfts ermächtigt hat [§ 112 I S. 1 BGB].

Unbeschränkte Geschäftsfähigkeit

Personen, die das achtzehnte Lebensjahr vollendet haben, sind **unbeschränkt geschäftsfähig** [§ 2 BGB]. Ausnahmen bestehen nur für Menschen, die sich in einem dauernden Zustand krankhafter Störung der Geistestätigkeit befinden.

1 Die gesetzliche Regelung gilt nicht für Berufsausbildungsverträge nach dem Berufsbildungsgesetz.

Rechtsfolge:

Die unbeschränkte Geschäftsfähigkeit bedeutet, dass von dem Erklärenden (der natürlichen Person) jedes Rechtsgeschäft, soweit dies gesetzlich erlaubt ist, **rechtsgültig** abgeschlossen werden kann. Eine Zustimmung gesetzlicher Vertreter und/oder die Genehmigung eines Familiengerichts ist nicht (mehr) erforderlich.

Zusammenfassung

- **Rechtsfähigkeit** bedeutet, Rechte und Pflichten haben zu können.
- **Unbeschränkte Geschäftsfähigkeit** bedeutet, Rechtsgeschäfte ohne Zustimmung des gesetzlichen Vertreters abschließen, ändern und auflösen zu können.
- **Beschränkte Geschäftsfähigkeit** bedeutet, dass Rechtsgeschäfte eines beschränkt Geschäftsfähigen grundsätzlich der Zustimmung des gesetzlichen Vertreters bedürfen.

  Ausgenommen sind folgende Rechtsgeschäfte:

  - Rechtsgeschäft bringt lediglich einen rechtlichen Vorteil.
  - Die eingesetzten Mittel sind zur freien Verfügung überlassen worden.
  - Rechtsgeschäfte im Rahmen des genehmigten Arbeits- und Dienstverhältnisses.
  - Rechtsgeschäfte im Rahmen des genehmigten selbstständigen Erwerbsgeschäfts.

- **Geschäftsunfähigkeit** heißt, dass die Willenserklärungen geschäftsunfähiger Personen rechtlich unerheblich sind. Geschäftsunfähige können z. B. keine Rechtsgeschäfte abschließen und auflösen.

Kompetenztraining

24 Rechts- und Geschäftsfähigkeit

1. Unterscheiden Sie die Begriffe Rechtsfähigkeit und Geschäftsfähigkeit!
2. Erklären Sie, welche Rechtsgeschäfte eine beschränkt geschäftsfähige Person ohne Einwilligung des gesetzlichen Vertreters abschließen darf! Bilden Sie hierzu jeweils ein Beispiel!
3. Begründen Sie, warum das BGB bei den Stufen (Arten) der Geschäftsfähigkeit feste Altersgrenzen zugrunde legt! Nennen Sie die Altersgrenzen!
4. Erklären Sie, welche Rechtsfolgen eintreten, wenn geschäftsunfähige, beschränkt geschäftsfähige oder voll geschäftsfähige Personen Willenserklärungen abgeben!
5. Lösen Sie folgende Rechtsfälle! Prüfen Sie jeweils die Rechtslage und begründen Sie Ihre Lösungen ausführlich mit den gesetzlichen Vorschriften (§§) des BGB:

   Aufgaben:

   5.1 Ein Kranker, der sich in einem Zustand dauernder Störung der Geistestätigkeit befindet, erhält von seinem Bruder ein Mietshaus geschenkt. Erklären Sie, ob der kranke Eigentümer des Hauses wegen der Mieteinkünfte steuerpflichtig werden kann!

   5.2 Das Finanzamt verlangt von einem vier Jahre alten Kind die Bezahlung rückständiger Steuern. Prüfen Sie, ob dies rechtlich möglich ist!

6. Der 17-jährige Schüler Fabian entnimmt seiner Sparbüchse 400,00 EUR und kauft sich davon ein Tablet, welches er auch gleich mitnimmt.

   Aufgaben:

   Klären Sie die Rechtslage, wenn

   6.1 keine Einwilligung der Eltern vorliegt,

   6.2 eine Einwilligung der Eltern vorliegt,

   6.3 die Eltern den Kauf nachträglich genehmigen,

   6.4 die Eltern nach Aufforderung durch den Verkäufer

   6.4.1 die Genehmigung verweigern,

   6.4.2 schweigen,

   6.4.3 erst nach drei Wochen den Kauf genehmigen und das Tablet inzwischen (ohne dass dies die Eltern wissen konnten) stark beschädigt ist!

7. Die achtjährige Mona erhält von ihrer Großmutter einen sehr wertvollen Ring geschenkt.

   Aufgabe:

   Prüfen Sie, ob Mona den Ring ohne Zustimmung ihrer Eltern annehmen (behalten) kann und ob Mona auch ohne Zustimmung der Eltern Eigentümerin des Rings wird!

8. Der 17-jährige Auszubildende Karl wohnt und arbeitet mit Zustimmung seiner Eltern in Stuttgart, während seine Eltern in Mannheim zu Hause sind.

   Aufgaben:

   8.1 Am Monatsende ist die Miete zu zahlen. Prüfen Sie, ob Karl aus rechtlicher Sicht mit seiner Ausbildungsvergütung sein Zimmer bezahlen darf!

   8.2 Karl möchte sich von seiner Vergütung einen Smart-TV kaufen. Klären Sie die Rechtslage!

   8.3 Prüfen Sie, ob Karl, falls er 750,00 EUR gewinnt, einen Smart-TV kaufen kann!

   8.4 Klären Sie die Rechtslage, wie im Fall 8.1 zu entscheiden ist, wenn Karl von zu Hause fortgelaufen ist und seit mehreren Monaten ohne Wissen der Eltern unter falschem Namen in Tübingen arbeitet!

1.3 Die Willenserklärung als wesentlichen Bestandteil eines Rechtsgeschäfts erkennen

KB 2 Lernsituation 2: Wirksamkeit einer Willenserklärung prüfen

Georg Merk will zur Feier seines 20. Geburtstags eine Kiste Radler einkaufen. Er geht deshalb in einen Getränkemarkt, entnimmt eine Kiste Radler und erklärt dem Verkäufer: „Ich kaufe diese Kiste.“ Im Geschäft trifft Georg seinen Freund Hannes und lädt ihn zur Geburtstagsfeier ein; der nimmt die Einladung sofort freudig an. Hannes dachte nicht daran, dass er sich am gleichen Abend unbedingt das Fußballländerspiel „Deutschland – England“ ansehen wollte, das im Fernsehen übertragen wird.

Kompetenzbereich 3: Beschaffung und Lagerhaltung

1 Einen Überblick über die Beschaffungsprozesse erhalten und die Nachhaltigkeit der Beschaffung untersuchen

KB 3 Lernsituation 1: Nachhaltigkeit der Beschaffung

Nachdem die Stadt Ulm im Jahr 2014 als Fairtrade-Stadt zertifiziert wurde, plant die Kaffeerösterei Arabica KG ihre Nachhaltigkeitsstrategie weiter auszubauen. Mittelfristig plant das Unternehmen, überwiegend Bio- und Fairtrade-Kaffee anzubieten. In diesem Zusammenhang sollen im Rahmen der Beschaffung Kaffeebohnen, die mit dem Fairtrade- und EU-Bio-Siegel zertifiziert sind, eingekauft und weiterverarbeitet werden. Die Unternehmensleitung interessiert sich insbesondere dafür, ob mit einer nachhaltigen Beschaffungsstrategie die Situation der Kaffeeproduzenten vor Ort verbessert werden kann und inwieweit sich der Gedanke der Nachhaltigkeit auch bei anderen regionalen Unternehmen wiederfindet.

Sie sind Assistent/-in in der Abteilung für Einkauf und Beschaffung. Für die nächste Konferenz werden Sie gebeten, der Unternehmensleitung eine erste Einschätzung vorzulegen. Ihre Abteilungsleiterin legt Ihnen dazu die folgenden Informationsquellen vor (siehe Anlagen 1–4).

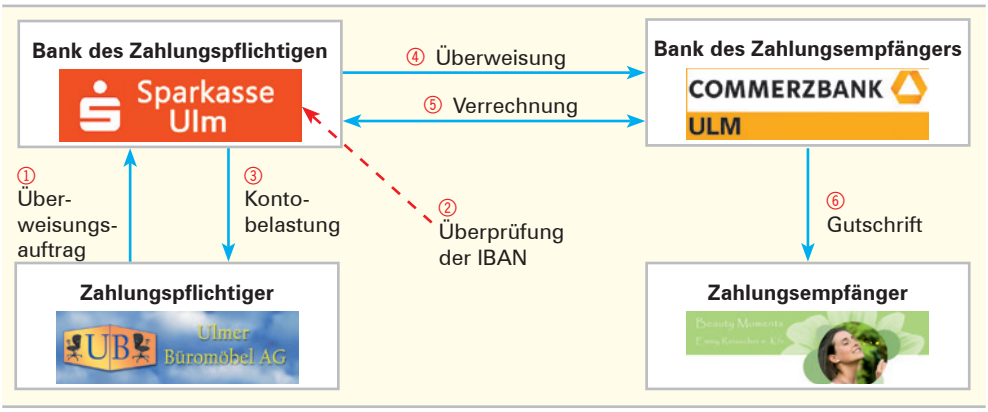
Kompetenzorientierte Arbeitsaufträge:

1. Lesen Sie den Informationstext zur nachhaltigen Entwicklung **(Anlage 1)** und übertragen Sie den Gedanken einer nachhaltigen Entwicklung auf die Beschaffungswirtschaft eines Unternehmens!
2. Geben Sie der Unternehmensleitung einen Überblick über die aktuelle Situation auf dem Kaffeemarkt! Nutzen Sie dazu die **Anlage 2**.
3. Erläutern Sie, inwieweit die Beschaffung von zertifiziertem Bio- und Fairtrade-Kaffee die Situation der Kaffeeproduzenten verbessert! Nutzen Sie dazu die **Anlage 2** und die **Anlage 3**.
4. In einer Besprechung der Abteilung Einkauf wird über das Vorhaben der Unternehmensleitung diskutiert, zukünftig überwiegend Kaffeebohnen mit dem Fairtrade- und EU-Bio-Siegel anzubieten. Ein Mitarbeiter sagt in der Besprechung: „Bio und Fairtrade kosten nur Geld und bringen unserem Unternehmen nichts!“

   Nehmen Sie zu dieser Aussage mit zwei Argumenten Stellung!
5. Recherchieren Sie in Ihrer Region nach einem Unternehmen Ihrer Wahl. Informieren Sie sich bei diesem Unternehmen, inwieweit sich der Gedanke der Nachhaltigkeit in **seinem Unternehmensleitbild** und in **seiner Beschaffungsstrategie** wiederfindet.

   Informieren Sie sich in diesem Zusammenhang auch, welche Rolle Labels und Zertifizierungen bei der Auswahl der Lieferanten bei diesem Unternehmen spielen!

(2) Ablauf des Zahlungsvorgangs



(3) SEPA-Dauerauftrag

Der SEPA-Dauerauftrag ist ein Sonderfall der SEPA-Überweisung. Hier erteilt

- der **Zahlungspflichtige seiner Bank** einen
- **einmaligen Auftrag,**
- bis **auf Widerruf**
- von **seinem Konto**
- einen **feststehenden Betrag**
- zu **bestimmten Terminen** (z. B. jeweils zum 1. eines Monats)
- auf das angegebene **Konto des Zahlungsempfängers**

zu überweisen.

Beispiel:

Die Beauty Moments Emmy Reisacher e. Kfr., Neuwerk 10, 89079 Ulm, lässt die Miete für ihre Geschäftsräume jeweils zum 5. eines Monats vom Geschäftskonto abbuchen und auf das Konto des Vermieters überweisen.

3.2.2.2 Echtzeitüberweisung (Instant Payment) durch Onlinebanking

(1) Grundlagen des Onlinebanking

Beim Onlinebanking (Homebanking) kann der Kunde eine Vielzahl von Bankgeschäften frei von den Öffnungszeiten der Bank oder Sparkasse vom Wohnsitz aus erledigen, z. B.

- Überweisungsaufträge erteilen,
- Daueraufträge erteilen, ändern oder widerrufen,
- Wertpapierkäufe und -verkaufe durchführen,
- Handy aufladen,
- Überblick über die Kontostände gewinnen,
- künftige Zahlungsverpflichtungen (Daueraufträge, Terminüberweisungen) im Blick behalten.

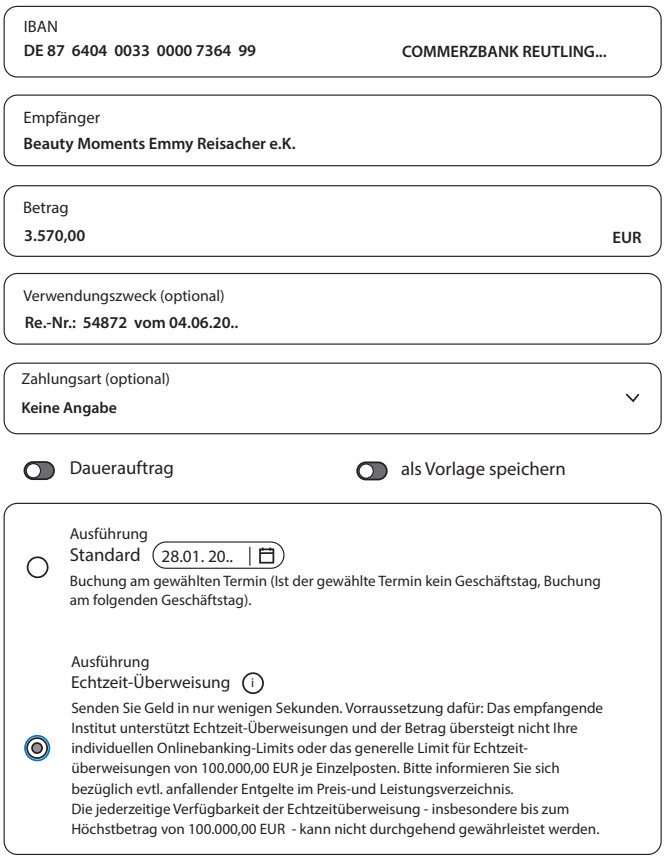
Um Zugang zum Bankrechner zu erhalten, benötigt der Kunde – nachdem er die Internetseite der Bank aufgerufen hat – seine Kontonummer und seine persönliche Identifikationsnummer (PIN). Will er eine Aktion durchführen, die Auswirkungen auf seinen Kontostand hat, muss er diese Aktion autorisieren. Dies geschieht durch die **Eingabe einer TAN** (Transaktionsnummer). Ein kleines Gerät, der TAN-Generator,[1] liest eine verschlüsselte Information vom Bildschirm, verlangt vom Benutzer die Bestätigung der Kontonummer des Empfängers und des Betrages und erzeugt dann die einzugebende, aktuelle TAN für diesen einen Auftrag. Sie ist gewissermaßen die „elektronische Unterschrift" des Kontoinhabers.

(2) Echtzeitüberweisung (Instant Payment)

- Eine **Echtzeitüberweisung** ist eine Weiterentwicklung der SEPA-Überweisung.
- Wird im Rahmen des Online- oder Mobilebankings eine Überweisung als Echtzeitüberweisung in Auftrag gegeben, wird **innerhalb von Sekunden** der Betrag **abgebucht** und auf dem Konto des Empfängers **gutgeschrieben**.

Voraussetzung ist, dass sowohl die Bank des Zahlungsempfängers als auch die Bank des Zahlungspflichtigen an dem Verfahren der Echtzeitüberweisung beteiligt sind.

Nebenstehende Abbildung zeigt einen Auftrag zur Echtüberweisung auf dem Sparkassenportal.



1 Ein alternatives Verfahren ist die TAN-Erzeugung mit einer App auf dem Smartphone des Bankkunden.

Vergleich zwischen Standardüberweisung und Echtzeitüberweisung		
	Standardüberweisung	**Echtzeitüberweisung**
Ausführungs-geschwindigkeit	■ In der Regel ein Werktag. ■ Eine Rückmeldung über die erfolgreiche Ausführung kann mehrere Tage dauern.	■ Übertragung innerhalb von maximal 20 Sekunden auf das Konto des Empfängers. ■ Da die Empfängerbank eine Bestätigung ausstellt, weiß der Zahlungspflichtige sofort, ob die Zahlung erfolgreich war oder nicht.
Verfügbarkeit	■ An die Geschäftszeiten des Instituts gebunden. ■ Der Zahlungspflichtige kann zwar online täglich und rund um die Uhr einen Überweisungsauftrag erteilen, aber dieser wird während der Bürozeiten zunächst gesammelt und zu einem bestimmten Termin ausgeführt.	Die Überweisung wird in Echtzeit ausgeführt – an jedem Tag im Jahr (auch an Sonn- und Feiertagen), rund um die Uhr.
Höhe des Überweisungs-betrages	Keine Betragsgrenze.	Maximal 100 000,00 EUR pro Überweisungsauftrag.

Die Einführung der Echtzeitüberweisung war aus Sicht der Finanzinstitute u. a. notwendig aufgrund der Anforderungen, die sich aus dem wachsenden Onlinehandel ergaben. Schickt der Onlinehändler die Ware erst weg, wenn er das Geld auf dem Konto hat, verzögert sich der Kauf. Der Kunde will aber nicht warten. Dieser Interessensausgleich ist bislang das Geschäftsmodell der **Payment Service Provider** gewesen, die mit ihren Dienstleistungen das Bindeglied zwischen dem Onlinehändler und den verschiedenen Online-Bezahldiensten (z. B. SEPA-Lastschrift, PayPal, Kreditkarte) sind. Die Wertschöpfung der Payment Service Provider können jetzt die Finanzinstitute durch die Echtzeitüberweisung zumindest zum Teil abschöpfen.

3.2.2.3 SEPA-Basis-Lastschriftverfahren (SEPA Core Direct Debit Scheme)

(1) Begriff

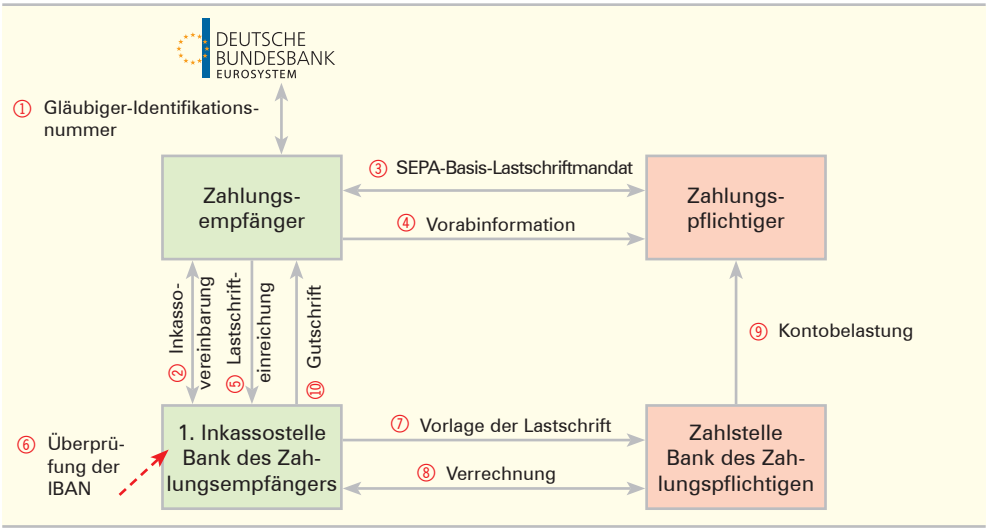
- Eine **SEPA-Lastschrift** ist ein **Zahlungsvorgang zulasten des Kontos des Zahlungspflichtigen** bei dessen Kreditinstitut, bei dem die **Höhe des jeweiligen Zahlungsbetrages** und der **Fälligkeitstermin** vom **Zahlungsempfänger** angegeben werden.
- **Auftraggeber** und damit Einreicher der Lastschrift ist der **Zahlungsempfänger**.

Das Lastschriftverfahren ist geeignet, wenn Beträge abgebucht werden sollen, die im Zeitablauf in **wechselnder Höhe** und/oder zu **unregelmäßigen Zeitpunkten** anfallen.

Sowohl Privatpersonen als auch Firmen[1] sind als **Zahlungspflichtiger** und als **Zahlungsempfänger** zugelassen.

- Der Zahlungspflichtige hat einen **Erstattungsanspruch** innerhalb von **8 Wochen** nach Belastung – ohne Angabe von Gründen.
- Erfolgt die Belastung **ohne gültiges SEPA-Mandat,** beträgt der Erstattungsanspruch bis zu **13 Monate** nach der Belastung.

(2) Ablauf der SEPA-Basislastschrift



Erläuterungen:

① Der **Zahlungsempfänger benötigt** eine **Gläubiger-Identifikationsnummer** (kurz: Gläubiger-ID).
- Sie dient der eindeutigen Identifikation eines Lastschrifteinreichers und ist unabhängig von seiner Bankverbindung.
- Sie kann ausschließlich über das Internet bei der Deutschen Bundesbank beantragt werden.
- Sie ist im SEPA-Lastschriftmandat und in allen SEPA-Lastschriften anzugeben.

② Der **Zahlungsempfänger und seine Bank** schließen eine **Inkassovereinbarung** über den Einzug von Forderungen durch SEPA-Basislastschriften bzw. SEPA-Firmenlastschriften. Dies ist eine einmalige Vereinbarung zwischen dem Zahlungsempfänger und seiner Bank. Die Gläubiger-ID muss hierbei vorgelegt werden.

③ **Zahlungsempfänger und Zahlungspflichtiger** vereinbaren ein **SEPA-Basis-Lastschriftmandat.**[2]
Bevor der Zahlungsempfänger SEPA-Lastschriften einreicht, muss er vom Zahlungspflichtigen ein SEPA-Basis-Lastschriftmandat einholen. Es enthält die
- Ermächtigung des Zahlungsempfängers, Zahlungen vom Konto des Zahlungspflichtigen mittels SEPA-Basis-Lastschriften einzuziehen,
- Weisung an sein Kreditinstitut, die Lastschriften einzulösen.

1 Beim **SEPA-Firmen-Lastschriftverfahren** gelten strengere Vorschriften. U. a. **verzichtet** der Zahlungspflichtige **auf** seinen **Erstattungsanspruch.** Diesen Verzicht erklärt er im Text des SEPA-Firmenmandats. **Verbraucher** sind beim SEPA-Firmen-Lastschriftverfahren als Zahlungspflichtige nicht zugelassen.

2 **Mandat,** lat. mandare: beauftragen, hier: Ermächtigung des Zahlungsempfängers durch den Zahlungspflichtigen, von seinem Konto Zahlungen durch Lastschrift einzuziehen.

④ Der **Zahlungsempfänger** hat dem Zahlungspflichtigen mindestens **14 Tage vor der Fälligkeit der ersten Zahlung** mittels SEPA-Basislastschrift den Lastschrifteinzug anzukündigen (z. B. im Text der Rechnung), damit dieser die erforderliche Deckung bereitstellen kann.

⑤ Der **Zahlungsempfänger reicht die Lastschrift bei seiner Bank** (1. Inkassostelle) **ein (zwingend: elektronisch)** und ist verantwortlich für die Richtigkeit der Daten.

⑥ Die **Bank des Zahlungsempfängers** als erste Inkassostelle **überprüft die formale Korrektheit** (IBAN, Pflichtfelder) der eingereichten Datensätze.

⑦ **Vorlage bei Zahlstelle** (Bank des Zahlungspflichtigen).

⑧ **Zahlungsverrechnung der Banken** untereinander.

⑨ **Belastung auf dem Konto des Zahlungspflichtigen.**

⑩ **Gutschrift auf dem Konto des Zahlungsempfängers.**

Die Schritte ⑨ – ⑩ finden im Regelfall am Fälligkeitstag statt.

Beispiel eines SEPA-Basis-Lastschriftmandats:

Beauty Moments Emmy Reisacher e. Kfr.
Neuwerk 10, 89079 Ulm

Gläubiger-Identifikationsnummer: DE85BMR00000305087

SEPA-Basis-Lastschriftmandat

Mandatsreferenz 982736

- Ich ermächtige/Wir ermächtigen den Zahlungsempfänger (Name siehe oben), Zahlungen von meinem/unserem Konto mittels Lastschrift einzuziehen.
- Ich weise/Wir weisen zugleich mein/unser Kreditinstitut an, die vom Zahlungsempfänger (Name siehe oben) auf mein/unser Konto gezogenen Lastschriften einzulösen.
- Hinweis: Ich kann/Wir können innerhalb von acht Wochen beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem/unserem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen.

Zahlungsart: ☐ Einmalige Zahlung ☒ Wiederkehrende Zahlung

Vorname und Name (Kontoinhaber)

Anna Schlecker

Straße und Hausnummer

Glasgasse 12

Postleitzahl und Ort

89073	Ulm

IBAN

D	E	1	0	6	3	0	5	0	0	0	0	0	0	0	1	4	5	2	0	7	3

Ort und Datum

Ulm	03. 10. 20 . .

Anna Schlecker

Unterschrift

Außer durch die **Gläubiger-ID** wird jedes Mandat durch eine eindeutige **Mandatsreferenz** identifiziert. Letztere ermöglicht es dem Zahlungspflichtigen, bei der Belastungsbuchung zu prüfen, ob ein SEPA-Lastschriftmandat besteht.

3.2.3 Zahlungen mit Debitkarten (Pay-now-Cards)[1]

Charakteristisch für Debitkarten ist, dass bei Zahlungen das ausgegebene Geld zeitnah vom Girokonto abgebucht wird.

3.2.3.1 Girocards (Debitkarten) der Banken

(1) Begriff Girocard

Girocards[2] werden von Banken an die Inhaber ihrer **Girokonten** ausgegeben. Sie sind mit einer Geheimzahl (Personal Identification Number: **PIN**) ausgestattet.

(2) Girocard-Zahlung

Die **Girocard-Zahlung** ist eine bargeld- und beleglose Zahlungsart, bei der die Zahlung an einer automatisierten Ladenkasse unter Verwendung einer Girocard direkt am Verkaufsort **(Point of Sale: POS)**[3] vorgenommen wird.

Die elektronischen Zahlungen mithilfe der maschinell lesbaren Karten sind möglich, weil die Einzelhandelsgeschäfte, Kaufhäuser und Tankstellen in Verbindung mit den Banken elektronische Kassen (Girocard-Terminals) eingerichtet haben. Werden die Karten bei der Zahlung vertragsgemäß verwendet, garantieren die Banken die Einlösung der Kartenzahlung.

Durch eine **Zwei-Faktor-Authentifizierung** ist die Girocard-Zahlung sehr sicher, da für die Freigabe einer Zahlung zwei Komponenten aus den Kategorien

- Wissen (z.B. PIN)
- Besitz (z.B. Karte) und
- Inhärenz (z.B. Gesichtserkennung, Fingerabdruck)

eingesetzt werden müssen.

Mithilfe der im Chip integrierten **NFC-Technologie**[4] können Einkäufe sicher **kontaktlos** beglichen werden. Die Girocard muss nur an das Bezahlterminal gehalten werden. Das herkömmliche Stecken der Karte entfällt. Bei Kleinbeträgen bis 50,00 EUR entfällt in der Regel auch die PIN-Eingabe.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Bezahlvorgang geht wesentlich schneller und die Schlange an der Kasse wird kürzer.

1 **Debit** (engl.): Schulden, Belastung (des Kontos); pay now (engl.): bezahle jetzt.

2 Quelle zur Musterkarte: https://www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek/ [30.01.2023].

3 **Point of Sale (POS)**: „Punkt des Verkaufs"; Verkaufsort.

4 **NFC: Near Field Communication** (engl.): Nahfeldkommunikation, d.h. Funktechnik mit kurzer Reichweite (10–20 cm).

Girocards können künftig **nicht mehr für internationale Zahlungen** oder Geldautomaten im Ausland eingesetzt werden, da die von Mastercard bzw. Visa angebotene Maestro- bzw. V-Pay-Funktion für neu ausgegebene Girocards nicht mehr zur Verfügung steht. Mastercard und Visa bieten dafür neben den bekannten Kreditkarten spezielle Debitkarten an (vgl. Kapitel 3.2.3.2).

Damit Girocards zukünftig aber auch weiterhin für internationale Zahlungen eingesetzt werden können, haben viele Banken damit begonnen, die Girocards mit einem Mastercard-/Visa-Logo auszustatten. So werden Girocard und die Debit Mastercard/Visa Debitcard in einer Karte vereint.

(3) Elektronisches Lastschriftverfahren (ELV)

Beim elektronischen Lastschriftverfahren (ELV) wird die PAN (**Primary Account Number,** vergleichbar der IBAN) vom Terminal aus der Girocard gelesen. Es wird ein Lastschriftbeleg erstellt. Durch seine Unterschrift erteilt der Kunde dem Händler eine einmalige Einzugsermächtigung. Der Händler zieht die Lastschrift über seine Hausbank vom Konto des Kunden ein.

–K–A–S–S–E–N–B–E–L–E–G–

Stolz & Krug OHG
89079 Ulm
Tel. 0731/936800
Fax 0731/936810

Terminal-ID 54114342
TA-Nr. 022982
BNr 2051

Kartenzahlung
ELV Offline
EUR 350,72

PAN ##############34206
Karte 0 gültig bis 12/XX
Datum 12.05... 15:41 Uhr

*** Zahlung erfolgt ***
BITTE BELEG AUFBEWAHREN

Rückseite:

1. Ermächtigung zum Lastschrifteinzug

Hiermit ermächtige ich das umseitig genannte Unternehmen den umseitig ausgewiesenen Rechnungsbetrag von meinem umseitig durch PAN bezeichneten Konto durch Lastschrift einzuziehen.

2. Ermächtigung zur Adressenweitergabe

Ich weise mein Kreditinstitut, das durch die umseitig angegebenen PAN bezeichnet ist, unwiderruflich an, bei Nichteinlösung der Lastschrift oder bei Widerspruch gegen die Lastschrift das umseitig ausgewiesene Unternehmen oder einem von ihm beauftragten Dritten auf dessen Aufforderung hin meinen Namen und meine Anschrift vollständig mitzuteilen, damit das umseitig ausgewiesene Unternehmen seinen Anspruch gegen mit geltend machen kann.

3. Ermächtigung zur Speicherung und Weitergabe der Sperrdatei

Ich bin damit einverstanden, dass meine Daten für den Zweck der Zahlungsabwicklung elektronisch gespeichert und verarbeitet werden. Ich bin damit einverstanden, dass nur im Falle der Nichteinlösung diese Tatsache in eine Sperrdatei aufgenommen und an andere Unternehmen zur Nutzung übermittelt wird, die ebenfalls ein solches Lastschriftverfahren anwenden. Die Sperrung wird nach Begleichung des Rechnungsbetrages wieder aufgehoben.

Isabella Müller

Unterschrift (Betrag siehe Vorderseite)

Diese Zahlungsform ist für den Händler zwar kostengünstig, aber auch risikoreich, da weder eine Autorisierungs- noch eine Sperrprüfung der Girocard vorgenommen werden. Außerdem hat der Händler keine Zahlungsgarantie durch die Bank.

3.2.3.2 Debitkarten von Mastercard und Visa

Die Debitkarten von Mastercard und Visa beinhalten zunächst im Inland die gleichen Zahlungsmöglichkeiten wie die Girocards. Im Gegensatz zu den Girocards werden diese Debitkarten auch im internationalen Zahlungsverkehr und an Geldautomaten im Ausland akzeptiert. Da diese Debitkarten aber noch nicht so bekannt sind, kann es dennoch in einigen Ländern Probleme geben. Insbesondere viele Autovermietungen bevorzugen „echte“ Kreditkarten.

Auch bei den Debitkarten von Mastercard und Visa wird das Girokonto mit dem Umsatz sofort belastet. Ferner ist damit zu rechnen, dass bei diesen Debitkarten künftig höhere Gebühren anfallen werden.

3.2.4 Zahlung mit Kreditkarte (Pay-later-Karte)[1]

Die Kreditkarte ist ein Ausweis, der dem Verkäufer den Zahlungseingang garantiert.

Der Inhaber einer Kreditkarte[2] kann damit Waren und Dienstleistungen bezahlen, ohne dass sein Konto sofort belastet wird. Die Abrechnung auf dem Girokonto erfolgt in der Regel nur einmal im Monat. Solange hat er Kredit.

Am Bezahlterminal wir die entsprechende PAN (Primary Account Number, vergleichbar der IBAN) ausgelesen und nach PIN-Eingabe ein Kassenbeleg erstellt (vgl. nebenstehende Abbildung).

–K–A–S–S–E–N–B–E–L–E–G–

Sport-Burr KG
Sportartikelfabrik
Neuwerk 5
89079 Ulm

Terminal-ID 54342447
TA-Nr. 023765 BNr 7574

Kartenzahlung VISA
EUR 201,89

PAN ############1867
EMV-AID A0000Q00031010
VU-Nr. 142124643
AIDPara 0100000002
Genehmigungs-Nr. 166335
Datum 13.04... 14:10 Uhr
EMV-Daten 0000008000/E800
110000000/D84004F800/
DC4000F800/5E0300///5068
FA9D/40

Zahlung erfolgt

AS-Proc-Code = 00 053 00
Capt.-Ref. = 0455
AID59: 237691

BITTE BELEG AUFBEWAHREN

1 **pay later** (engl.): bezahle später.

2 Bildquelle: https://www.bw-bank.de/de/home/privatkunden/kreditkarte.html [30.01.2023]

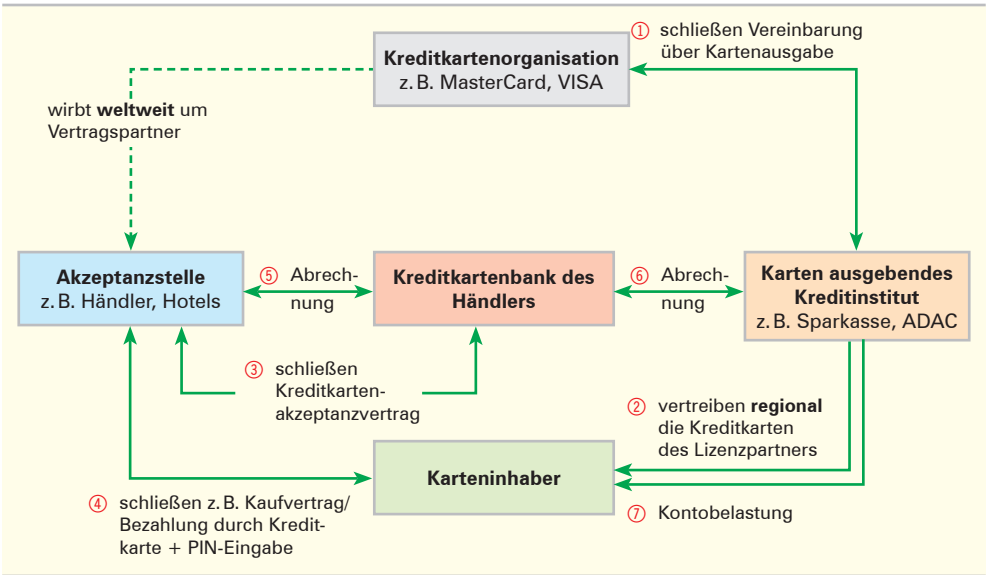
Die Kreditkarten werden in verschiedenen Ausstattungsniveaus herausgegeben, z. B. von Silber (normal) über Gold (besonders) bis hin zu Platin (exklusiv). Der Unterschied liegt in den Zusatzleistungen. So erhält z. B. der Inhaber einer Gold-Karte automatisch eine Reiserücktrittversicherung, die auch dann greift, wenn die Reise nicht über die Kreditkarte bezahlt wurde.

Neu ausgegebene Kreditkarten besitzen wie die Girocards eine Kontaktlos-Funktion (zu erkennen am Funk-Symbol auf der Karte). Zur Aktivierung dieser Funktion muss man die Karte einmal regulär bei einem Bezahlvorgang oder beim Bargeldabheben am Automaten benutzen.

Die Transaktionskosten trägt der Händler, bei dem der Karteninhaber seine Waren oder Dienstleistungen erwirbt. Diese Interbankenentgelte sind durch eine EU-Verordnung auf 0,3 % des Umsatzes gedeckelt. Zusätzlich entstehen dem Verkäufer monatliche Fixkosten durch die Bereitstellung der Systeme. Somit sind die Gebühren höher als bei der Zahlungsabwicklung mit einer Girocard.

Im Falle eines Verlustes haftet der Karteninhaber mit einer Haftungssumme von zumeist nur 50,00 EUR. Verletzt der Inhaber seine Sorgfaltspflicht (kam z. B. die unbeaufsichtigte Karte abhanden oder wurden PIN und Karte gemeinsam verwahrt), erhöht sich die Haftungsgrenze für den Inhaber deutlich.[1]

Die nachfolgende Grafik zeigt den Ablauf des **Kreditkartenverfahrens**.



Erläuterungen:

① Das Karten ausgebende Kreditinstitut schließt eine Vereinbarung mit einer **Kreditkartenorganisation** zum Vertrieb von deren Karten.

② Wer eine Kreditkarte erwerben will, besorgt sich diese z. B. über seine Hausbank. Für die Kreditkarte ist eine jährliche Gebühr zu bezahlen.

1 Einen Verlust muss der Kunde unverzüglich unter der Telefonnummer 0049 116 116 melden. Unterlässt er dies, muss er sich ebenfalls mangelnde Sorgfalt zuschreiben lassen. Bis eine Ersatzkarte (z. B. im Ausland) zur Verfügung steht, kann dies einige Tage dauern. Oft wird daher ein Notfallbargeld-Service angeboten.

③ Die Kreditkartenorganisationen schließen selbst keine Verträge mit Händlern ab. Deshalb benötigt ein Händler einen Kreditkartenakzeptanzvertrag (vergleichbar einem Kreditvertrag) mit einer Kreditkartenbank. Da es sich um einen kreditähnlichen Vertrag handelt, prüft die Kreditkartenbank sorgfältig das Geschäftsmodell des Händlers.

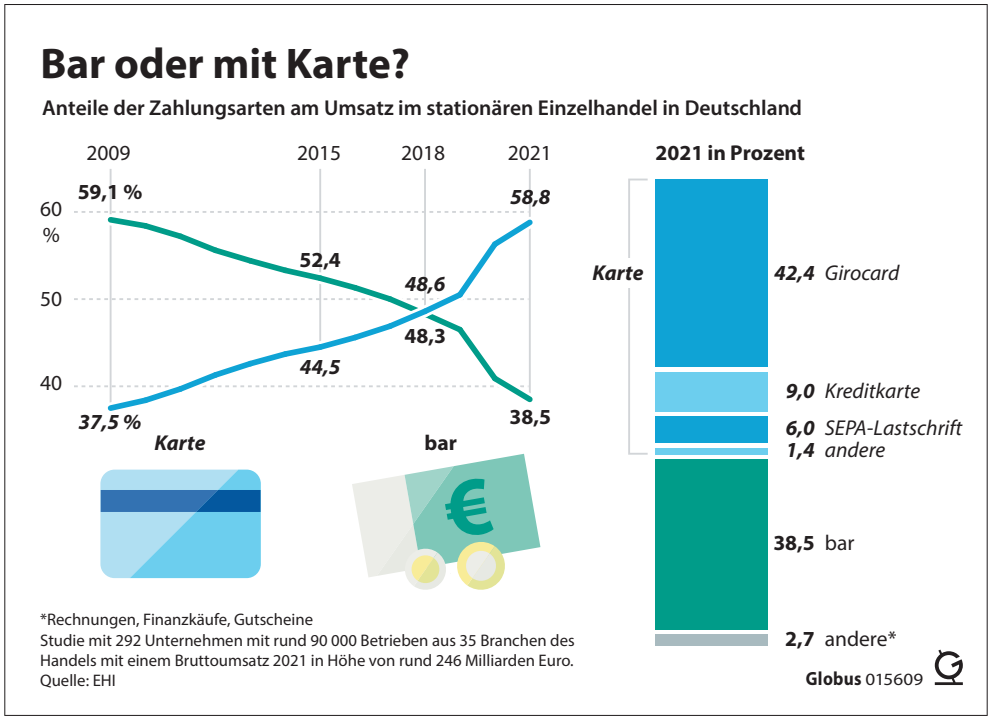
④ Mit der Karte kann der **Inhaber** bei allen Unternehmen **(Akzeptanzstelle),** die Vertragspartner dieser Kartenorganisation sind, Rechnungen bis zu einem bestimmten Verfügungsrahmen bargeldlos begleichen. Der Karteninhaber erlaubt durch PIN-Eingabe die Belastung seines Kontos mit dem Rechnungsbetrag (Zwei-Faktor-Authentifizierung).

⑤ Die Daten sendet der Händler an seine Kreditkartenbank. Diese überweist den Rechnungsbetrag unter Abzug der Transaktionskosten in Höhe von 0,3 % vom Rechnungsbetrag.

⑥ Mit dem Karten ausgebenden Kreditinstitut rechnet die Kreditkartenbank des Händlers im Normalfall monatlich ab. Per Lastschrift werden die angefallenen Beträge beim Kreditinstitut des Karteninhabers eingezogen.

⑦ Mit seinem Kontoauszug erhält der Karteninhaber eine detaillierte Aufstellung der Rechnungsbeträge.

3.2.5 Bedeutung der Kartenzahlungen



Die am häufigsten genutzte Zahlungskarte ist die Girocard. Mehr als 40% der Einzelhandelsumsätze werden mittlerweile damit bezahlt. Die Girocard ist das mit Abstand wichtigste bargeldlose Zahlungsmittel an den Ladenkassen.

Mit deutlichem Abstand folgen die Kreditkarten auf dem dritten Platz. Kreditkartenbesitzer nutzen sie in nennenswertem Umfang nur an Tankstellen, auf Auslandsreisen und beim Bezahlen im Internet.

Die bargeldlosen Kundenzahlungen durch Giro- und Kreditkarten bringen für den Verkäufer folgende **Vorteile**:

- kein zeitaufwendiges Herausgeben von Bargeld,
- keine Aufbewahrung und Sicherung von Bargeld,
- billiger und sicherer als Barzahlung,
- macht Spontankäufe der Kunden möglich,
- Erleichterung der Zahlungsabläufe (z. B. Drucken der Belege).

3.2.6 Alternative Zahlungssysteme: Bezahlen per Handy

(1) Grundlegendes zu den mobilen Bezahlverfahren

Das bargeldlose Bezahlen per Handy **(mobile Payment)** wird seitens der Anbieter sehr unterschiedlich realisiert. Insbesondere zwei Verfahren sind in Deutschland im Einsatz: die Nutzung der NFC-Technologie[1] oder eines gescannten QR-Codes[2] sowie jeweils einer speziellen, auf dem Handy installierten App.

Zum mobilen Bezahlen mit einem Smartphone muss auf dem Handy eine Wallet-App (z. B. Apple Pay oder Google Pay) oder die Banking-App der kontoführenden Bank installiert sein. Auf dieser App werden digitale Abbilder der Debit- oder Kreditkarte hinterlegt. Beim mobilen Bezahlen per Smartphone handelt es sich ebenfalls um eine Kartenzahlung. Je nach gewählter Kartenart erfolgt die Abrechnung direkt vom Giro- oder Kreditkartenkonto.

Alternativ kann auch der Code einer Guthabenkarte (z. B. für Google Pay) in die App eingegeben und mit dem Guthaben bezahlt werden.

Die bisherige Zurückhaltung der Kunden ist neben der technischen Hürde vermutlich auch durch Sicherheits- und Datenschutzbedenken mitbestimmt. Dennoch gewinnt das Bezahlen per Handy, auch aufgrund einflussreicher Kooperationspartner (z. B. ALDI-Nord, OTTO, REWE), zunehmend an Bedeutung.

(2) Bezahlen mit einem NFC-fähigen Handy

Mobiles Bezahlen mit dem Handy funktioniert ähnlich wie das kontaktlose Bezahlen mit der Girocard. Das Smartphone mit der Wallet- oder Banking-App und aktivierter NFC-Funktion wird in einem Abstand von bis zu vier Zentimetern über das Bezahlterminal gehalten. Zur Bestätigung der Zahlung ist noch die Zwei-Faktor-Authentifizierung erforderlich (z. B. Gerätecode oder Fingerabdruck) und schon wird der entsprechende Betrag vom Konto abgebucht.

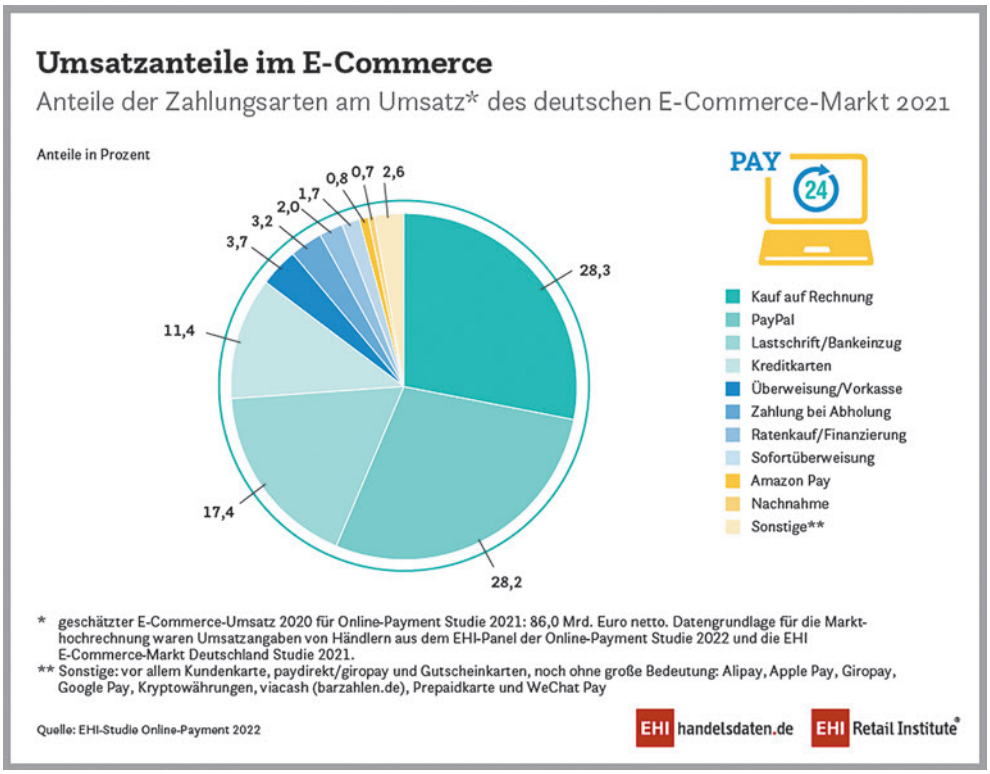
1 **NFC: N**ear **F**ield **C**ommunication (engl.): Datenaustausch im Nahbereich von wenigen Zentimetern.

2 **QR: Q**uick **R**esponse (engl.): schnelle Antwort durch programmierten Link.

(3) Bezahlen durch Scannen des QR-Codes

Um via QR-Code zu bezahlen, muss die **Wallet- bzw. Banking-App geöffnet** und mit der dort dafür vorgesehenen Funktion der **QR-Code** von der Rechnung oder dem Kassen- bzw. Computer-Display **gescannt** werden. Danach werden von der Banking-App die Empfängerin beziehungsweise der Empfänger, der zu bezahlende Betrag und ein Verwendungszweck angezeigt. Zur Bestätigung ist wiederum die Zwei-Faktor-Authentifizierung erforderlich.

3.3 Bevorzugte Zahlungsformen beim E-Commerce



Quelle: https://www.ehi.org/presse/beliebtheit-von-paypal-waechst-rasant/ [27.03.2023]

Zahlungsformen	Erläuterungen
Kauf auf Rechnung	Beim Kauf auf Rechnung ist der Rechnungsbetrag erst **nach** Erhalt der Ware vom Käufer zu begleichen (z. B. durch eine Überweisung).
PayPal	Bei PayPal handelt es sich um einen Bezahldienst für Internetkäufe. Der Käufer richtet sich ein PayPal-Konto ein und hinterlegt die Daten seines Girokontos oder seiner Kreditkarte. PayPal bezahlt den Online-Kauf dann direkt und bucht das Geld anschließend von der angegebenen Zahlungsquelle (Girokonto oder Kreditkarte) des Käufers ab. Zahlungsaufträge werden zwischen Onlineshop und Käufer also nicht direkt abgewickelt; vielmehr ist PayPal dazwischengeschaltet.
Lastschrift	Hier übermittelt der Kunde bei seiner Bestellung dem Anbieter elektronisch eine einmalige Ermächtigung zum Einzug des Kaufpreises.
Kauf mit Kreditkarte	Hier gibt der Zahler dem Anbieter seinen Namen, seine Kreditkartennummer und das Verfalldatum der Kreditkarte an. Die Unterschrift des Zahlers ist nicht erforderlich. Für den Käufer besteht das Risiko, dass der Anbieter z. B. unberechtigte Zahlungen veranlasst. Außerdem können Kreditkartendaten von „Hackern“ ausgespäht (entziffert) und anschließend missbräuchlich verwendet werden. Der Nutzer kann bereits im Vorfeld sein Risiko verringern, indem er z. B. nur **SSL** (**S**ecure **S**ocket **L**ayer)-verschlüsselte Verbindungen wählt. Sie sind daran zu erkennen, dass die Internetadresse mit **https**:// beginnt (statt mit **http**://) und am angezeigten Schloss-Symbol. SSL **verschlüsselt die Kreditkartendaten** bei dem Transport durch das Internet und stellt einen sicheren Übertragungsweg zwischen Zahlungspflichtigem (Sender) und Zahlungsempfänger dar. Das SSL-Verfahren wird heute von den meisten Onlineshops angeboten.
Vorauskasse	Nach Eingang des Überweisungsbetrags versendet der Anbieter die vom Kunden im Internet oder per E-Mail bestellte Ware bzw. erbringt die Dienstleistung.
Nachnahme	Die vom Anbieter als Nachnahmesendung z. B. mit der Post versandte Ware wird erst dann ausgehändigt, wenn die Barzahlung an die Zustellkraft erfolgt ist.
Giropay	Das Internet-Bezahlsystem Giropay wird von den Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken sowie der Postbank angeboten. Die Kunden werden nach dem Kaufabschluss mit einem Klick auf die Onlinebanking-Seite ihrer Hausbank geleitet. Dort steht eine ausgefüllte Echtzeitüberweisung zur Genehmigung (Autorisierung) durch eine Transaktionsnummer (TAN) bereit. Der Kunde erhält die Bestätigung, dass die Überweisung vorgenommen wurde und der Onlineshop erhält sofort elektronisch eine Zahlungsgarantie.

3.4 Internationaler Zahlungsverkehr in Fremdwährung

Insbesondere bei Bestellungen mit längerer Lieferzeit vereinbaren ausländische Kunden den Kaufpreis in ihrer eigenen Währung, um Währungsrisiken aufgrund von Kursschwankungen auszuschließen. In diesen Fällen muss der EUR-Rechnungsbetrag in die Fremdwährung umgerechnet werden.

- Die bargeldlosen Transaktionen in Fremdwährung werden zum **Devisenkurs** umgerechnet.
- **Devisen** sind Zahlungsmittel (Buchgeld), die auf eine ausländische Währung lauten.
- Banken berechnen beim Ankauf von Fremdwährungen den Verkaufskurs (Briefkurs), d. h., sie verkaufen EUR gegen Fremdwährung.

Die nachfolgenden Devisenkurse entsprechen dem Gegenwert von einem Euro aus der Sicht der Bank (Geld = Verkauf der Fremdwährung; Brief = Kauf der Fremdwährung).

ISO	Land	Geld	Brief
USD	USA	1,1072	1,1132
GBP	Großbritannien	0,78505	0,78905
CHF	Schweiz	1,0009	1,0049
DKK	Dänemark	7,4422	7,4822

Beispiel:

Das Ulmer Unternehmen Motorenbau Anton Thomalla e. Kfm. hat ein komplettes Blockheizkraftwerk nach Dänemark verkauft. Aufgrund der schwankenden Wechselkurse wurde dem Käufer zugestanden, den Rechnungsbetrag bei Fälligkeit in DKK zu bezahlen. Am 19. Februar sind die vereinbarten 195 390,00 DKK auf dem Geschäftskonto eingegangen.

Aufgabe:

Berechnen Sie den Kurs in EUR, der auf dem Konto gutgeschrieben wird!

Lösung:

7,4822 DKK ≙ 1,00 EUR
195 390,00 DKK ≙ x EUR

$$x = \frac{1{,}00 \cdot 195\,390}{7{,}4822} = \underline{\underline{26\,113{,}98 \text{ EUR}}}$$

Zusammenfassung

- Es sind **drei Geldarten** zu unterscheiden: Bargeld, Buchgeld und elektronisches Geld.
- Voraussetzung für den **bargeldlosen Zahlungsverkehr** ist, dass Zahler und Empfänger ein **Konto** (i. d. R. **Girokonto**) bei einem Kreditinstitut haben.
- Eine wichtige Art des Zahlungsauftrags ist die **Überweisung.** Bei der Überweisung wird der Zahlende belastet, der Empfänger erhält eine Gutschrift.
- **SEPA-Überweisungen** können im Inland und in den Mitgliedstaaten des einheitlichen Euro-Zahlungsverkehrsraums durchgeführt werden. Sie können **ausschließlich in Euro** abgewickelt werden.
- Beim **Lastschriftverfahren** ist ein Kontoinhaber damit einverstanden, dass von seinem Konto wiederkehrende, jedoch unterschiedlich hohe Zahlungen vom Zahlungsempfänger abgerufen werden.

- Das **SEPA-Basis-Lastschriftverfahren** ist durch folgende Kriterien charakterisiert:
  - Kundenkennung durch IBAN
  - Gläubiger-Identifikationsnummer
  - Vorgabe eines Fälligkeitsdatums
  - Erteilung eines SEPA-Lastschriftmandats durch den Zahler an den Zahlungsempfänger
  - Widerspruchsrecht des Zahlers innerhalb 8 Wochen ab Belastungstag.
- Beim **SEPA-Firmen-Lastschriftverfahren** kann der Zahler der Lastschrift nach der Einlösung **nicht mehr widersprechen**. Der Zahlungsempfänger hat damit eine **Zahlungssicherheit**.
- Das **Onlinebanking** gibt dem Bankkunden die Möglichkeit, eine Vielzahl von Bankgeschäften (z. B. Abrufen des Finanzstatus, Überweisung) über das Internet zu tätigen.
- **Wichtige Kartenzahlungen**

	Debitkarte	**Elektronisches Lastschriftverfahren (ELV)**	**Kreditkarte**
Kartensysteme	Girocard	Girocard	Kreditkarte
Akzeptanzzeichen	girocard	SEPA Lastschrift	mastercard VISA
Kurzbeschreibung	Elektronisches Zahlungssystem für inländische Debitkarten	Verfahren zwischen Händlern und Netzbetreibern	Ausweis für ein elektronisches Bezahlsystem im In- und Ausland
Legitimation	Persönliche Geheimzahl (meist erst ab 50,00 EUR)	Unterschrift	persönliche Geheimzahl (meist erst ab 50,00 EUR)
Autorisierung	Ja	Nein	Ja
Ablauf	Zahlung wird mit Kontostand verglichen und freigegeben	Kunde unterschreibt einmalige Einzugsermächtigung für Lastschrift	Zahlung wird über die Kreditkartenbank des Händlers und über das Karten ausgebende Kreditinstitut abgewickelt
Sicherheit für Händler	Zahlung garantiert bis max. 5 000,00 EUR/Tag	Nein, daher hohes Risiko	Zahlung garantiert
Kosten	0,2 % vom Umsatz	Nur geringe Verbindungskosten + übliche Bankgebühren für Lastschrifteinzug	0,3 % vom Umsatz (VISA und mastercard; andere bis zu 4 %)

- Zu den **Zahlungsformen im Internet** siehe Tabelle S. 212.

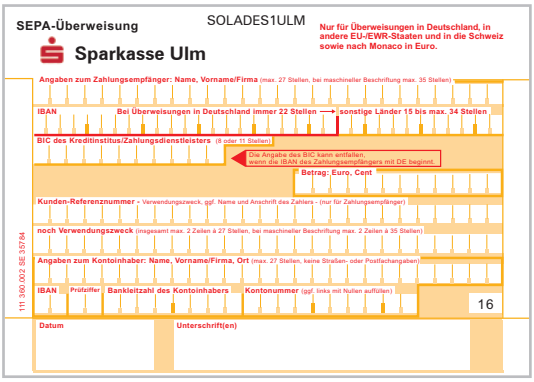
Kompetenztraining

42 Überweisung und SEPA-Lastschrift

1. Erläutern Sie, welche Rolle dem Girokonto beim bargeldlosen Zahlungsverkehr zukommt!

2. Suchen Sie im Internet ein Blanko-Überweisungsformular (vgl. nebenstehende Abbildung) und füllen Sie es nach folgenden Angaben aus:

   Die Sport-Burr KG, Ulm, überweist für ein Kopiergerät 4 669,00 EUR von ihrem Girokonto bei der Sparkasse Ulm mit der IBAN DE66 6305 0000 0002 0235 59 an das Handelsunternehmen Stefanie Osann e. Kfr., Ulm, auf dessen Konto bei der Volksbank Ulm-Biberach mit der IBAN DE64 6309 0100 0002 6432 60. Vermerk: Rechnung vom 16. Mai d. J.



Vorlage

mvurl.de/euo3

3. Begründen Sie, warum es wenig Sinn macht, die Rechnung von 2. mithilfe des SEPA-Basis-Lastschriftverfahrens zu begleichen!

4. 4.1 Sie sind Kassierer des Fußballvereins FV Saulgau 04 e. V. und möchten die Mitglieder dazu auffordern, dem Verein ein SEPA-Lastschriftmandat für den Einzug des Vereinsbeitrags zu erteilen. Als Mandatsreferenz soll die Mitgliedsnummer verwendet werden.

   Schreiben Sie den Begleitbrief an die Mitglieder!

   4.2 Entwerfen Sie das Formular für das SEPA-Lastschriftmandat, das (mittels Serienbrief) mit den vorgedruckten Empfängerdaten an die Mitglieder verschickt werden soll!

   Gehen Sie von folgenden Musterdaten aus:

Zahlungsempfänger	FV Saulgau 04 e. V. Am Birkenweg 1 88348 Bad Saulgau
Gläubiger-ID des Vereins:	DE73 FVSG 0000 8274 91
Name des Mitglieds:	Franz Bergmüller
Seine Mitgliedsnummer:	001762
Straße und Hausnummer:	Wuhrweg 36
Ort	88348 Bad Saulgau

43 Zahlung mit der Girocard

1. Nennen und erläutern Sie die Zahlungsmöglichkeiten, die mit der Girocard verbunden sind!

2. In einem Onlineshop wird die Bezahlung per Giropay angeboten. Beschreiben Sie den Ablauf des Verfahrens!

3. 3.1 Beschreiben Sie, welchem Zweck die Kreditkarte dient!

   3.2 Stellen Sie dar, wie der Kreditkarteninhaber beispielsweise seine Hotelrechnung bezahlt!

4. Sarah Bach macht die Buchhaltung für das Autohaus Stolz & Krug OHG. Frau Bach überlegt sich, wie sich die nachfolgenden monatlichen Zahlungen rationeller und einfacher durchführen lassen:

   4.1 Mitarbeitergehälter,

   4.2 Rechnung der Tankstelle,

   4.3 Pacht für die angemieteten Parkplätze,

   4.4 Pauschale für den Sicherheitsdienst.

   Aufgabe:

   Erläutern Sie, welche Zahlungsweisen sich für die jeweiligen Fälle anbieten!

5. Erklären Sie die Unterrichtungs- und Anzeigepflichten des Karteninhabers (Kontoinhabers) beim Verlust oder bei einer missbräuchlichen Verfügung mit seiner Kreditkarte!

6. Bernd Häfner e. K. entschließt sich, die bargeldlose Zahlungsmöglichkeit mittels Girocard in seinem Fachgeschäft einzuführen. Lediglich über die Art des Verfahrens hat Herr Häfner noch keine Entscheidung getroffen.

   Aufgabe:

   Stellen Sie die Abläufe bei der Zahlung mit dem Girocard-Verfahren und dem elektronischen Lastschriftverfahren (ELV) dar und nennen Sie je einen Vor- und Nachteil für jedes der beiden Zahlungssysteme!

44 Zahlung in Fremdwährung

Die Motorenbau Anton Thomalla e. Kfm. möchte mit der Gonzales Ltd., Buenos Aires, einen Vertrag über die Lieferung von drei Blockheizkraftwerken für Mehrfamilienhäuser im Wert von 133 500,00 EUR abschließen.

Der argentinische Importeur besteht auf einer Fakturierung in USD und einem Zahlungsziel von drei Monaten.

Aufgaben:

1. Berechnen Sie den Betrag in USD, den die Motorenbau Anton Thomalla e. Kfm. in Rechnung stellen muss!

   Hinweis: Nutzen Sie hierzu die Kurstabelle von S. 213.

2. Begründen Sie, weshalb die Gonzales Ltd. keine Fakturierung in EUR möchte!

3. Prüfen Sie, ob die Gonzales Ltd. die SEPA-Überweisung zur Begleichung der Rechnung nutzen kann!

Kompetenzbereich 3: Beschaffung und Lagerhaltung

1 Einen Überblick über die Beschaffungsprozesse erhalten und die Nachhaltigkeit der Beschaffung untersuchen

KB 3 Lernsituation 1: Nachhaltigkeit der Beschaffung

Nachdem die Stadt Ulm im Jahr 2014 als Fairtrade-Stadt zertifiziert wurde, plant die Kaffeerösterei Arabica KG ihre Nachhaltigkeitsstrategie weiter auszubauen. Mittelfristig plant das Unternehmen, überwiegend Bio- und Fairtrade-Kaffee anzubieten. In diesem Zusammenhang sollen im Rahmen der Beschaffung Kaffeebohnen, die mit dem Fairtrade- und EU-Bio-Siegel zertifiziert sind, eingekauft und weiterverarbeitet werden. Die Unternehmensleitung interessiert sich insbesondere dafür, ob mit einer nachhaltigen Beschaffungsstrategie die Situation der Kaffeeproduzenten vor Ort verbessert werden kann und inwieweit sich der Gedanke der Nachhaltigkeit auch bei anderen regionalen Unternehmen wiederfindet.

Sie sind Assistent/-in in der Abteilung für Einkauf und Beschaffung. Für die nächste Konferenz werden Sie gebeten, der Unternehmensleitung eine erste Einschätzung vorzulegen. Ihre Abteilungsleiterin legt Ihnen dazu die folgenden Informationsquellen vor (siehe Anlagen 1–4).

Kompetenzorientierte Arbeitsaufträge:

1. Lesen Sie den Informationstext zur nachhaltigen Entwicklung **(Anlage 1)** und übertragen Sie den Gedanken einer nachhaltigen Entwicklung auf die Beschaffungswirtschaft eines Unternehmens!
2. Geben Sie der Unternehmensleitung einen Überblick über die aktuelle Situation auf dem Kaffeemarkt! Nutzen Sie dazu die **Anlage 2**.
3. Erläutern Sie, inwieweit die Beschaffung von zertifiziertem Bio- und Fairtrade-Kaffee die Situation der Kaffeeproduzenten verbessert! Nutzen Sie dazu die **Anlage 2** und die **Anlage 3**.
4. In einer Besprechung der Abteilung Einkauf wird über das Vorhaben der Unternehmensleitung diskutiert, zukünftig überwiegend Kaffeebohnen mit dem Fairtrade- und EU-Bio-Siegel anzubieten. Ein Mitarbeiter sagt in der Besprechung: „Bio und Fairtrade kosten nur Geld und bringen unserem Unternehmen nichts!“

   Nehmen Sie zu dieser Aussage mit zwei Argumenten Stellung!
5. Recherchieren Sie in Ihrer Region nach einem Unternehmen Ihrer Wahl. Informieren Sie sich bei diesem Unternehmen, inwieweit sich der Gedanke der Nachhaltigkeit in **seinem Unternehmensleitbild** und in **seiner Beschaffungsstrategie** wiederfindet.

   Informieren Sie sich in diesem Zusammenhang auch, welche Rolle Labels und Zertifizierungen bei der Auswahl der Lieferanten bei diesem Unternehmen spielen!

Anlage 1

Nachhaltige Entwicklung ist das Leitbild für verantwortungsvolles und zukunftsfähiges Handeln in Politik und Wirtschaft. Das Leitbild umfasst gleichrangig die drei Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie, innerhalb derer bestimmte Qualitätsziele erreicht werden sollen. Doch was genau verbirgt sich hinter einem „nachhaltigen" Produkt? Grundsätzlich zeichnen sich diese dadurch aus, dass sie gegenüber entsprechenden, dem gleichen Gebrauchszweck dienenden Erzeugnissen über besondere Umwelt- oder Gesundheitsvorteile verfügen, besonders sozialverträglich hergestellt werden oder einen volkswirtschaftlichen Vorteil bieten. Diese Vorteile können beispielsweise ein sparsamer Umgang mit Energie, Wasser und Verbrauchsmaterialien, die Vermeidung von Schadstoffen oder die Beachtung von Sozialstandards bei der Herstellung sein.

Quelle: Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg (Hrsg.): Nachhaltige Beschaffung konkret, Stuttgart 2017, S. 5.

Anlage 2

COFFEE NEWS — FAIRTRADE DEUTSCHLAND

HERAUSGEBER: TRANSFAIR E.V.

MEHR FAIRNESS IN DIE KAFFEE-TASSE

Seit Jahren boomt der Kaffeemarkt weltweit. Doch trotz stetigem Absatzwachstum gibt es für die Bäuerinnen und -bauern wenig Grund zur Freude. Instabile Weltmarktpreise, Klimawandel und nicht zuletzt Covid19 stellen sie vor massive Herausforderungen. Was können wir dagegen tun? Fairtrade-Kaffee trinken!

Deutschland trinkt sich wach: Sagenhafte 168 Liter Kaffee wurden 2020 pro Kopf hierzulande getrunken, pro Person 20 Tassen mehr als im Vorjahr. Die Erfolgswelle der braunen Bohne bleibt ungebrochen, und Kaffee bleibt eines der wichtigsten Exportprodukte vieler Länder des globalen Südens. Doch während sich die Einnahmen der Röster und Händler in Deutschland seit 1994 mehr als verdoppelten, sanken die Einnahmen in den Produktionsländern um über zehn Prozent.

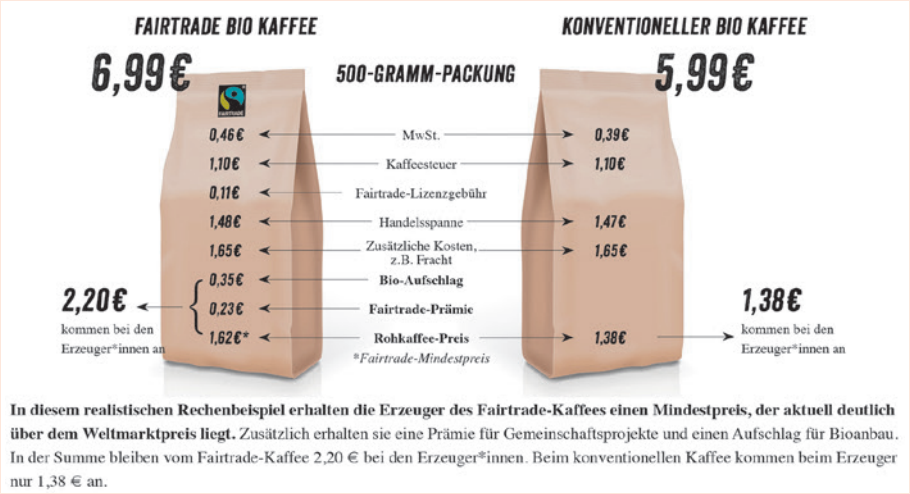
Ein Grund dafür sind die stark schwankenden Weltmarktpreise, denen die Kaffeeproduzentinnen und -produzenten schutzlos ausgeliefert sind. Immer wieder fallen die Preise auf Rekordtiefs, die die Produktionskosten der Kleinbauernfamilien bei Weitem nicht decken. Der von Fairtrade garantierte Mindestpreis macht hier einen bedeutenden Unterschied für die rund 800.000 Kaffeebäuerinnen und -bauern in über 600 Fairtrade-Kooperativen. Zusätzlich zum Verkaufspreis erhalten sie eine festgelegte Fairtrade-Prämie, die sie für gemeinnützige Projekte, und seit Beginn der Pandemie vermehrt für Nothilfe- und Präventionsmaßnahmen einsetzen. 2020 erzielten Kaffeekooperativen ganze 12 Millionen Euro Fairtrade-Prämie – und das allein über den deutschen Markt.

Neben Dumpingpreisen verschärft die zunehmende Klimakrise die Situation der Kaffeeproduzent*innen. Brasilien, eines der größten Kaffeeproduzierenden Länder der Welt, erlebt wiederholt Dürren, zuletzt Anfang des Jahres 2021. Im Juli richtete Frost starke Schäden in den Kaffeeanbaugebieten an. Auch andere Kaffeeregionen sind immer öfter von Extremwetterereignissen sowie von neuen Pflanzen- oder Schädlingsarten betroffen. Manche Anbauflächen werden sich in Zukunft schlicht nicht mehr für den Kaffeeanbau eignen und ein „Umsiedeln" ist nicht überall möglich oder erwünscht, wenn beispielsweise Naturwälder dafür weichen müssen. Darum ist es wichtig die Widerstandskraft der Kleinbauernfamilien, die zwischen 70 und 80 Prozent des weltweiten Kaffeeanbaus bestreiten, zu stärken. Durch existenzsichernde Einkommen, Schulungen zu Klima- und Umweltthemen, die Vermittlung technischen Know-hows und Projekte zur Anpassung an den Klimawandel arbeitet Fairtrade intensiv daran, dass Menschen im Kaffeeanbau auch zukünftig eine Chance haben, von ihrer Arbeit zu leben.

WIDERSTANDSKRAFT VON KAFFEEKOOPERATIONEN STÄRKEN

Quelle: TransFair e. V.: Kaffeezeitung 2021, Köln 2021, S. 1.

Anlage 3



In diesem realistischen Rechenbeispiel erhalten die Erzeuger des Fairtrade-Kaffees einen Mindestpreis, der aktuell deutlich über dem Weltmarktpreis liegt. Zusätzlich erhalten sie eine Prämie für Gemeinschaftsprojekte und einen Aufschlag für Bioanbau. In der Summe bleiben vom Fairtrade-Kaffee 2,20 € bei den Erzeuger*innen. Beim konventionellen Kaffee kommen beim Erzeuger nur 1,38 € an.

Quelle: TransFair e. V.: Kaffeezeitung 2019, Köln 2019, S. 4.

1.1 Überblick über die Beschaffungsprozesse

(1) Wirtschaftliche Bedeutung der Beschaffung

Die **Beschaffung** umfasst die Bereitstellung von Materialien, Dienstleistungen, Betriebsmitteln,[1] Rechten sowie Informationen über den Beschaffungsmarkt für den Leistungsprozess eines Unternehmens.

Eine alte kaufmännische Redensart lautet: „Das Geld wird in der Beschaffung verdient!“. Mit anderen Worten: Es sind die Bemühungen im Rahmen der Beschaffung, die am wirkungsvollsten zu einer Verbesserung der Gewinnsituation führen. In Amerika bezeichnet man die Beschaffung daher auch als einen „Profit-making-Job“ – einen „Job“, mit dem man Geld verdienen kann.

Beispiel:

	Vorher (in EUR)	Nachher (in EUR)
Umsatzerlöse	110,00	110,00
– Bezugspreis	50,00	48,00
– Kosten im eigenen Unternehmen	50,00	50,00
= Gewinn	10,00	12,00
Gewinnzuschlag in %	$= \frac{10{,}00 \cdot 100}{100{,}00} = 10\,\%$	$= \frac{12{,}00 \cdot 100}{98{,}00} = 12{,}25\,\%$

1 Betriebsmittel sind z. B. Maschinen, Verkaufsraum, Werkzeuge, Kassensysteme.

Erläuterungen:

Die Minderung des Bezugspreises um 2,00 EUR entspricht einer Preissenkung von 4 %. Eine solche Preissenkung führt zu einer Erhöhung des Gewinnzuschlagssatzes von 10 % auf 12,25 %. Der Gewinn kann durch die gesunkenen Kosten um 2,00 EUR oder 22,5 % gesteigert werden.[1]

(2) Beschaffungsprozesse als Kernprozesse eines Industrieunternehmens

Gliedert man die Beschaffungsprozesse in ihre Teilprozesse auf, so können diesen die jeweiligen betriebswirtschaftlichen Inhalte zugeordnet werden.

Rahmenbedingungen und Teilprozesse	Ökologische, soziale und betriebswirtschaftliche Inhalte
Nachhaltigkeit der Beschaffung	■ ökologische Beschaffung ■ Umweltlabels und Zertifizierungen ■ soziale Beschaffung
Bezugsquellen-ermittlung	■ Beschaffungsstrategien unterscheiden ■ Informationen über Lieferer einholen ■ Informationsquellen ■ Informationswege

Liefererauswahl	■ Angebotsvergleich unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeits-aspekten
	  ■ Einfaktorenvergleich mit Bezugskalkulation
	  ■ Mehrfaktorenvergleich (Scoring-Modell)

Beschaffungs-planung	■ Bestellverfahren
	  ■ Mengenplanung
	  ■ Zeitplanung
	■ ABC-Analyse

Beschaffungs-prozess	■ Anfragen der Kunden bearbeiten[2]
	  ■ Anfrage
	  ■ Angebot
	■ Anfragen der Kunden ausführen[2]
	  ■ Auftragseingang
	  ■ Auftragsdurchführung
	■ Zahlung abwickeln[2]

Umgang mit Vertragsstörungen	■ Zahlungsverzug[2] (Nicht-Rechtzeitige-Zahlung) ■ Lieferungsverzug (Nicht-Rechtzeitige-Lieferung)

1 Nachher: Gewinn bei 100,00 EUR Kosten 12,25 EUR
Vorher: Gewinn bei 100,00 EUR Kosten 10,00 EUR
Gewinnerhöhung 2,25 EUR

Alter Gewinn 10,00 EUR ≙ 100 %?
Gewinnerhöhung 2,25 EUR ≙ x %

$$x = \frac{2{,}25 \cdot 100}{10} = 22{,}5\,\%$$

2 Dieses Themengebiet wurde bereits im Kompetenzbereich 2 Auftragsbearbeitung und Vertragsgestaltung behandelt.

1.2 Nachhaltigkeit der Beschaffung untersuchen

1.2.1 Grundlagen einer nachhaltigen Beschaffung

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet, dass wir heute so leben und handeln, dass künftige Generationen überall eine lebenswerte Umwelt vorfinden und ihre Bedürfnisse befriedigen können.

Bezogen auf den Grundsatz der Nachhaltigkeit, müssen bei der Beschaffung der angebotenen Werkstoffe und Dienstleistungen – neben dem ökonomischen Gesichtspunkt – auch die **ökologischen** und **sozialen Auswirkungen** berücksichtigt werden.

Eine **nachhaltige Beschaffung** hat das Ziel, die Einhaltung von sozialen und ökologischen (Mindest-)Anforderungen über die gesamte Lieferantenkette eines Unternehmens sicherzustellen.

Um eine nachhaltige Beschaffung im Unternehmen umzusetzen, ist es sinnvoll, die Beschaffungspraxis hinsichtlich sozialer und ökologischer Aspekte zu untersuchen. Folgende Fragen sollten dabei beantwortet werden:

- **Stakeholder:** Gibt es Stakeholder, die ein Interesse an einer nachhaltigen Beschaffung haben? Werden ihre Erwartungen an eine nachhaltige Beschaffung berücksichtigt?
- **Unternehmensleitbild:** Werden Nachhaltigkeitsziele bzw. nachhaltige Beschaffungsziele im Leitbild des Unternehmens erwähnt?
- **Strategie:** Werden Nachhaltigkeitsziele bzw. nachhaltige Beschaffungsziele in der Unternehmensstrategie erwähnt?
- **Verhaltenskodex für Zulieferer:** Werden die Zulieferbetriebe zu sozialen und ökologischen Anforderungen verpflichtet und wie sind diese festgehalten?
- **Leitfaden:** Bestehen Dokumente, die konkrete Vorgehensweisen für ein nachhaltiges Beschaffungsmanagement intern und für Zulieferer beschreiben und regeln?
- **Überprüfung von Zulieferbetrieben:** Findet eine Überprüfung der Zulieferer hinsichtlich sozialer und ökologischer Anforderungen statt?
- **Qualifikation von Zulieferbetrieben:** Erhalten Zulieferer Schulungen oder sonstige Unterstützungsleistungen, die sie bei der Umsetzung von sozialen und ökologischen Anforderungen unterstützen?

1.2.2 Ökologische Ausrichtung der Beschaffung

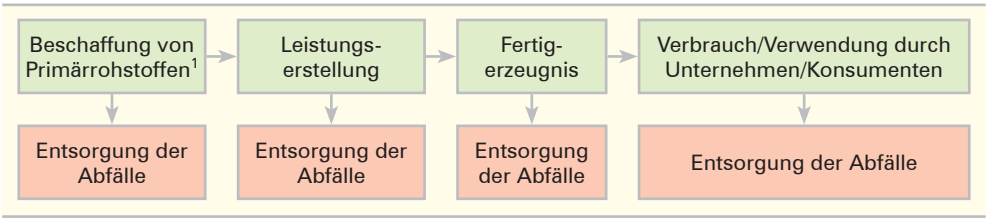
(1) Durchlaufstrategie bei der Beschaffung von Gütern

Bis vor wenigen Jahren wurde nur selten darüber nachgedacht, welche ökologischen[1] Folgen die Beschaffung eines Gutes haben kann. Bei der Auswahl der Handelswaren/Werkstoffe bzw. der Entscheidung für einen bestimmten Lieferer wurden allein wirtschaftliche und produktionstechnische Gesichtspunkte zugrunde gelegt. Abfälle, die bei der Produktion anfielen, wurden einfach über Mülldeponien und Verbrennungsanlagen entsorgt. Gleiches galt für Konsumgüter. Wurde ein Konsumgut unbrauchbar, unmodern oder war

1 Die **Ökologie** ist die Wissenschaft von den Wechselwirkungen zwischen den Lebewesen untereinander und ihren Beziehungen zur übrigen Umwelt.

das Gut technisch überholt, wurde es den anderen Abfällen beigegeben und durch die Müllabfuhr auf der Mülldeponie entsorgt.

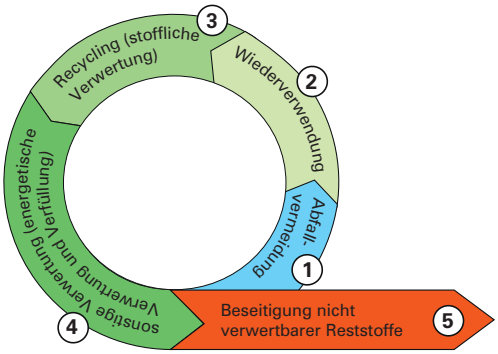
Diese Form des ökologischen Wirtschaftens bezeichnet man als **Durchlaufwirtschaft**.



Unter ökologischen Gesichtspunkten ist die Durchlaufwirtschaft **nicht vertretbar**.

(2) Kreislaufstrategie bei der Beschaffung von Gütern

Nach dem Kreislaufwirtschaftsgesetz [KrWG] sind alle, die Güter produzieren, vermarkten oder konsumieren, für die Vermeidung, Verwertung oder umweltverträgliche Entsorgung der Abfälle grundsätzlich selbst verantwortlich.



① **Abfallvermeidung**
Der wirksamste Schutz der Umwelt als Aufnahmemedium für Schadstoffemissionen aller Art und als Quelle der natürlichen nicht regenerierbaren Ressourcen (Primärrohstoffe) ist, alle umweltbelastenden Emissionen (Abfälle, Abgase, Abstrahlungen usw.) möglichst zu vermeiden oder zumindest zu verringern.

② **Wiederverwendung**
Die Produkte werden für den gleichen Verwendungszweck mehrfach genutzt (z. B. Pfandflaschen) bzw. für andere Verwendungszwecke verwendet (z. B. Senfgläser werden als Trinkgläser weiterverwendet).

③ **Recycling (stoffliche Verwertung)**
Eine wirksame umweltorientierte Recyclingpolitik der Unternehmen umfasst alle Maßnahmen, mit denen bereits angefallene und zukünftig zu erwartende Stoffrückstände aus der Produktion und Rückstände von Konsumgütern in den industriellen Produktionsprozess zurückgeführt werden können. Aus Produktionsrückständen und Konsumgüterabfällen werden keine Abfälle, sondern „neue" Werkstoffe oder Energien **(sekundäre Werkstoffe, Energiestoffe)** gewonnen.

Beispiele:

- Glasscherben werden zur Glasherstellung wiederverwertet.
- Aus Kunststoffflaschen werden Fleece-Pullis.

1 **Primärrohstoffe** (z. B. Roh-, Hilfs- oder Betriebsstoffe) werden aus natürlichen Ressourcen gewonnen.

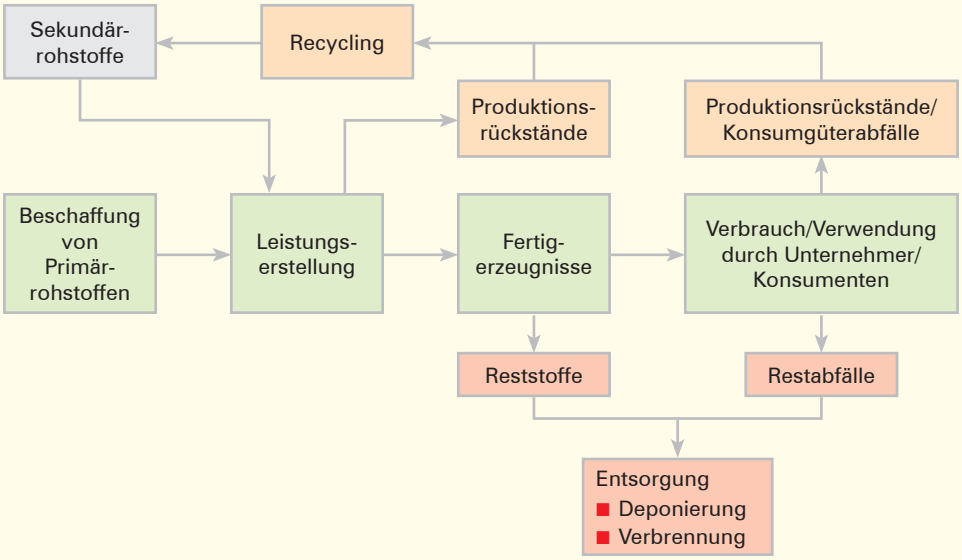
④ **Sonstige Verwertung (energetische Verwertung und Verfüllung)**
Nicht recycelbare Abfallstoffe können z. B. zur Energiegewinnung in Müllkraftwerken oder zur Verfüllung von Kiesgruben u. Ä. verwendet werden.

⑤ **Beseitigung nicht verwertbarer Reststoffe**
Wenn eine stoffliche Verwertung („Abfallnutzung") aus technischen Gründen nicht möglich oder unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu teuer ist, dann müssen die nicht verwertbaren Reststoffe umweltverträglich durch ihre stoffliche Lagerung (Deponierung) auf Mülldeponien und/oder durch Verbrennung entsorgt werden.

Beispiele:

Eine umweltverträgliche Deponierung liegt z. B. vor, wenn der gelagerte Müll durch seine Verrottung wieder in den biologischen Kreislauf zurückgeführt wird.

Die Möglichkeiten des betrieblichen Umweltschutzes durch eine umweltorientierte Abfallvermeidung, Abfallverminderung, Recyclingpolitik und Entsorgung sind in dem nachfolgenden Modell zusammengefasst.



Kompetenzbereich 4: Marketing

1 Märkte mithilfe der Marktforschung analysieren und abgrenzen

KB 4 Lernsituation 1: Absatzmärkte erforschen

Die Kaffeerösterei Arabica KG, Ulm, produziert ihre verschiedenen Kaffeevarianten (z. B. Crema, Espresso) ausschließlich aus Rohkaffee der Sorte Arabica. Die Rösterei prüft momentan, ob sie auch in den Markt für Bio- und Fairtrade-Kaffee einsteigen soll.

Sie sind Assistent in der Marketingabteilung der Kaffeerösterei Arabica KG. In einer Konferenz, die in der nächsten Woche stattfindet, soll die Entscheidung über die Einführung des Bio- und Fairtrade-Kaffees weiter vorangetrieben werden. Ihr Abteilungsleiter legt Ihnen gerade den nachfolgenden Artikel der Süddeutschen Zeitung auf den Schreibtisch. „Wäre das nicht auch ein Weg für uns? Denken Sie bis zur nächsten Konferenz mal darüber nach! Ich möchte gerne Ihr Urteil dazu hören."

Marktforschung im Internet

Knecht und Käufer

Marktforschung? Entwicklungskosten? Ideen? Von wegen. Viele Unternehmen lassen ihre Aufgaben lieber günstig im Netz erledigen – von den eigenen Kunden.

Von Angelika Slavik

Die Sache mit dem Glitzerzeug ist kompliziert. Ist es ein Kaufanreiz, wenn Duschgel schimmert? Sollte es dazu auch noch blau sein? Rosa? Oder kauft es dann keiner mehr, der älter als sieben Jahre alt ist?

Früher haben sie sich bei der Drogeriekette dm immer viele Gedanken gemacht, wenn die Eigenmarke Balea mit einem neuen Produkt auf den Markt kommen sollte. Es wurde eine Menge Zeit investiert, Marktforschung, Studien, Fokusgruppen, wie die meisten Unternehmen das eben so machen. Das kostet ganz ordentlich, aber die Gefahr, den Geschmack der Zielgruppe nicht zu treffen, ist dann immer noch nicht gebannt. Trotz des ganzen Aufwands. Diesmal aber soll das alles ganz anders laufen: Es soll billiger werden und schneller und am Ende sollen die Kunden ganz verrückt sein nach dem Zeug – weil sie es ja schließlich auch selbst entwickelt haben. Beim Online-Netzwerk Facebook.

Seit ein paar Wochen basteln Konsumenten dort am neuen Duschgel. Sie streiten über Inhaltsstoffe, Namen und über das Glitzerzeug natürlich. Immer wieder wird über die einzelnen Vorschläge abgestimmt. Am Ende werde das Produkt genau so im Regal stehen, wie die Facebook-Nutzer es haben wollen, heißt es bei dm. Derzeit ganz vorne: Blau, mit „samtiger Konsistenz", wie es heißt. Und, ganz genau: mit Glitzerzeug.

Catharina van Delden ist die Gründerin der Firma Innosabi, ein Unternehmen, das sich auf sogenannte Open-Innovation-Prozesse spezialisiert hat. Sie organisiert also Aktionen, mit denen Unternehmen ihre Entwicklungsprozesse öffnen: für externe Berater natürlich, aber immer öfter auch für Kunden. „Für die Firmen ist das eine gute Möglichkeit, mit geringem finanziellen Aufwand herauszufinden, was die Zielgruppe eigentlich wirklich will", sagt van Delden. Und es ist ein ziemlich einfaches Konzept, Kosten einzusparen: Marktforschung? Hat sich erübrigt. Produkttests? Machen die Kunden zu Hause. Marketing? Erledigen sie auch gleich mit – etwa wenn sie ihre Freunde einladen zum Duschgel-Testen oder zur Diskussion bei Facebook.

(3) Marktprognose

Marktanalyse und Marktbeobachtung haben letztlich den Zweck, das **Marktrisiko zu vermindern.** Dies ist nur möglich, wenn die Gegenwartsentscheidungen der Geschäftsleitung auf Daten beruhen, die die zukünftige Entwicklung auf den Märkten mit einiger Sicherheit aufzeigen können.

Marktprognosen sind Vorhersagen über künftige Entwicklungen am Absatzmarkt, z. B. über den Absatz bestimmter Produkte oder Leistungen.

Eine wichtige Aufgabe der Marktprognose ist es auch, für die einzelnen Produkte jeweils eine **Entwicklungsprognose** zu erstellen. Hierzu wird der bisherige Absatz des Produkts statistisch erfasst und daraus ein zu erwartender **Absatztrend** abgeleitet. Eine **Trendverlängerung** ist allerdings nur dann gerechtfertigt, wenn man aus gutem Grund davon ausgehen kann, dass die Entwicklungsrichtung weder durch eine nachhaltige **Änderung der Umweltfaktoren,** insbesondere **konjunkturelle Bewegungen** und **technische Entwicklungen,** noch durch einen grundsätzlichen **Wandel der Absatzkonzeption** für das betrachtete Produkt (z. B. Verschiebungen im Produktprogramm des Unternehmens) **gestört wird.**

(4) Träger der Marktforschung

Die Träger der Marktforschung sind die Großbetriebe mit ihren wissenschaftlichen Stäben, wissenschaftliche Institute und vor allem Marktforschungsinstitute.

Marktforschungsinstitute sind gewerbliche Einrichtungen und Unternehmen, die sich im Auftrag von Industrie und Handel der Meinungsforschung und der Marktforschung widmen.

Beispiele:

EMNID-Institut GmbH & Co. KG, Bielefeld; Institut für Demoskopie Allensbach GmbH, Allensbach (Bodensee); INFRA-TEST-Marktforschung, Wirtschaftsforschung, Motivforschung, Sozialforschung GmbH & Co. KG, München.

1.3 Verfahren zur Datenerhebung

(1) Begriffsdefinitionen

Informationen über Marktdaten (z. B. über die Kunden eines Unternehmens) können unmittelbar am Markt erhoben oder es kann auf bereits vorhandenes Datenmaterial zurückgegriffen werden. Im ersten Fall spricht man von **Primärforschung**[1] **(Feldforschung).** Sie ermittelt **Primärdaten.** Im zweiten Fall spricht man von **Sekundärforschung**[2] **(Schreibtischforschung).** Sie geht von Daten aus, die häufig bereits für andere Zwecke ermittelt worden sind. Man bezeichnet diese Daten als **Sekundärdaten.**

1 **Primär:** an erster Stelle stehend, vorrangig.

2 **Sekundär:** an zweiter Stelle stehend, zweitrangig.