

# Zusammenfassung WR

Wirtschaft und Recht BML 3+

Emanuel Duss

2009-10-16

## Informationen

Autor Emanuel Duss  
Erstellt am 2009-10-16  
Bearbeitet am 2010-11-21  
Erstellt mit OpenOffice.org auf Ubuntu Linux



## Lizenz

Dieses Dokument steht unter der Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported Lizenz.

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>



### Sie dürfen

- das Werk vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen
- Bearbeitungen des Werkes anfertigen

### Zu folgenden Bedingungen

- Namensnennung: Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).
- Weitergabe unter gleichen Bedingungen: Wenn Sie dieses Werk bearbeiten oder in anderer Weise umgestalten, verändern oder als Grundlage für ein anderes Werk verwenden, dürfen Sie das neu entstandene Werk nur unter Verwendung von Lizenzbedingungen weitergeben, die mit denen dieses Lizenzvertrages identisch oder vergleichbar sind.

## Bearbeitungsprotokoll

Datum	Version	Änderung
2009-10-16	0.1	Erstellt Modul 1

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Modul 1: Einführung Volkswirtschaftslehre.....</b>	<b>6</b>
1.1	Gliederung der Wissenschaften .....	6
1.2	Warum wirtschaften wir? .....	6
1.2.1	Wirtschaftliche Grundfragen (drei W-Fragen).....	6
1.2.2	Bedürfnisse, Konsumwünsche und Konsumgüter.....	7
1.2.3	Volkswirtschaft organisieren.....	7
1.3	Homo Oeconomicus .....	7
1.4	Gesamtmodell Wirtschaft und Rechteinhabers .....	8
1.5	Güter-Einteilung / Mittel zur Bedürfnisbefriedigung .....	9
1.5.1	Konsumgüter.....	9
1.5.2	Produktionsfaktoren / Ressourcen.....	10
1.6	Maslowsche Bedürfnispyramide .....	10
1.7	Nutzen .....	11
1.7.1	Gesamtnutzen.....	11
1.7.2	Grenznutzen.....	11
1.8	Opportunitätskosten / Wahlentscheidungen .....	11
1.8.1	Entscheidungsmatrix.....	11
1.9	Grundregeln wirtschaftlichen Verhaltens .....	12
1.9.1	Wirtschaftlichkeitsprinzip.....	12
1.9.2	Produktivität.....	12
1.9.3	Wirtschaftlichkeit.....	12
1.9.4	Rentabilität.....	12
1.9.5	Wertschöpfung.....	12
<b>2</b>	<b>Modul 2: Märkte.....</b>	<b>13</b>
2.1	Marktmodell .....	13
2.2	Wie funktioniert der Markt? - Der Marktmechanismus .....	13
2.2.1	Marktmechanismus.....	13
2.2.2	Preisänderungen.....	14
2.2.3	Preiselastizität.....	15
2.2.4	Ersatzgüter.....	15
2.3	Das Preis-Mengen-Diagramm .....	16
2.3.1	Überschuss.....	17
2.3.2	Verschiebung der Nachfragekurve.....	17
2.3.3	Verschiebung der Angebotskurve.....	17
2.3.4	Vorgehen.....	18
2.4	Lost + Found .....	18
<b>3</b>	<b>Marktversagen.....</b>	<b>19</b>
3.1	Wie funktioniert eine Marktwirtschaft? .....	19
3.1.1	Unternehmen, Gütermärkte und Haushalte.....	19
3.1.2	Haushalte als Eigentümer der Ressourcen.....	20
3.1.3	Faktorenmärkte.....	20
3.1.4	Umweltgüter.....	21
3.2	Wirtschaftliche Grundfragen .....	21
3.3	Marktversagen .....	21

3.4	Marktversagen und Staat .....	22
3.4.1	Externe Effekte.....	22
3.4.2	Externe Effekte führen die Marktwirtschaft in die Irre.....	23
3.4.3	Pseudoexterne Effekte.....	23
3.4.4	Externe Kosten durch den Staat ausschalten.....	23
3.5	Kollektive Anstrengung für externen Nutzen .....	24
3.6	Geld Inflation und Wechselkurse .....	24
3.6.1	Was ist Geld und was ist Inflation?.....	24
3.6.2	Inflation / Preissteigerung / Teuerung / Geldentwertung.....	25
3.7	Wirtschaftskreislauf .....	27
<b>4</b>	<b>Modul 5: Betriebswirtschaft.....</b>	<b>28</b>
4.1	Unternehmensmodell .....	28
4.1.1	Anspruchsgruppen (=Stakeholder).....	28
4.1.2	Die 5 Umweltsphären (RÖSTÖ).....	29
4.2	Unternehmensführung .....	30
4.2.1	Unternehmenspolitik / Unternehmensstrategie.....	30
4.2.2	Unternehmenskonzept (=Business-Plan).....	32
4.2.3	Unternehmenskultur.....	33
4.3	Organisation .....	33
4.3.1	Organisationstypen.....	34
4.3.2	Aufbauorganisation.....	34
4.3.3	Gliederung.....	36
4.3.4	Ablauforganisation.....	36
4.3.5	Stellenbeschreibung.....	37
4.3.6	Anforderungsprofil.....	37
4.4	Rechtsformen .....	37
<b>5</b>	<b>Marketing.....</b>	<b>39</b>
<b>6</b>	<b>Recht.....</b>	<b>40</b>
6.1	Vom Aufbau unserer Rechtsordnung .....	40
6.1.1	Was ist Recht?.....	40
6.1.2	Aufbau unserer Rechtsordnung.....	41
6.1.3	Rechtsquelle.....	41
6.1.4	Privates- und Öffentliches Recht.....	42
6.1.5	Dispositives und zwingendes Recht.....	43
6.1.6	Richtig Zitieren.....	43
6.1.7	Zivilgesetzbuch und Obligationenrecht (ZGB / OR).....	43
6.2	Das Verfahrensrecht .....	44
6.2.1	Zivilprozess / Strafprozess / Verwaltungsprozess.....	44
6.2.2	Vorgehensweise bei Rechtsfällen.....	44
6.2.3	Rechtsmittelbelehrung.....	44
6.2.4	Gerichte.....	45
<b>7</b>	<b>Obligationen.....</b>	<b>46</b>
7.1	Allgemeines über Obligationen .....	46
7.1.1	Was ist eine Obligation?.....	46
7.1.2	Entstehungsgründe für Obligationen.....	46
7.2	Vertrag .....	47
7.2.1	Antrag stellen.....	47

7.2.2	Voraussetzungen für ein Vertrag.....	47
7.2.3	Einigung über den Inhalt.....	47
7.2.4	Vertragsfähigkeit der Personen.....	48
7.2.5	Richtige Form des Vertrages.....	49
7.2.6	Zulässiger Inhalt.....	49
7.3	Auflösung eines Vertrages .....	50
7.3.1	Kündigung des Vertrags.....	50
7.3.2	Aufhebungsvertrag.....	50
7.3.3	Rücktrittrecht.....	50
7.3.4	Anfechtung.....	51
7.4	Erfüllung von Verträgen .....	52
7.4.1	Reihenfolge, Zeitpunkt und Ort.....	52
7.4.2	Verjährung.....	52

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Entscheidungsmatrix.....	10
Tabelle 2: Preiselastizität.....	14

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gliederung der Wissenschaften.....	5
Abbildung 2: Gesamtmodell Wirtschaft und Rechteinhabers.....	7
Abbildung 3: Marktmodell.....	12
Abbildung 4: Nachfragekurve.....	15
Abbildung 5: Angebotskurve.....	15
Abbildung 6: Nachfrage- und Angebotskurve.....	16
Abbildung 7: Wirtschaftskreislauf.....	26

# 1 Modul 1: Einführung Volkswirtschaftslehre

## 1.1 Gliederung der Wissenschaften



Abbildung 1: Gliederung der Wissenschaften

Rechtswissenschaft	Menschliches Zusammenleben in allen Bereichen zu regeln (Öffentliches- und Privates Recht)
Betriebswirtschaft	Führung von Wirtschaftseinheiten (eigenes Geschäft gründen, ...)
Volkswirtschaft	Wohlbefinden aller Menschen (Lebensqualität, Arbeitslosigkeit)

## 1.2 Warum wirtschaften wir?

Wir wirtschaften, um unsere Bedürfnisse zu befriedigen. Alle Einrichtungen und Verfahren, mit denen ein Volk Güter zur Bedürfnisbefriedigung produziert und verteilt, machen eine Volkswirtschaft aus.

Wir betreiben die Wirtschaftswissenschaft nicht nur, um unsere Gesellschaft besser zu verstehen, sondern auch um sie zu beeinflussen. Es geht auch oft um ethische Fragen: ist Reichtum gerechtfertigt?

Die Volkswirtschaftslehre ist die Lehre von der bestmöglichen Verwendung der knappen Mittel einer Gesellschaft.

### 1.2.1 Wirtschaftliche Grundfragen (drei W-Fragen)

Wo Knappheit herrscht, muss man sich mit drei grundlegenden Grundfragen auseinandersetzen:

1. **Was** soll in welchen Mengen und in welcher Qualität produziert werden? (Konsum oder Investition?)
2. **Wie** sollen die Güter produziert werden? (alle mitarbeiten oder mehr Arbeitslose?)
3. Für **wen** soll produziert werden? (gerecht verteilen)

## 1.2.2 Bedürfnisse, Konsumwünsche und Konsumgüter

- **Bedürfnisse:** Der Mensch hat Bedürfnisse, die er befriedigen will
- **Konsumwünsche:** Bedürfnisse zu befriedigen, hat er Konsumwünsche.
- **Konsumgüter:** Bedürfnisse können auch ohne Konsumwünsche befriedigt werden (z.B. mit Arbeit)

## 1.2.3 Volkswirtschaft organisieren

1. Solidarität in Kleingruppe: alles ist überschaubar
2. Tradition: Entschiede werden an die nächste Generation weitergegeben (wird oft hinterfragt, da es eine „Norm“ darstellt wie z.B. weil Frauen den Haushalt machen)
3. Hierarchie in Unternehmen: Regelwerk von Kompetenzen
4. Hierarchie im Staat: Gesetze und Verordnungen
5. Interessensolidarität: gleiche Interessen bewegen die Mitglieder zusammenzustehen
6. Märkte (Marktwirtschaft): Akteure der Volkswirtschaft untereinander koordinieren

Diese sechs Koordinationsmechanismen lenken unsere Wirtschaft. Deshalb sprechen wir von einem gemischt wirtschaftlichen System.

## 1.3 Homo Oeconomicus

Modell eines ausschliesslich wirtschaftlichen denkendes Menschens. Er ist ein Kosten-Nutzen-Optimierer (ständiger Vergleich). Sein Ziel ist es mit minimalen Mitteln den grössten möglichen Eigennutzen oder Gewinn zu erzielen. Er denkt egoistisch und hat keine soziale Kontakte. (Armer Teufel! :D)

### 1.4 Gesamtmodell Wirtschaft und Rechtenhabers<sup>1</sup>

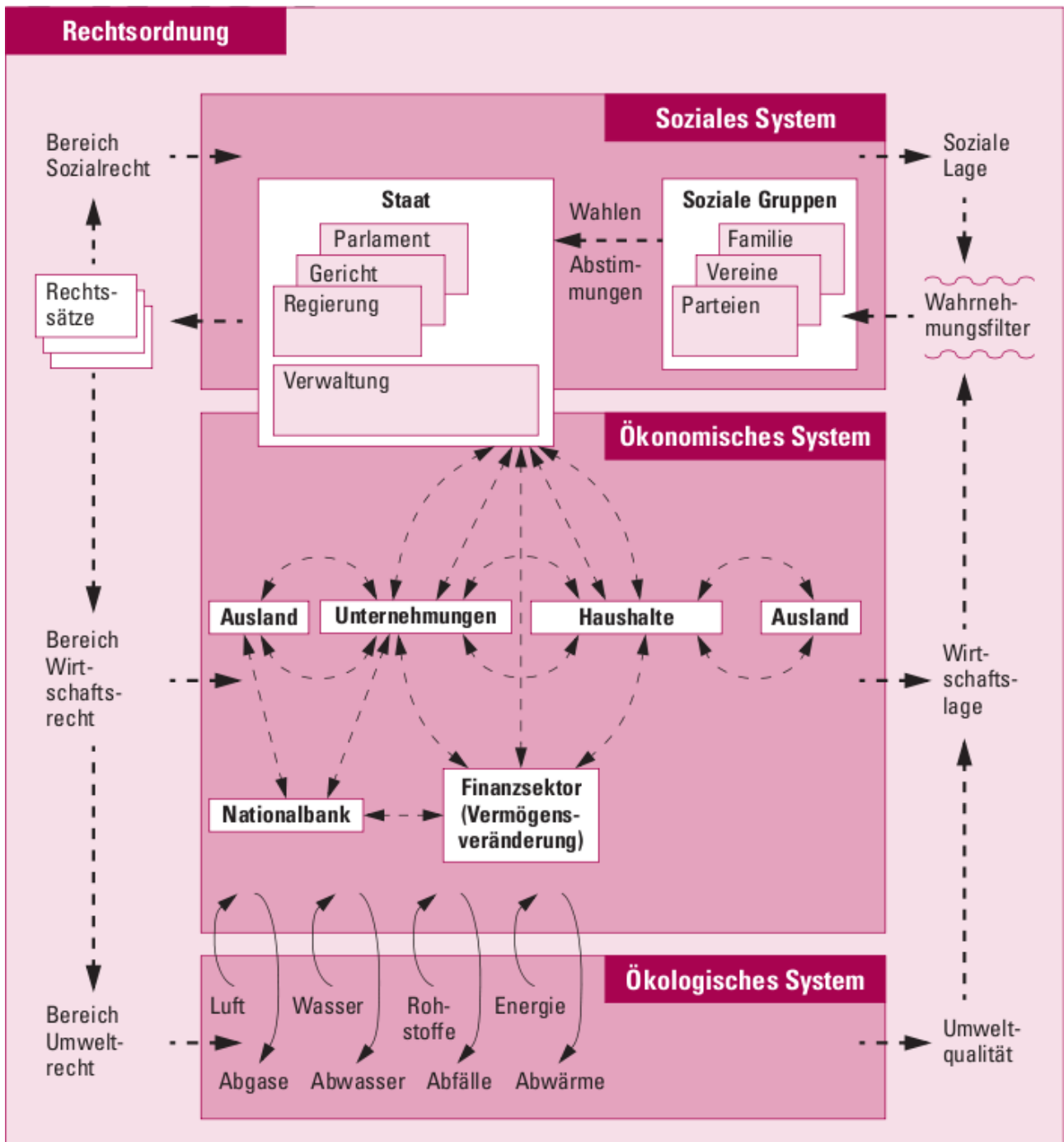


Abbildung 2: Gesamtmodell Wirtschaft und Rechtenhabers

<sup>1</sup>Quelle: Saxer/Tobler/Rüfenacht, Basiswissen Wirtschaft und Recht, Vesuviusverlag, Zürich 1999



## 1.5 Güter-Einteilung / Mittel zur Bedürfnisbefriedigung

- Freie Güter (Unbegrenzt, kein Preis)
  - z.B. Wasser
- Wirtschaftliche Güter
  - **Materielle Güter / Sachgüter (Greifbar)**
    - Konsumgüter (Bedürfnisbefriedigung des Endverbrauchers)
    - Produktionsgüter / Investitionsgüter (Herstellung wirtschaftlicher Güter)
    - Gebrauchsgüter (mehrmalige Nutzung)
    - Verbrauchsgüter (einmalige Nutzung)
  - **Immaterielle Güter (quasi virtuell ^^)**
    - Dienstleistungen (70% der CH)
    - Rechte, Patente, Lizenzen (für mich oft Suboptimal! :D)
    - Konsumbereich (Endverbraucher)
    - Produktionsbereich (Unternehmer)

### 1.5.1 Konsumgüter

Die Nachfrage nach Konsumgütern und die Nachfrage nach Investitionsgütern beeinflussen sich gegenseitig

Um unsere Konsumwünsche zu befriedigen, brauchen wir Konsumgüter in Form von Waren und Dienstleistungen.

Manche Bedürfnisse können aber auch ohne Konsumgüter befriedigt werden, wie z.B. durch Familie, Freundschaft oder durch Hobbys.

Steigt der Lebensstandard, steigen die Ansprüche. Luxus wird selbstverständlich und man will immer mehr. Je höher das allgemeine Konsumniveau, desto grösser ist der Konsum.

## 1.5.2 Produktionsfaktoren / Ressourcen

Die für die Produktion von Gütern eingesetzten Mittel nennt man Produktionsfaktoren oder Ressourcen. Einige sind uns von der Natur gegeben, einige haben wir Menschen selbst geschaffen.

Wir unterscheiden 4 Arten von Ressourcen:

1. **Körperliche und geistige Arbeit:** Know-How, technisches und erfinderisches Talent, Wissen
2. **Kapitalgüter = Investitionsgüter:** Güter um weitere Güter herzustellen: Gebäude, Maschinen, Lastwagen, Leitungen, Strassen
3. **Boden:** von Natur gegeben: anpflanzen, Gebäude stellen, Strassen, Bodenschätze
4. **Umweltgüter:** Frische Luft, Sonnenschein, schöne Landschaften, Sternenhimmel, Nachtruhe

Im Gegensatz zu Konsumansprüchen sind Ressourcen knapp. Das ist das grundlegende wirtschaftliche Problem. Deshalb müssen wir entscheiden, welche Wünsche wir erfüllen wollen, und welche nicht. Wenn man wirtschaftlich denken kann, kann man nach alternativen Entscheidungen überlegen.

Alternativkosten / Opportunitätskosten: Opfer, welches durch den Verzicht auf die nächstbeste, aber nicht gewählte Variante entsteht.

## 1.6 Maslowsche Bedürfnispyramide

- Bedürfnis: Gefühl eines Mangels/Verlangens (Mangelgefühl)
- Aus unseren Bedürfnissen entstehen Konsumwünsche, die wir mit Konsumgütern stillen wollen.

Die nächste Stufe kann erst erreicht werden, wenn die darunter befriedigt ist.

1. Grundbedürfnisse: Lebensmittel, Kleider, Wohnung, Arzt, Spital, Medikamente
2. Sicherheitsbedürfnisse: Absicherung der körperlichen Bedürfnisse, Sparen, Alarmanlagen, Gesetz, Polizei
3. Soziale Bedürfnisse: Menschlichen Kontakt, Geborgenheit, Zugehörigkeit, Achtung, Anerkennung, Partys, schöne/modische Kleider, Berufsleben
4. ICH-Bedürfnisse: Erfolg, Unabhängigkeit, Anerkennung, Selbstwertgefühl, wir vergleichen Lebensstandard mit anderen
5. Selbstverwirklichung: uns nach unseren Vorstellungen entfalten, Kultur, Freizeit

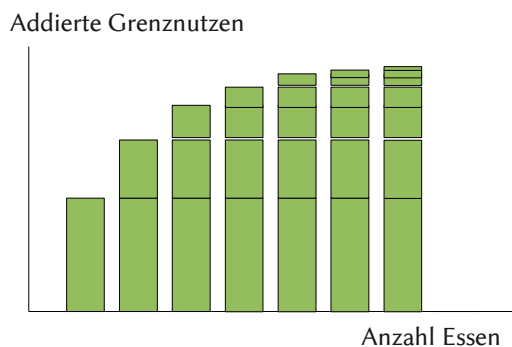
Bedürfnisse können nicht nur mit Gütern befriedigt werden, sondern auch durch Sicherheit, Zugehörigkeit, Achtung, Familie, Vereine, Selbstverwirklichung, etc...

## 1.7 Nutzen

Der Nutzen ist das Mass der Bedürfnisbefriedigung.

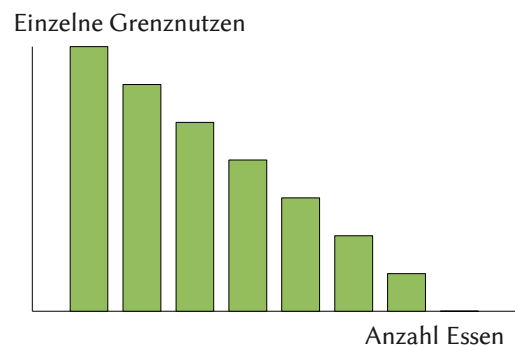
### 1.7.1 Gesamtnutzen

Nutzen, der durch den Konsum aller Einheiten entstanden ist. Entsteht keinen weiteren Nutzen, so ist die Sättigung erreicht. Der Gesamtnutzen erhöht sich je mehr konsumiert wird, aber mit abnehmender Rate.



### 1.7.2 Grenznutzen

Zusätzlicher Nutzen, der durch den Konsum einer weiteren Einheit entsteht. Er nimmt linear ab. der Grenznutzen nimmt bei der gleichen Tätigkeit jedes mal ab (das „spezielle“ essen, ist nach dem 100. mal weniger wert). Ist er gleich Null, spricht man von Sättigung.



## 1.8 Opportunitätskosten / Wahlentscheidungen

Unter den Opportunitätskosten versteht man den **entgangenen Nutzen** des anderen nicht gewählten Gutes / Dienstleistung. Wenn ich X kaufe, besitze ich Y nicht. Varianten aufbauen.

### 1.8.1 Entscheidungsmatrix

Nutzen = Note \* Gewichtung

Kriterien	Gewichtung	Kein neues Handy		Neues normales Handy		Neues Multimedia Handy	
		Note	Nutzen	Note	Nutzen	Note	Nutzen
Basic	20	10	200	10	200	10	200
Special	20	0	0	2	40	10	200
PIM	30	2	60	2	60	10	200
Web 2.0	15	0	15	0	0	10	200
Preis	15	10	150	3	45	7	105
Total	100	-	425	-	345	-	905

Tabelle 1: Entscheidungsmatrix

## 1.9 Grundregeln wirtschaftlichen Verhaltens

### 1.9.1 Wirtschaftlichkeitsprinzip

Die Knappheit der Ressourcen kann auf mehrere Arten gelöst werden:

1. Maximumprinzip: Input Fix; Output maximieren
2. Minimumprinzip: Output Fix; Input minimieren
3. Optimumprinzip: Input & Output variabel; gutes Verhältnis

Input = Produktionsfaktoren; Output = Güter und Dienstleistungen

### 1.9.2 Produktivität

In Stück gemessen:

$$\text{Produktivität} = \frac{\text{Output in Stück}}{\text{Input in Stück}}$$

Die Produktivitätskennzahlen sind untereinander vergleichbar.

Die Produktivität und die Wirtschaftlichkeit muss nicht parallel sein. Die Produktivität kann höher sein, jedoch die Wirtschaftlichkeit tiefer. (Mehr Stücke produzieren, aber keine Nachfrage)

### 1.9.3 Wirtschaftlichkeit

In CHF gemessen:

$$\text{Wirtschaftlichkeit} = \frac{\text{Output in CHF}}{\text{Input in CHF}}$$

Die Wirtschaftlichkeitskennzahlen sind untereinander vergleichbar.

### 1.9.4 Rentabilität

Betrifft die Betriebswirtschaft.

Jedes Unternehmen will eine möglichst hohe Rentabilität.

$$\text{Rendite} = \frac{\text{Reingewinn}}{\text{Eigenkapital}}$$

Reingewinn = Ertrag - Aufwand

### 1.9.5 Wertschöpfung

Betrifft die Volkswirtschaft.

Wert, den ein Gut bei der Produktion zunimmt.

Wertschöpfung = Produktionswert – Vorleistung

**Differenz** zwischen den **abgegebenen Leistungen** eines Produzenten (Produktionswert) und den **übernommenen Leistungen** (Vorleistungen).

Aus der Wertschöpfung wird der Lohn, die Spesen, Ausbildung, Miete, Marketing, Abschreibungen, Steuern, /etc... bezahlt. Erst wenn alles bezahlt ist, entsteht Gewinn.

Alle Wertschöpfungen einer ganzen Volkswirtschaft ergibt den BIP (Bruttoinlandprodukt).

Ich kaufe Zutaten für ein Brot (CHF 3.00) und mache daraus ein Brot welches ich verkaufe (CHF 6.00). Die Differenz ist CHF 3.00. Das ist die Wertschöpfung, welche zum BIP beiträgt.

## 2 Modul 2: Märkte

### 2.1 Marktmodell

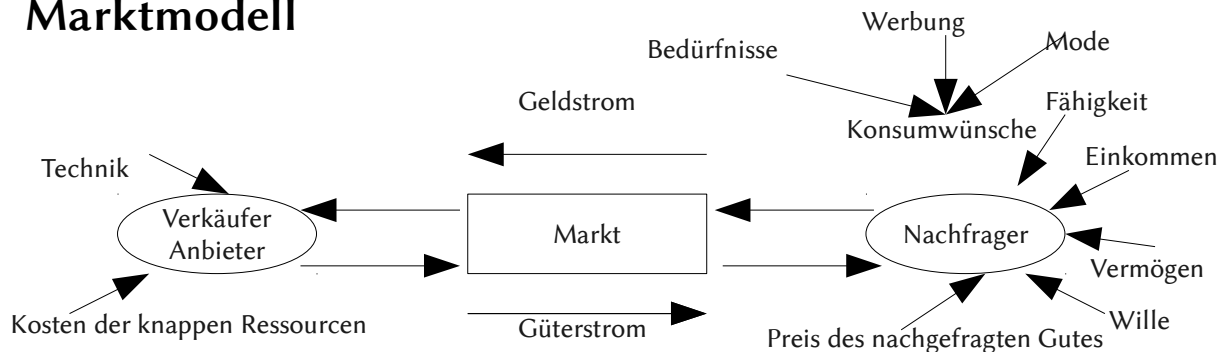


Abbildung 3: Marktmodell

Es gibt eine Unterscheidung zwischen dem Konsumwunsch und der Nachfrage. Auf dem Markt wirkt nur die Nachfrage und nicht der Konsumwunsch oder das Bedürfnis.

### 2.2 Wie funktioniert der Markt? - Der Marktmechanismus

**Markt:** Hier treffen sich Anbieter und Nachfrager (Konsummarkt, Arbeitsmarkt und Finanz- und Kapitalmarkt).

**Preis:** Der in Geld ausgedrückte Tauschwert eines Gutes oder einer Leistung

**Angebot:** Menge, die von den Herstellern auf dem Markt zum Verkauf bereitgestellt werden.

**Nachfrage:** Wille der Konsumenten, das Angebot zu erwerben, um die Bedürfnisse zu befriedigen.

**Marktgleichgewicht:** Nachgefragte Menge entspricht der angebotenen Menge.

**Ungleichgewicht:** Entsteht, weil die Anbieter nicht wissen, welche Menge die Nachfrager wollen.

**Marktmechanismus:** Das Ungleichgewicht wird aufgehoben

**Spekulation:** Kurzfristige Investition, die aufgrund höherer Risiken mehr Rendite haben. Z.B. Teures Bild kaufen (das man gar nicht will) und später teuer weiterverkaufen (z.B. seltene Produkte)

#### 2.2.1 Marktmechanismus

Der Marktmechanismus bedeutet, dass die Menge und Nachfrage ausgleichen.

Folgendes kann man beobachten:

- Angebot < Nachfrage --> Preis ++  
Hält Nachfrager vom Kauf ab; Anbieter bieten mehr an
- Angebot > Nachfrage --> Preis --  
Lockt Nachfrager an; Anbieter schränken Angebot ein

#### Beispiel Marktmechanismus

Höhere Preise halten Nachfrager vom Kauf ab --> Nachfrage sinkt --> Höhere Preise ergeben mehr Gewinn für Anbieter --> Verkauf wird angeregt --> Angebot steigt

Tiefere Preise locken Nachfrager zum Kauf an --> Nachfrage steigt --> Tiefere Preise ergeben weniger Gewinn für Anbieter --> Angebot wird verringert

## 2.2.2 Preisänderungen

### Inflation

**Inflation:** Geldentwertung; Die Preise steigen (Oma> Früher war Brot viel „günstiger“ als heute...)

**Inflationsbereinigte Preisänderung:** Auf den Durchschnitt bezogen steigen die einen Preise, währenddessen die anderen Preise sinken. Der Effekt der Inflation wird dabei abgezogen! Die einen Preise steigen mehr als die Inflation, die anderen Preise steigen weniger als die Inflation in einem Jahr. (Bsp: Inflation eines Jahres: 2.3%; Foo +5.4%, Bar +0.42%; Jetzt muss man die 2.3% abziehen! --> die eigentliche Preissteigerung von Foo ist 3.1% und die Preissenkung von Bar ist 1.88%.

### Reaktion der Nachfrager

Die Nachfrager reagieren, weil ihr Budget beschränkt ist:

- Preis ++: Budget belastet --> Einschränkungen (weniger kaufen oder anderes Gut kaufen)
- Preis --: Budget entlastet --> mehr Möglichkeiten (mehr kaufen oder anderes Gut kaufen)

### Einflüsse

Die Preise bestimmen die Nachfragemenge.

- Geschmack: Die Leute wollen keine Hüte mehr tragen
- Einkommen
  - Mehr Einkommen: mehr Geld für Wünsche: Anstieg der Nachfrage, ohne die Güterpreise gesunken sind.
  - Weniger Einkommen: weniger Geld für Wünsche: Nachfrage sinkt, ohne dass die Güterpreise gestiegen sind.
- Preisänderung bei anderen Gütern: Alternativprodukte einsetzen

### Reaktion vom Angebotes auf den Preis

- Preis ++: Höhere Gewinne; Anreiz für eine grössere Produktion
- Preis --: Teil der Produktion wird zum Verlustgeschäft; weniger Produktion

### Angebotene und nachgefragte Menge

- Preis ++: angebotene Menge wird grösser; nachgefragte Menge sinkt
- Preis --: nachgefragte Menge wird grösser, angebotene Menge sinkt

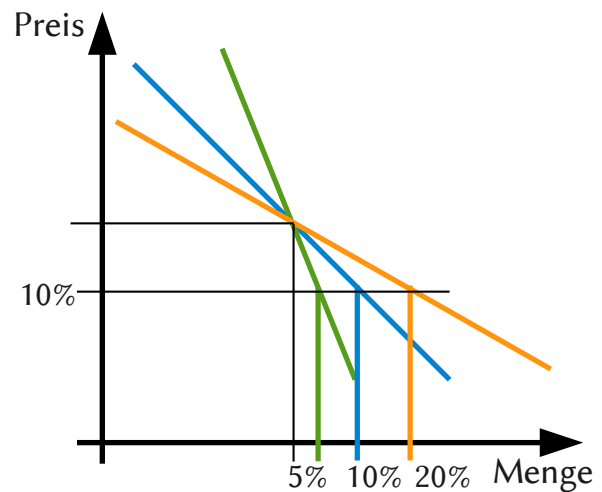
### 2.2.3 Preiselastizität

Wie sehr kann sich der Preis von einem Produkt ändern?

$$\text{Preiselastizität} = \frac{\Delta \text{Menge in \%}}{\Delta \text{Preis in \%}} = \frac{15\%}{10\%} = 1,5$$

- > 1 Elastisch (Flache Kurve)
- = 1 Elastisch (45° Kurve)
- < 1 Unelastisch (Steile Kurve)

Wir können es aber auch mit einem Diagramm darstellen. Die Steilheit gibt über die Preiselastizität Auskunft!



Hinweis: Die Skalierung in einem Diagramm kann einen Fehrd erzeugen!!!

Es kann lange dauern, bis sich eine Preisänderung auf die Nachfrage auswirkt. Eventuell muss zuerst in etwas neues investiert werden. Bsp.: Wird der Strom teurer, dauert es ein paar Jahre, bis man sich einen neuen Kühlschrank kauft.

	Elastisch	Unelastisch
Nachfrage- und Angebotskurve	Flach	Steil
Nachfrager reagieren	Stark; Empfindlich	Schwach; Unempfindlich
Frist	Lang (mehr Alternativen)	Kurz (weniger Alternativen)
Produkt	Nicht unbedingt notwendig	Unbedingt notwendig
Alternative	Existiert	Existiert nicht
Beispiele	Butter, Margarine	Brot, Wasser, Treibstoffe, Heizöl

Tabelle 2: Preiselastizität

### 2.2.4 Ersatzgüter

- Substitutionsgüter: Zwei Güter können sich gegenseitig ersetzen (Notebook / Computer)
- Komplementärgüter: Ein Gut ist von einem anderen Gut abhängig (Bildschirm -> Computer)
- Neutrale Güter: Güter beeinflussen sich nicht gegenseitig (z.B. Wanduhr und Ziegelsteine)
- Inferiore Güter: Wegen steigendem Einkommen, werden gewisse Güter nicht mehr gekauft (Millionäre kaufen keine M-Budget-Artikel /etc :D)

## 2.3 Das Preis-Mengen-Diagramm

Mit dem Preis-Mengen-Diagramm kann gezeigt werden, wie sich der Preis auf die angebotene und nachgefragte Menge auswirkt. Darin können Reaktionen der Nachfragen und Anbieter auf die Preise dargestellt werden.

Das Preis-Mengen-Diagramm beinhaltet die Nachfrage- und Angebotskurve!

Dort wo sich die Nachfragekurve und die Angebotskurve schneiden, ist der Gleichgewichtspreis. Beim Gleichgewichtspreis entspricht die nachgefragte Menge der angebotenen Menge.

### Nachfragekurve

Auswirkung von Preis auf die Menge:

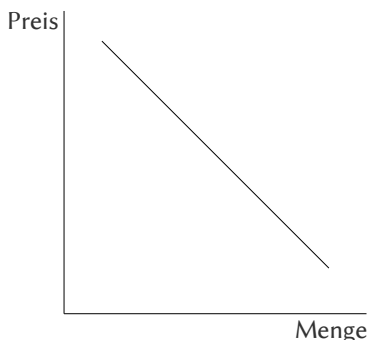


Abbildung 4: Nachfragekurve

Der Preis ist höher, wenn die nachgefragte Menge tief ist.

Der Preis ist tiefer, wenn die nachgefragte Menge gross ist.

### Angebotskurve

Auswirkung von Preis auf die Menge:

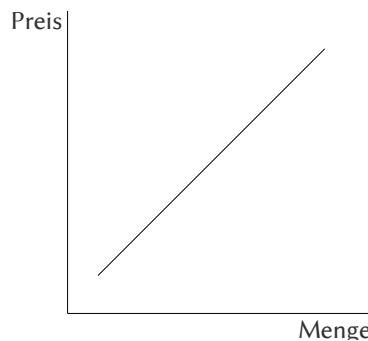


Abbildung 5: Angebotskurve

Der Preis ist tief, wenn die angebotene Menge klein ist.

Der Preis ist höher, wenn die angebotene Menge gross ist.

Eselsbrücke: Die Nachfragekurve geht nach unten, wie der mittlere Strich im „N“.

Wenn die Nachfrage- und Angebotskurve gemerged werden, dann ergibt sich ein Preis-Mengen-Diagramm.



### 2.3.1 Überschuss

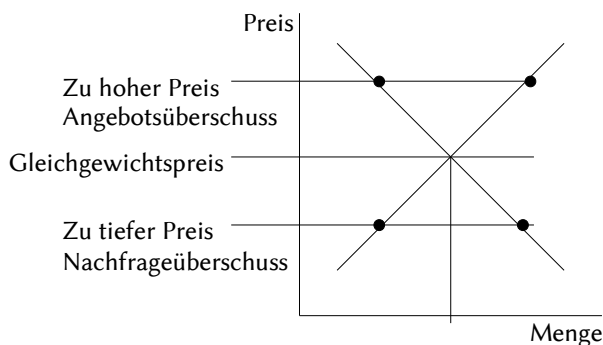


Abbildung 6: Nachfrage- und Angebotskurve

#### Angebotsüberschuss

Die angebotene Menge ist grösser, als die nachgefragte Menge.

- ToDo: Preise senken

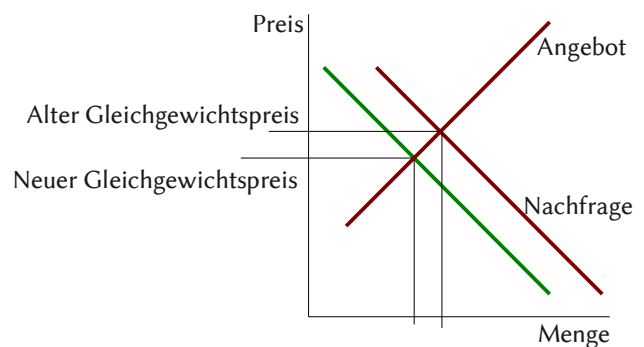
#### Nachfrageüberschuss

Die nachgefragte Menge ist grösser, als die angebotene Menge.

- ToDo: Preise erhöhen

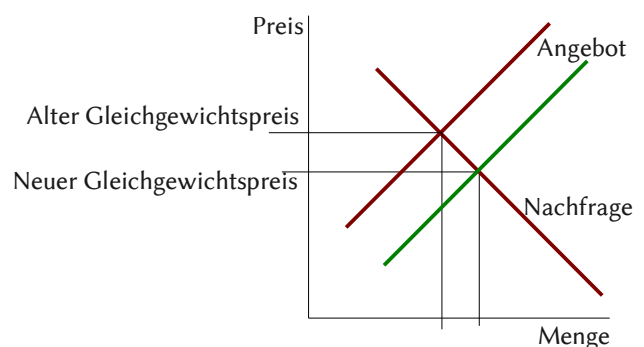
### 2.3.2 Verschiebung der Nachfragekurve

- Die Nachfrage nimmt ab, die Nachfragekurve verschiebt sich nach rechts. Die nachgefragte Menge und der Preis erhöht sich.
- Die Nachfrage nimmt zu, die Nachfragekurve verschiebt sich nach links. Die nachgefragte Menge und der Preis sinken.



### 2.3.3 Verschiebung der Angebotskurve

- Das Angebot nimmt ab, die Angebotskurve verschiebt sich nach links. Die angebotene Menge wird kleiner und der Preis höher.
- Das Angebot steigt, die Angebotskurve verschiebt sich nach rechts. Die angebotene Menge wird grösser und der Preis sinkt.



### 2.3.4 Vorgehen

1. Ausgangssituation zeichnen
2. Problemstellung der Aufgabe
  1. Preisänderung?
  2. Angebot oder Nachfrage?
  3. Zunahme oder Abnahme?
3. Veränderung einzeichnen
  1. AÜ: Angebotsüberschuss; NL: Nachfrangelücke
  2. NÜ: Nachfrageüberschuss; AL: Angebotslücke
4. Preisänderung
5. Entlang der Kurven zum neuen Gleichgewichtspreis

## 2.4 Lost + Found

### Modell

Vereinfachte Darstellung der komplexen Realität

### Milchpreisproblem

Der Milchpreis ist tief. Deshalb produzieren die Bauern mehr Milch, um mehr zu verdienen. Darum steigt die Menge, jedoch die Nachfrage nicht. Der Preis wird noch tiefer... GOTO ANFANG;

Die Bauern wollen jetzt eine Mengenbeschränkung. Die Ostschweizer jedoch nicht, da es dort einfacher ist mehr Milch zu produzieren (wegen Grossbauern, mehr Kühe, kürzere Wege...).

### Parallelimporte

FooBar ist wegen der Nachfrage in der Schweiz am teuersten. FnordAG kauft die günstigeren FooBars nun in Holland ein und verkauft diese in der Schweiz günstiger.

### Ceteris Paribus

Regel die besagt, dass nur 1 Faktor verändert wird und alle anderen als Konstant angeschaut werden. In der Realität wechseln mehrere Faktoren parallel, zudem beeinflussen sie sich gegenseitig.

## 3 Marktversagen

### 3.1 Wie funktioniert eine Marktwirtschaft?

Ressourcen müssen möglichst effektiv eingesetzt werden.

Dabei stellen sich vor allem 3 Fragen

- Was, wie und für wen wird produziert?

Dabei sind 3 Faktoren entscheidend:

- Unternehmen
- Haushalte
- Gütermärkte

#### 3.1.1 Unternehmen, Gütermärkte und Haushalte

- Haushalt -(Geld)-> Gütermärkte -(Geld)-> Unternehmen
- Unternehmen -(Güter)-> Gütermärkte -(Güter)-> Haushalt

##### Unternehmen

In der CH gibt es 500k Unternehmen, in denen 55% der Bevölkerung arbeiten. In Unternehmen werden Konsumgüter produziert.

##### Gütermärkte

Güter und Dienstleistungen werden angeboten und nachgefragt.

Konsumgüter werden auf den Gütermärkten angeboten und dort von Konsumenten nachgefragt. Dafür fließt ein Güter- und ein Geldstrom. Die Güter landen in den Haushalten.

##### Haushalte

Alle leben in einem Haushalt. Grundlegende Ressourcen, Boden und Kapital liegen in den Haushalten.

In der CH gibt es 3M Haushalte, in denen die Bevölkerung lebt.

##### Ehrenamtliche Arbeit und Haushaltsämtli

Die ehrenamtliche Arbeit oder ein Ämtli in einem Haushalt wird nicht mit Geld vergütet.

##### Haushalte produzieren Hausarbeit

Die Haushalte produzieren auch selber. Sachen für den Lebensunterhalt wie z.B. einen Fisch zubereiten oder waschen.

### 3.1.2 Haushalte als Eigentümer der Ressourcen

Personen bieten den Unternehmen Arbeit an, um an Geld zu kommen. Haushalte können aber auch Boden und Kapitalgüter anbieten. Mit einer Aktie gehört ein Teil einer AG (Kapital und Boden) einem Haushalt.

### 3.1.3 Faktorenmärkte

Die Unternehmer sind die Nachfrager. Ressourcen fließen von den Haushalten in die Unternehmen und Geld fließt von den Unternehmen in die Haushalte.

- Arbeitsmärkte: Arbeitsleistung gegen Lohn
- Kapitalmärkte: Kapital gegen Zins
- Bodenmärkte: Boden gegen Bodenrente

#### Arbeitsmärkte

Unternehmen suchen Arbeitskräfte auf dem Arbeitsmarkt.

Der Preis der das Unternehmen zahlt, ist der Lohn. Ist die Nachfrage höher als das Angebot, ist der Lohn höher. Gibt es ein grosses Angebot an Arbeitskräften, ist der Lohn kleiner.

Besonderheiten

- Lohn ist die grösste Einnahmequelle der Haushalte
- Unternehmen organisieren sich in Verbänden; Arbeiterinnen in Gewerkschaften. Diese diskutieren über die Arbeitszeiten, Arbeitsbedingungen und Löhne.
- Nicht alle finden eine Arbeitsstelle. Das nennt man Arbeitslosigkeit.
- In einem Unternehmen gibt es hierarchische Strukturen (SNAFU-Prinzip lässt grüssen!!!)
- Diskriminierung: Frauen werden oft noch benachteiligt.

#### Kapitalmärkte

Der grösste Teil der Kapitalgüter gehören direkt oder indirekt den Haushalten. Die Haushalte leihen ihre Kapitalgüter an Unternehmen, dafür werden sie durch Zins entschädigt.

**Direkte Verfügung:** Haushalte sind Eigentümer von z. B. Bürohäuser, die sie an Unternehmen gegen Zins vermieten oder der eigenen Firma selber zur Verfügung stellen

**Indirekte Verfügung:** Haushalte stellen das Ersparte den Unternehmen indirekt gegen Zins über eine Bank zur Verfügung. Die Bank leiht das Geld den Unternehmen. Aktien sind etwas direkter, da man weiss, wem man das Geld zur Verfügung stellt.

Die Inflation verunsichert, da es die Sparer schmerzt und die Schuldner erleichtert. Die zukünftige Inflation beeinflusst die Zinsen. Wird eine kleine Inflation erwartet, sind die Zinsen niedrig, Wird eine grosse Inflation erwartet, sind die Zinsen höher.

Bei einer Inflationserwartung von 5% und einer Zinserwartung von 2% wird dies verrechnet:  
Nominalzins von 7% minus Inflationsentschädigung von 5% = Realzins von 2%.

Sparer sind unsicher, ob sie ihr Geld wieder zurückerhalten. Je nach dem ist der Zins anders. Bei einem grossen Risiko ist der Zins höher und umgekehrt. Investoren zahlen für Kredite mit langer Lauf-

zeit höhere Zinsen, da dies wertvoller ist.

Banken vermitteln zwischen Sparern und Investoren. Ist ein Darlehen durch ein Grundstück gesichert, spricht man von einem Hypothekarkredit. Zinsmarge: Zinssätze auf Sparkonti sind niedriger als die Zinssätze, welche die Bank von dem Unternehmen für Darlehen verlangt. Die Bank geht ein Risiko ein, da das ausgeliehene Geld durch einen Konkurs verloren gehen könnte. Daher kann die Bank eine Risikoprämie verlangen. Die Bank muss die Risiken geschickt verteilen.

### **Bodenmärkte**

Boden hat erst einen wirtschaftlichen Wert, wenn er in irgendeiner Weise genutzt werden kann. Der Boden wird mit den darauf stehenden Gebäuden zur Verfügung gestellt. Im Mietzins ist die Entschädigung für den Boden, die so genannte Bodenrente enthalten. Die Bodenrente ist abhängig vom Standort. Je höher die Bodenrente, desto höher der Bodenpreis.

### **3.1.4 Umweltgüter**

Umweltgüter gehören niemandem. Entweder ist dies nicht möglich oder durchsetzbar. Umweltgüter stehen allen frei zur Verfügung. Beispiele sind Luft, Ozonschicht, Schönheit einer Landschaft. Dies führt dazu, dass diese nicht gepflegt und verschwendet oder übernutzt werden. Da die Umweltgüter nichts Kosten, meinen wir, diese sind im Überfluss vorhanden.

## **3.2 Wirtschaftliche Grundfragen**

Was wird wie für wen produziert?

- **Was?:** Unternehmen stellen die am meisten nachgefragten Güter her.
- **Wie?:** Möglichst preisgünstig mit Hilfe von Produktionsfaktoren und Ressourcen, die sich am Besten eignen.
- **Für wen?:** Für die Haushalte, die dem Unternehmen gefragte Ressource zur Verfügung stellen.

### **Die unsichtbare Hand**

Adam Smith meinte, dass der Mensch ausschliesslich an seine eigene Sicherheit und seinen eigenen Gewinn denkt, dabei jedoch von einer unsichtbaren Hand geleitet wird, die dafür sorgt, dass er einem Ziel dient, das er in keiner Weise angestrebt hat. Gerade indem er seine eigene Interesse verfolgt, fördert er häufig das Wohl der Gesellschaft besser, als wenn er diese beabsichtigt.

## **3.3 Marktversagen**

Bei Marktversagen wird nach dem Staat gerufen. Unternehmen müssen knappe Ressourcen möglichst wirkungsvoll einsetzen und nur nachgefragte Güter produzieren. Externe Effekte wirken am Markt vorbei und sind deshalb nicht im Marktpreis inbegriffen.

### **Externe Kosten**

Schäden und Kosten werden ohne Abgeltung auf Aussenstehende abgewälzt (Luftverschmutzung, Fluglärm).

- Das Marktresultat ist durch das Abwälzen auf Dritte nicht leistungsgerecht
- Die knappen Ressourcen werden durch zu niedrige Preise verschwenderisch genutzt.

Lösung

- Umweltbewusstsein der Menschen fördern
- Gesetze / Gebote / Verbote für Schutz von Wald / Meer
- Preise für Umweltgüter / Umweltabgaben (PET-Flaschen, Batterien)

### **Externer Nutzen**

Gratisnutzen für Aussenstehende

- Trittbrettfahrer, die gratis profitieren ist nicht leistungsgerecht
- Es werden wenige Güter mit externen Nutzen produziert, da sie für Private nicht rentabel sind

Lösung

- Öffentliche Güter müssen vom Staat angeboten werden (Polizei, Armee, Justiz, Autobahn)

### **Fehlender Wettbewerb**

Ohne Wettbewerb gibt es keine Motivation gute Leistungen zu erbringen. Der Wettbewerb wird jedoch gerne ausgeschaltet, damit man die Konkurrenz vom Hals hat. Der Wettbewerb kann mit einer Fusion von Unternehmen oder durch verbotene Kartelle ausgeschaltet verringert werden.

### **Fehlende Transparenz und Manipulation unserer Konsumwünsche**

Ein Markt kann nur funktionieren, wenn die Teilnehmer informiert sind und eigenständig handeln können.

### **Soziale Frage**

Der Markt sorgt sich zu wenig für die soziale Sicherheit und Gerechtigkeit.

### **Konjunkturschwankungen**

In Konjunkturschwankungen können Millionen Menschen arbeitslos werden.

## **3.4 Marktversagen und Staat**

### **3.4.1 Externe Effekte**

#### **Private Güter**

Beschränkt sich der Nutzen eines Gutes nur auf den Käufer und wird dadurch keine Dritten beeinflusst (positiv oder negativ). Kaum ein Produkt ist 100%ig ein privates Gut. Beim Kauf einer Jeans wird evtl. der Dorfbach blau gefärbt, was den Fischen schadet.

**Negative externe Effekte = Externe Kosten**

Wenn eine Drittperson geschädigt wird. Z.B. durch verschmutzte Luft.

**Positive externe Effekte = Externe Nutzen**

Wenn eine Drittperson gratis etwas Gutes erhält. Man kann z.B. Sich an den Fnords im Blick am Abend erfreuen!

**3.4.2 Externe Effekte führen die Marktwirtschaft in die Irre****Versagen bei externen Kosten**

Doppeltes Marktversagen:

Kosten werden auf Dritte übertragen und der Markt wird ineffizient, weil die Preise die Knappheit von Ressourcen zu wenig widerspiegeln (niedrige Preise für knappe Ressourcen).

Beispiel: Der Fluglärm verursacht externe Kosten, welche von den Fluggesellschaften nicht kalkuliert wurde. Die Bewohner haben ein Recht auf Ruhe. Wo Lärmschäden nicht bezahlt werden müssen, ist der Flugpreis viel tiefer und somit fliegen viel mehr Personen.

**Versagen bei externen Nutzen**

Doppeltes Marktversagen:

Trittbrettfahrer profitieren gratis von Leistungen und der Markt wird ineffizient weil für Güter mit grossem Nutzen weniger Preis verlangt werden kann (Produktion ist zu gering).

Beispiel: Strassenlampen zeigen allen den Weg, auch wenn nur eine private Unternehmung eine Strassenlampe kauft.

**Öffentliche Güter und Ungüter**

Der externe Nutzen verbreitet sich so, dass kaum jemand ausgeschlossen werden kann (Gehsteige, Strassen, Brücken). Es gibt aber auch Güter mit negativen Nebenwirkungen die externe Kosten verursachen. Dort sind wir Zwangsmitfahrer. (z.B. FCK[[G]W-Spray (WTF???)

**Pekuniäre externe Effekte / Nutzen**

Ein Coiffeur profitiert von einem neuen Wohnblock aber er verliert Kunden wegen dem neuen FooHair nebandran!

Pekuniär: Es werden Marktchancen eröffnet und zunichtegemacht.

Normale externe Nutzen / Kosten: sie gehen am Markt vorbei.

**3.4.3 Pseudoexterne Effekte**

Die Pseudoexternen Effekte sind im Gegensatz zu den externen Effekten am Markt erwünscht, da sie kein Marktversagen verursachen.

- Pseudoexterne Kosten: Konkurrenz
- Pseudoexterne Nutzen: Restaurants profitieren von der WM-Durchführung

**3.4.4 Externe Kosten durch den Staat ausschalten**

- Moral verkünden

- Der grösste Schaden kommt von uns Menschen. Deshalb müssen wir auf die Umwelt schauen und nicht übertrieben Abfall in die Emme werfen! ^^
- Gebote und Verbote
  - Gesetzlich verbieten die Umwelt zu zerwüten und verstören!
- Preise für Umweltgüter
  - Abfallsackgebühren, Abgaben auf Heizöl, PET-Flaschen, Batterien, Computer /etc

### 3.5 Kollektive Anstrengung für externen Nutzen

Güter mit grossem externen Nutzen sind für Unternehmen ein schlechtes Geschäft.

Öffentliche Güter müssen von einer Interessengemeinschaft (meist vom Staat) zur Verfügung gestellt werden: Verkehrswege, Strassenbeleuchtung, Grundlagenforschung, Landesverteidigung, Rechtsordnung, Marktordnung.

### 3.6 Geld Inflation und Wechselkurse

#### 3.6.1 Was ist Geld und was ist Inflation?

Kreditwürdig ist jemand, wenn man ihm vertraut, dass er etwas versprochenes zahlen wird.

Geld ist, was als Geld akzeptiert ist (z.B. Kann auf einem Zettel stehen, dass Eris CHF 23.50 schuldet und dieser Zettel dann als „Geld“ verwendet wird.). In der Schweiz werden Noten der Schweizerischen Nationalbank (SNB) anerkannt.

#### Zweck von Geld

Das Geld dient als

- Zahlungsmittel (damit man kein Tauschhandel machen muss)
- Wertmassstab (zum Vergleichen von anderen Gütern)
- Wertaufbewahrungsmittel (Sparen oder später kaufen)

#### Arten von Geld

- Bargeldumlauf: Noten und Münzen
- Buchgeld: Bargeldloses Zahlen (Von Bankkonto zu Bankkonto); Auch Sichtguthaben, da man Einsicht auf den Kontostand haben kann.
- Spareinlagen / Termineinlagen: Termineinlagen sind nur zu einem festgelegten Termin abrufbar.

#### Wie kommt Geld in Umlauf

- Fremde Währungen: Die Notenbank kauft ausländische Währungen, um ihr eigenes Geld in Umlauf zu bringen; verkauft sie ausländische Währungen, entzieht die Notenbank das Geld



aus dem Wirtschaftssystem.

- Wertschriften: Die Notenbank kauft Wertpapiere und zahlt mit eigenem Geld.
- Kredite an die Bank: Die NB leiht Geld an Banken aus (gegen Zins). Je höher der Zins, desto weniger Geld kommt über die Banken in Umlauf.
- Kredite an den Staat: Die NB leiht dem Staat Geld aus, welches somit in Umlauf gerät.

Geld kann in Umlauf gebracht werden, wenn die Notenbank etwas kauft (fremde Währungen, Wertschriften) oder Kredite gibt (an Banken oder an den Staat). Zurück gelangt das Geld durch Verkauf. Der Handel mit Wertschriften und fremden Währungen nennt man Offenmarktpolitik.

### 3.6.2 Inflation / Preissteigerung / Teuerung / Geldentwertung

Wenn alle Preise steigen, hat man eine Inflation. Das Geld verliert an Wert, Kaufkraft. Kaufkraft: Welche Güter und Dienstleistung hinter Geld steckt.

Aktien	Obligationen
Eigenkapital beschaffen (Der Aktionär ist am Unternehmen beteiligt) -> Beteiligungspapier	Fremdkapital beschaffen (Die Forderung wird nach einer bestimmten Zeit fällig) -> Forderungspapier
Herausgabe von Aktiengesellschaften	Herausgabe von Unternehmen, Städten, Gemeinden und Staaten
Stimmrecht	Kein Mitbestimmungsrecht
Will man das investierte Kapital zurück, so muss man die Aktie wieder verkaufen.	Spätestens am Ende der Laufzeit erhält man den investierten Betrag (Nominalwert) zurück.
Wenn vorhanden erhält man ende Jahr einen Anteil am Reingewinn (Dividende).	Man erhält einen festgelegten Zins.
Stark schwankende Aktienkurse, abhängig von der Wirtschaft und dem Geschäftsgang des Unternehmens.	Stabile Kursentwicklung, die grösstenteils vom allgemeinen Zinsniveau abhängig ist.
Grössere Gewinnchancen, aber auch grösseres Risiko.	Geringes Verlustrisiko, jedoch abhängig von Inflation und Wechselkursschwankungen.

Nominalwert = Nennwert = Aktueller Wert an der Börse; Der Kurs ist dabei ein Prozentsatz des Nominalwertes.

Emission: Ausgabe von Aktien oder Obligationen

Bond / Anleihe: Sind andere Beriffe für Obligationen (Zero-Bond: Obligationen ohne Zinssatz / Floater = Obligationen mit variablem Zinssatz).

Kassenobligation: Von Banken und der Post ausgegebene Obligationen.

### Einflussfaktoren auf Aktienkurse

- Qualität eines Unternehmens
- Gewinnaussichten
- Stimmung der Anleger
- Wirtschaftliches Umfeld
- Politik
- Kurse an anderen Börsen

### Aktien

Der Sparer kann Aktien eines Unternehmens kaufen und wird somit Miteigentümer.

Dividende: Der Zins, der ausbezahlt wird. Dieser ist Abhängig vom Gewinn des Unternehmens

Wie viel ein Unternehmen wert ist, sieht man am Gewinn, das es erzielt.

---

### NZZ

Fond	
Aktien	
Obligation	

<hier gehts weiter!>

### 3.7 Wirtschaftskreislauf

Einzelne Massnahmen machen oft Sinn, haben jedoch Auswirkungen auf das ganze System (z.B. Alles muss günstiger sein, aber trotzdem mehr Lohn...).

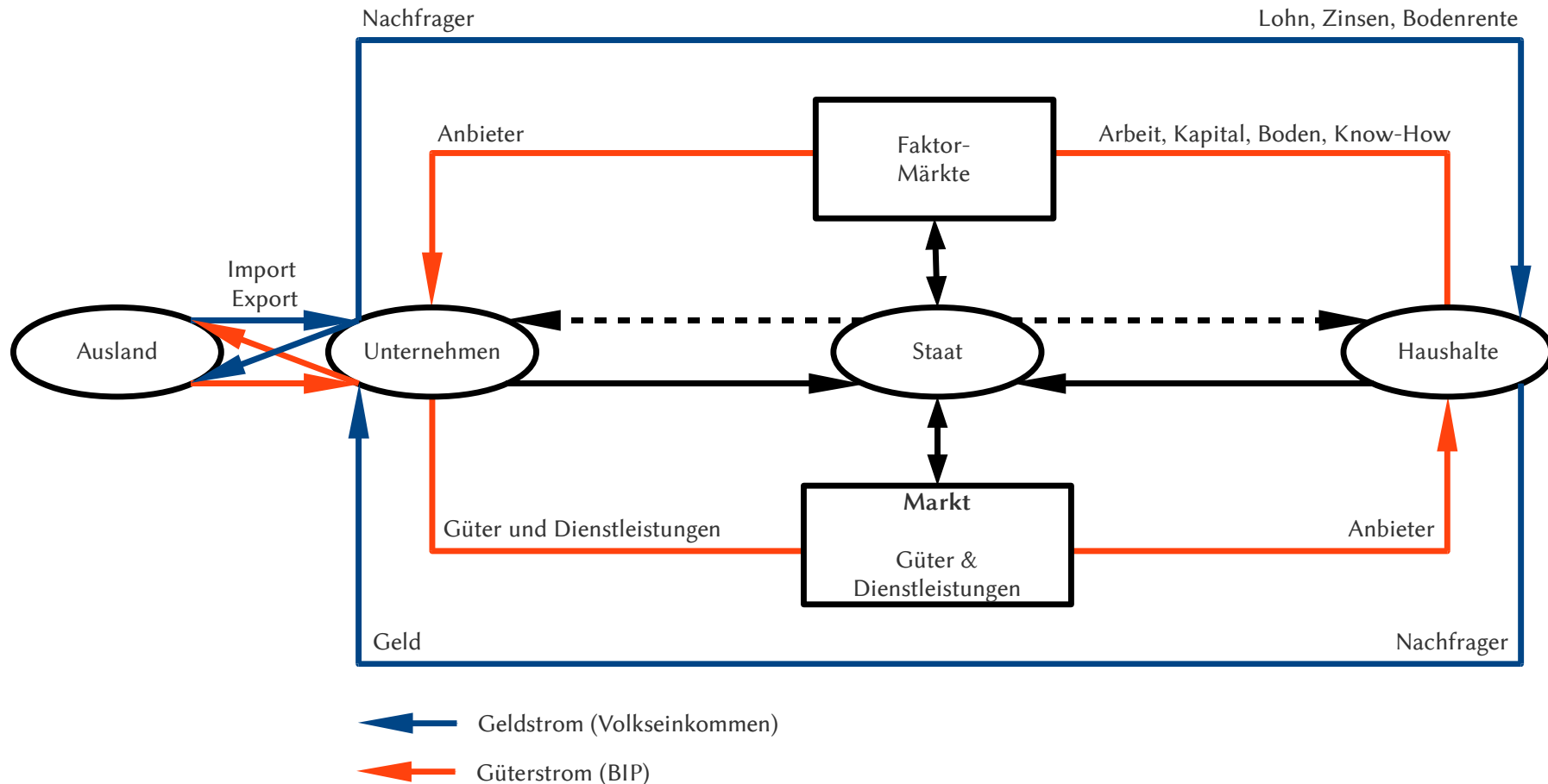


Abbildung 7: Wirtschaftskreislauf

## 4 Modul 5: Betriebswirtschaft

### 4.1 Unternehmensmodell

#### 4.1.1 Anspruchsgruppen (=Stakeholder)

##### Shareholder vs. Stakeholder

- Shareholdervalue  
Interesse der Aktionäre wird berücksichtigt: Steigerung des Börsenwertes). Wurde kritisiert, da sehr einseitig.
- Stakeholdervalue  
Interesse aller Anspruchsgruppen wird berücksichtigt. Geeignet für eine langfristige Existenzsicherung.

##### Die 8 Anspruchsgruppen

Ursprünglich waren es Eigen- und fremdkapitalgeber, Kunden und Mitarbeiter & Gewerkschaften.

Eigen- & Fremdkapitalgeber	Bekommen Zins; Sicherheit, Rendite, Vertrauen, Zins, Nachhaltigkeit, Gewinnanteile
Lieferanten	Zahlung, Regelmässige Bestellungen, Fairer Preis, guter Kontakt zur Firma, pünktliche Zahlung
Staat	Staat erlässt Gesetze, Steuern, greift wirtschaftspolitisch lenkend ein , bietet öffentliche Güter (Strassen, Krankenhäuser, Post, Schulen), Gesetze müssen befolgt werden und Steuern gezahlt werden, Lehrlingsplätze, Steuern, Arbeitsplätze, Ökologische Produktion
Nonprofit-Organisationen	Greenpeace, Konsumentenschutz, Landwirtschaftsschutz, Nachbarn, Parteien, Privatpersonen,
Kunden	Wichtigste Anspruchsgruppe! Produkte an Bedürfnisse angepasst, Faire Preise, Preis/Leistung, Sicherheit, Qualität, Funktionen, Lieferzeiten, Service, Kundenbetreuung, Identifikation des Kunden am Hersteller, Entsorgungsfrage, soziale Massnahmen, Umweltschutz
Medien	Prägt Meinung der Öffentlichkeit, Werbung, Transparenz
Mitarbeiter & Gewerkschaften	Guter Lohn, Sicherer Arbeitsplatz, Versicherungen, Arbeitszeiten, Ferien, Weiterbildung, Aufstiegsmöglichkeiten, Stimmung, Freude an der Arbeit, Selbstbestimmung, Gleitende Arbeitszeit, Sicherer Arbeitsplatz, ethische Gesichtspunkte, sozialer Wert, Umwelthaftung
Konkurrenten	Transparenz, Faire Zusammenarbeit, Faires Verhalten

Tabelle 3: Anspruchsgruppen

Erfolgreiche Unternehmensführung besteht vor allem darin, aus den Spannungen zwischen den Ansprüchen Energie zu produzieren.

Man soll offen sein und Veränderungen möglichst gut aufnehmen und verarbeiten, jedoch den Fokus aufs Unternehmen nicht verlieren.

### **Anforderungen**

1. Endgegengesetzte Anforderung
  1. Man kann es nicht allen recht machen = Konflikt
2. Gleichgerichtete Anforderung
  1. Für eine oder mehrere Anspruchsgruppen nützlich
3. Neutrale Anforderung
  1. Einzelne Ansprüche, die andere Anspruchsgruppen nicht beeinflussen

### **Konflikte zwischen den Shareholder (= Zielonflikt)**

Es lassen sich nicht immer alle Ziele verwirklichen. Es gibt einen Zielkonflikt.

1. Mitarbeiter will hohen Lohn <> Kapitalgeber hohen Gewinn
2. Lieferanten hohen Preis <> Kunden günstigen Preis
3. Umweltschützer <> Kunde will günstigen Preis (Umweltschutz = Mehraufwand), Kapitalgeber hohen Gewinn
4. /etc

### **4.1.2 Die 5 Umweltsphären (RÖSTÖ)**

Frühwarnsystem im Sinne eines Filters etablieren.

Sensoren, um Trends zu beurteilen und entsprechend zu reagieren. Welcher Trend wird sich durchsetzen und welcher nicht?

Rechtliche	Gesetze, Vorschriften, Verordnungen, Rahmenbedingungen, Steuergesetze entscheidend beim Standortwahl, Regelungen innerhalb von Unternehmen; immer mehr bedeutung, da immer mehr Gesetze und Vorschriften (z. B. Energieverbrauch, /etc)
Ökologische	Lebens- und Wirtschaftsgrundlage, Natur wird von der Wirtschaft verändert, Abfälle, Abwärme, Recycling, Mit Ressourcen achtsam umgehen, Emissionen und Abfälle reduzieren, sachgerecht Entsorgen, wiederverwenden, Staat erhebt Energiesteuer und Gesetze (verbot von bestimmten Stoffen), langfristige Wirkung, Folgekosten im Produkt einkalkulieren
Soziale	Auch Gesellschaftliche Sphäre; Menschen, Gruppen, Wünsche, Meinungen, Erwartungen, Einstellungen, Werte. <i>Politisches Umfeld:</i> Rahmenbedingungen der Gesetze halten <i>Kulturelles Umfeld:</i> Sitten, Traditionen, Wertvorstellungen, Bevölkerungswachstum, junge und alte Menschen, Frau / Mann, Bildungsstand, politische und militärische Lage eines Landes <i>Soziales Umfeld:</i> Einstelungen, Denkweisen, Essgewohnheiten, Freizeitinteressen, Fitnessbewusstsein, Selbstverwirklichunt, Teilzeitarbeit
Technologische	Heutige Technik, Innovationen?, Neuentwicklungen?, Erfindungen, Naturwissenschaftliche Erkenntnisse, Innovationsdruck, rationalisiert (Arbeitslodigkeit), Umweltbelastung steigt, Stress entsteht, Technik mit Verantwortung einsetzen
Ökonomische	Wirtschaftklichekti und Produktivität; Gesamtwirtschaftlich: eine Veränderung beeinflusst vieles; Veränderungsindikatoren: Zinssätze, Güternachfrage, Investitionsvolumen, Wechselkurse, Arbeitslosenrate, /etc; Unternehmen gestaltet Auftritt auf dem Markt, Märkte beobachten um Entscheidungen zu treffen (Preisentwicklung, neue Produkte, Marktanteil, Kunden und Konkurrenz); Konkurrenzkampf wird immer grösser und unüberschaubarer

Tabelle 4: Umweltsphären

## 4.2 Unternehmensführung

Zwei Aufgaben:

- Unternehmensziele definieren
- Koordination von Funktionsbereichen auf die Ziele

### 4.2.1 Unternehmenspolitik / Unternehmensstrategie

Unternehmenspolitik soll

- Grundsätzliche Marschrichtung bestimmen
- Ziele und Absichten des managements festlegen.

Ablauf:

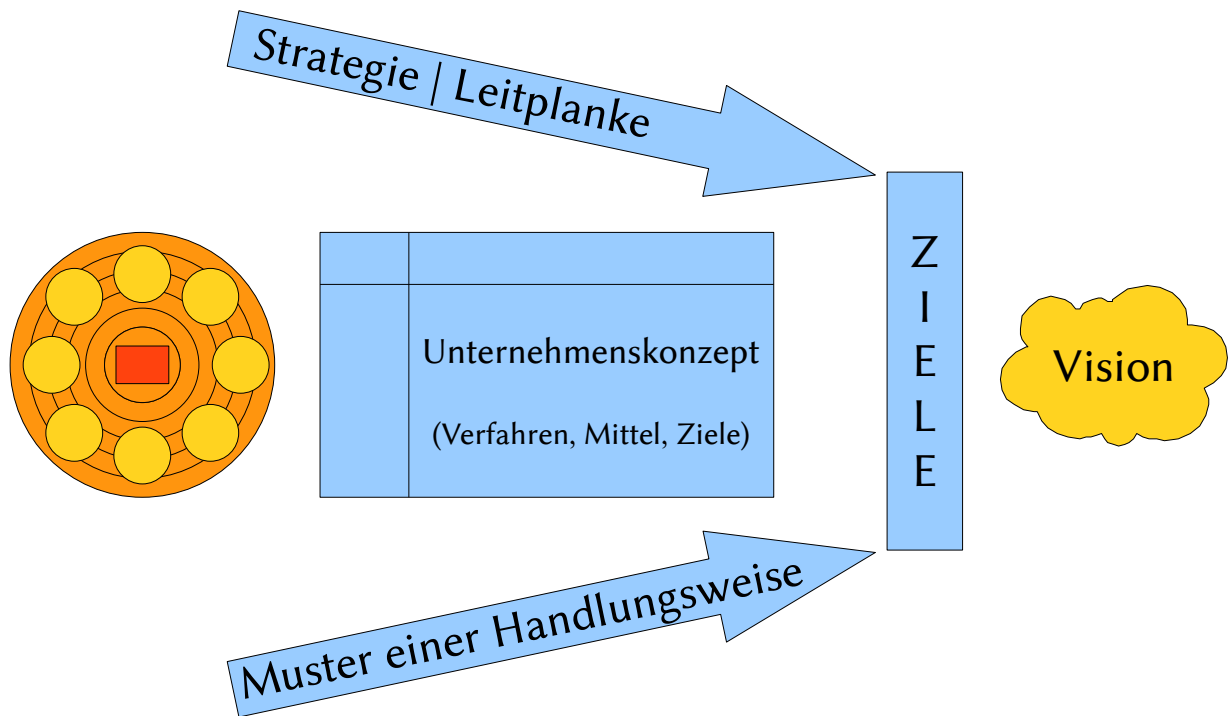
1. Analyse von Stärken und Schwächen eines Unternehmens

1. Unternehmensstruktur
2. Unternehmen
3. Umfeld
2. Visionen und Lösungsverhalten
3. Entscheidung für die beste Alternative
4. Ausformulieren der Unternehmenspolitik und des Leitbildes

Die Unternehmenspolitik soll konkretisiert werden. Welche Mittel und Massnahmen sind erforderlich?

Eine Unternehmensstrategie ist ein Muster einer Handlungsweise, Leitpläne, marschrichtung für etwa 5 Jahre mit Absichten, Schwerpunkte und Prioritäten.

Papiere nützen nur, wenn der Inhalt auch verwirklicht wird bzw. wenn man eine ISO-Zertifizierung erlangen will ^^.



<p>Vision</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tragende Unternehmensidee</li> <li>• Das künftige Handeln der Unternehmung soll sich daran richten</li> <li>• Langfristige gültige Ziele</li> <li>• Nur nach innen an die Führungskräfte</li> <li>• Prägnant</li> <li>• Nicht zwingend schriftlich</li> <li>• Wirtschaftliche und Nicht-Wirtschaftliche Ziele</li> </ul>
---------------	---

<p>Grundstrategie (vertraulich)</p> <p>Synonym: Unternehmensstrategie</p> <p>Synonym: Unternehmenspolitik</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertraulich, weil es Geheimnisse des Erfolgs von einem Unternehmen beinhalten kann, und somit die Konkurrenz Strategien entwickeln könnte.</li> <li>• Marschrichtung</li> <li>• Konkretisierung der Vision in verbindlichen, vertraulichen Leitlinien</li> <li>• Für die nächsten Jahre</li> <li>• Absichten, Schwerpunkte und Prioritäten</li> <li>• Bedürfnisse, Anforderungen (Qualität, Preis, Aussehen), Wachstum des Unternehmens, Marktstellung, Innovation, Gewinn (wie erzielen und wie verwenden), Finanzierung, Mitarbeiter, Marktpartnern, Anliegen, Umweltschutz</li> </ul>
<p>Leitbild (öffentlich)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurzfassung der Grundstrategie (kurz und prägnant)</li> <li>• Für die Öffentlichkeit bestimmt; ohne Detailinformationen wegen der Konkurrenz</li> <li>• Allgemeines Erscheinungsbild des Unternehmens</li> <li>• Beschreibung des Unternehmung, Zielsetzungen und Grundsätze</li> <li>• Detaillierter als die Vision</li> <li>• Beginnt oft mit der Vision</li> </ul>

#### 4.2.2 Unternehmenskonzept (=Business-Plan)

Das Unternehmenskonzept ist ein Umsetzungstool (Ziele, Mittel, Verfahren)

- Strategie entwickeln
- Weg zum Ziel
- Konkretisierung der Vision
- Detaillierte Anweisung



	Leistungsbereich	Finanzbereich	Sozialbereich	Ökologischer Bereich
Ziele WAS soll erreicht werden?	Markt: Bedürfnisse, Märkte, Umsatz Produkte: Qualität, Menge, Sortiment	Liquidität erhöhen, Aktionärsnutzen, Eigenkapital erhöhen, Rendite vergrössern, Gewinnziele, Rentabilität Verhältnis Fremd- und Eigenkapital	Fluktuationsrate <sup>2</sup> Zufriedenheit, Sicherheit, Gleichberechtigung Kommunikation	CO2-Bilanz, Energieeffizienz, ÖV-Rente, Reduktion externe Effekte
Mittel WAS wird benötigt?	Mitarbeiter: Wie viele, Qualifikation Ressourcen: Gebäude, Fahrzeuge, Maschinen, Werkstoffe, Marketinginstrumente	Wie viel Kapital Mehr Eigen- oder Fremdkapital	Einrichtungen (Mensa, Pausenraum) Entschädigungen, Sozialabgaben	Mittel für Umweltgerechte Entsorgung
Verfahren WIE Mittel einsetzen?	Mitarbeiter: Ausbildung Ressourcen: Wie beschaffen Produktion: Eigenproduktion Marketing: SEP, Mix	Liquiditätsplanung, Reserven Kapitalbeschaffung: Börse, Kredite Zahlung: Post/Bankkonto Versicherungen	Events, Konfliktlösungen, Weiterbildungskurse, Sicherheitsablaufplan, Kündigungsfrist	Knowhow, Vernetzung/Eigenkämpfe

Tabelle 5: Business-Plan

### 4.2.3 Unternehmenskultur

- Äusserungen und Verhaltensweisen des Unternehmens.
- Geist im internen Umgang miteinander und im Kontakt nach aussen.
- Einstellung der Mitarbeiter
- Kommunikation untereinander (locker, unkonventionell, formell, steif, distanziert, ...)
- Gebräuche, Symbole, Rituale, Kleidung, Gebäudearchitektur, Art von Sitzungen
- Verhaltensmuster, Traditionen, Gewohnheiten
- Normen, Denkweisen, Zusammenleben im Unternehmen
- Google FTW?

## 4.3 Organisation

- Organisieren heisst Regeln entwickeln (nicht zu viel, nicht zu wenig)
- Generelle Regelungen fördern die Stabilität einer Organisation, können jedoch auch die Kreativität behindern bzw. zur Erstarrung bzw. Unflexibilität führen.
- Ein Unternehmen muss eine Organisation haben um effizient zu arbeiten.
- Es wird eine Struktur festgelegt und den Fluss von Tätigkeiten und Abläufen zu lenken.
- Aufgaben werden in Teilaufgaben unterteilt und koordiniert.
- Informationswege und Entscheidungsprozesse sind zu regeln

<sup>2</sup>  $\text{Anz\_Stellenwechsel} / \text{Anz\_Beschäftigte} = \text{Fluktuationsrate in \%}$

- Zuständigkeiten, Verantwortung und Macht sind zu verteilen.

### 4.3.1 Organisationstypen

Aufbauorganisation	Ablauforganisation
Organisationsstruktur Verteilen von Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung. Stellen zu grösseren Einheiten zusammenfassen Durch ein Organigramm darstellbar.	Dynamischer Aspekt Wann / in welcher Reihenfolge werden Tätigkeit von welcher Stelle ausgeführt?

Tabelle 6: Organisationstypen

### 4.3.2 Aufbauorganisation

#### Stellen

- Grundelement der Aufbauorganisation
- Zuständig für die Erledigung bestimmter Teilaufgaben
- Dauerhafte Zusammenfassung von Aufgaben durch eine Person
- Es gibt leitende, beratende und ausführende Stellen
  - Leitende Stellen (Instanzen): Kompetenz und Verantwortung, Rechte und Pflichten; Planen, Entscheiden, Anordnen, Kontrollieren
  - Beratende Stellen (Stabstelle): Hilfsorgane zur Entlastung der Instanzen; Beraten Entscheidungsgrundlagen und übernehmen Sonderaufgaben
  - Ausführende Stellen: Erfüllen Aufträge der Instanzen

#### Organisationsstruktur

- Wichtig ist das Zusammenwirken der Stellen
- Zusammenlegen zu Einheiten (Abteilungen)
- Abteilungen sind nach Funktion, Produkte, Abnehmergruppe oder nach regionalen Gesichtspunkten gegliedert
- Dezentrale Aufgabenerledigung: Unterschiedliche Aufgaben, Gefahr von Doppelsuprigkeit und mangelnder Übersicht
- Zentrale Aufgabenzusammenfassung: Schwerfälliger, formelle Regeln, effizient, leichter steuern

#### Formen der Aufbauorganisation

- Gliederungsform: Einlinig / Mehrlinig
- Gliederungsart: Funktionen, Aufgaben, Produkte, Sparte, Märkte

- Grafische Darstellung im Organigramm

Einlinienorganisation	<p>Straffste Form</p> <p>Aufträge konsequent von oben nach unten erteilt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Klarheit des Dienstwegs</li> <li>+ klare Kompetenzen und Verantwortlichkeiten</li> <li>- Überlastung der oberen Instanzen</li> <li>- Lange Dienstwege</li> <li>- Schwerfällig</li> </ul> <p>Für kleine Unternehmen geeignet</p>
Stab-Linien-Organisation	<p>Instanzen werden durch Stäbe unterstützt (Beratung mit Detailwissen)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Klarer Dienstweg</li> <li>+ Entlastung der Linie</li> <li>+ Mehr Effizient als bei der Einlinienorganisation</li> <li>- Macht der Stäbe durch ihren Informationsvorsprung</li> <li>- Konflikte zwischen Stab und Linie</li> <li>- Viel Planung und wenig Entscheidung</li> <li>- Manipulation der Entscheide durch die Stäbe</li> <li>- Kein Praxisbezug der Stäbe</li> </ul>
Mehrlinienorganisation	<p>Mehrere Linien zu den Untergeordneten Stellen</p> <p>Mehrere Vorgesetzte können Weisungen erteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Spezialisierung im Unternehmen wird möglich</li> <li>+ Wege sind direkt und schnell</li> <li>- Stellen sind mehreren Vorgesetzten unterstellt (Koordinationsprobleme, Konflikte)</li> <li>- Entscheidungsprozesse sind schwieriger</li> </ul>
Funktionale Organisation	<p>Am stärksten Verbreitet</p> <p>Im Liniensystem organisiert</p> <p>Abteilungen sind nach Funktionsbereichen gegliedert (Technik, Kaufmann) und Absatzbereiche (Einkauf, Verkauf, Lager, Fertigung)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Sachverstand und Fachwissen</li> <li>- Komplex bei mehreren Produktelinien</li> <li>- Grenzen werden spürbar bei bereichsübergreifender Arbeit</li> </ul>
Divisionale <sup>3</sup> oder Spartenorganisation	<p>Organisation nach Produktegruppe</p> <p>Jede Geschäftseinheit bekommt eine verantwortliche Leitung</p> <p>Alle primär für die Leistungserstellung notwendigen Funktionen werden den einzelnen Sparten zugeordnet.</p> <p>Sekundäre Funktionen werden Zentralabteilungen zugeordnet.</p>
Spartenorganisation	<p>Einzelne Abteilungen sind für ihren Gewinn verantwortlich</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Grosse Unternehmen kann man in Teilsysteme aufspalten</li> <li>+ Grosses Verantwortungsgefühl des Spartenleiters für seine Sparte</li> <li>+ Hohe Effizienz und Flexibilität</li> <li>+ Kürzere Kommunikationswege und Fronthöhe</li> <li>- Abgrenzungsprobleme</li> <li>- Doppelspurigkeit</li> </ul>

<sup>3</sup> Diversifiziert: verschiedene Produkte und Geschäftszweige

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rivalität (statt Kooperation)</li> <li>- Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern</li> </ul>
Matrixorganisation	<p>Mitarbeiter erhalten von mehreren Vorgesetzten Weisungen                  Sparten: Babynahrung, Tafelgetränk, Pharmaprodukte                  Funktionen: Forschung, Beschaffung, Produktion, Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Hohe Nutzung von Spezialwissen</li> <li>+ Schnelle Reaktionsmöglichkeiten</li> <li>+ Bereichsübergreifende Entscheide</li> <li>- Abgrenzung von Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung</li> <li>- Machtkämpfe</li> <li>- Hohe Anforderung and eie Kooperationsfähigkeit der Mitarbeitenden</li> </ul>
Projekt- oder Team-organisation	<p>Nur vorübergehend                  Mitarbeitede werden aus der üblichen Organisationsstruktur herausgelöst und einem Projektleiter unterstellt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Zusammenführung von unterschiedlichem Wissen</li> <li>+ Kurze Kommunikationswege</li> <li>+ Hohe Kreativität</li> <li>+ Flexibilität</li> <li>- Zeitaufwand ist grösser</li> <li>- Gefahr von zu vielen Kompromissen bei falscher Zusammenarbeit</li> </ul>

### 4.3.3 Gliederung

Nach dem Motto: So flach wie möglich, so tief wie nötig!

Breitengliederung	Tiefengliederung
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Straffe, einheitliche Führung</li> <li>+ Kurzer Informationsweg</li> <li>+ Wenig Snafu!</li> <li>+ Wenig Informationsverlust</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Aufstiegschancen</li> <li>+ Nur ein Verantwortlicher</li> <li>+ Mehr Zeit für die Mitarbeiter</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Überlastungspotential der Vorgesetzten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unübersichtlichkeit</li> <li>- Aufblähung des Verwaltungsapparates</li> <li>- Lange Informations- und Anordnungswege</li> <li>- Viel Snafu!</li> </ul>

### 4.3.4 Ablauforganisation

- Wie werden die Teilaufgaben im Detail verrichtet.
- Prozesse werden festgelegt und standardisiert.
- Arbeitsanalyse und Arbeitssynthese
- Entscheidung zwischen (Kompromiss)
  - Objektbezogenes Ziel: Minimierung der Durchlaufzeiten
  - Stellenbezogenes Ziel: Maximierung der Kapazitätsauslastung.

### 4.3.5 Stellenbeschreibung

- Für den Mitarbeiter: Was hat er zu tun? Was wird von Ihm verlangt? Kompetenzen, Leistung
- Für den Vorgesetzten: Führungshilfe, Entlastung, Mitarbeitergespräch, Für Inserate
- Für das Unternehmen: Wer für welche Aufgaben zuständig, verantwortlich ist.

Personenbezogene Grössen:

- Beschreibung der Stelle
- Aufgaben
- Verantwortung
- Kompetenzen
- Hierarchische Stellung
- Stellvertretung

### 4.3.6 Anforderungsprofil

Anforderungen an eine Stelle. Objekteve, sachliche Grössen.

- **Fachkompetenz:** Fähigkeiten und Kenntnisse
- **Methodenkompetenz:** Arbeitsweise (Denkprozesse, Informationsverarbeitung, Arbeitsgestaltung)
- **Sozialkompetenz:** Umgang mit Menschen
- **Ich-Kometenz:** Wie man mit sich selbst umgeht

## 4.4 Rechtsformen

Kriterien	Einzelunternehmung	Einfache Gesellschaft	Verein
Handelsregister	Wenn Umsatz >= 100'000	Kein Eintrag	Kein Eintrag. Nur wenn wirtschaftlicher Zweck oder Umsatz >= 100'000
Inhaber	1 Inhaber	Mind. 2 Personen	2 Natürliche oder Juristische Personen
Haftung / Kapitalbedarf	Inhaber haftet mit Privatvermögen	Subsidiäre <sup>4</sup> , solidarische Haftung <sup>5</sup> mit Privatvermögen, kein Gesell. Kapital nötig	Haftung nur mit Vereinsvermögen; Mitgliederbeitrag in Statuten empfehlenswert
Gewinnverteilung	Alles dem Inhaber	Gewinn wird dispositiv nach Köpfen verteilt	Gewinn geht ins Vereinsvermögen

<sup>4</sup> Subsidiär: Sekundär

<sup>5</sup> Solidarische Haftung: Jeder Haftet

Geschäftsführung	Inhaber oder Bevollmächtigter	Jeder alleine	Vorstand einzeln oder nach Statute.
Kategorisierung	Einzelunternehmung Keine juristische Person.	Grundform der Rechtsformen Keine juristische Person.	Verein. Nicht für wirtschaftliches gedacht, jedoch möglich. Ist eine juristische Person.
Eignung	Egozenter	Kurze Zeit, schnell dynamisch, Projekte	Kulturelle und soziale Zwecke
Gefahr	Haftung	Haftung	Machtverlust durch „Audabeis“

## 5 Marketing

Marketingstrategie wird in der Unternehmensstrategie untergeordnet. Zum Teil sind es ähnliche Ziele.

Kern:

- Bedürfnisse der Kunden
- Eigene Stärken
- Leistungen der Konkurrenz

## 6 Recht

### 6.1 Vom Aufbau unserer Rechtsordnung

#### 6.1.1 Was ist Recht?

- Dient zum lösen von Konflikten
- Besteht aus Regeln
- Definitionen
  - Alle gerechten Vorschriften, die das menschliche Verhalten regeln und von den Zuständigen staatlichen Organen im richtigen Verfahren geschaffen worden sind.
  - Durch den Staat geschaffene und erzwingbare Ordnung zum Schutz der menschlichen Lebensinteressen und Lebensgüter
- Objektives / Subjektives Recht
  - Objektives Recht: Alle Artikel, einzelne Regeln
  - Subjektives Recht: Persönliche Berechtigung auf etwas „Ich habe Recht auf das Auto...“
- Gesetz
  - Schafft Rechte
  - Pflichten
  - Setzt Schranken
  - Fordert Einsatz und Verzicht
- Anspruchsgrundlagen für unser Verhalten
  - Sitte / Bräuche
    - Anstandsregeln, Bräuche, Äusseres Verhalten
    - Nicht erzwingbar, nicht schriftlich
  - Moral / Ethik
    - Innere Einstellung
    - Nicht erzwingbar, nicht schriftlich
  - Recht
    - Eigenschaften, Permanente Entwicklung
    - Durch den Staat erzwingbar, schriftlich



## 6.1.2 Aufbau unserer Rechtsordnung

### Verfassung / Gesetz / Verordnung / Reglement

Das stärkere übersteuert das schwächere (1. Verfassung ...)

1. Verfassung
  1. Rechtsgrundsätze
    1. Zustimmung von Volk und Ständen
    2. Obligatorisches Referendum: Das Volk muss bei jeder Änderung darüber abstimmen (Volksmehr + Ständemehr)
    3. Änderbar per Volksinitiative (100k Unterschriften in 18 Monaten)
2. Gesetz
  1. Nähere Ausführung der Verfassung
    1. Muss sich auf der Verfassung abstützen
    2. Zustimmung von National- und Ständerat
  2. Fakultatives Referendum: 50k Unterschriften in 100 Tagen (Volksmehr)
  3. Verschiedene Gesetze
    1. Zivilgesetzbuch (ZGB)
    2. Obligationenrecht (OR)
    3. Strafgesetzbuch (StGB)
    4. /etc...
3. Verordnung
  1. Nähere Ausführungen der Gesetze
    1. Müssen sich auf die Gesetze stützen
    2. Werden von der Regierung (Gesamtbundesrat) entlassen
  2. Reglement
    1. Müssen sich auf Verordnungen stützen
    2. Einzelbestimmungen (Durch Departemente erlassen; einzelnes Mitglied des Bundesrates)

## 6.1.3 Rechtsquelle

1. Geschriebenes Recht
  1. Verfassung, Gesetze, Verordnungen
2. Gewohnheitsrecht
  1. Usanz
  2. „Geltet seit Jahren“

3. Gerichtsentscheide
  1. BGE: Bundesgerichtsentscheide
  2. Präjudiz = Vorentscheid
  3. Alle Präjudizen sind in Büchern gesammelt = Judikatur
4. Gerichtliches Ermessen
  1. ZGB Art. 1 + 4
  2. Der Richter entscheidet (oder Richterin Barbara Salesch / Richter Alexander Hold ^^)
    1. Es muss fair sein.
    2. Der Richter muss ein gutes Gewissen dabei haben.

## 6.1.4 Privates- und Öffentliches Recht

### Privates Recht

- Privates Recht = ZGB + OR
- Verhalten unter Privatpersonen
- Das Private Recht wird nur angewendet, wenn es ein Bürger verlangt!!!
- Das Private Recht ist dispositiv (Gilt, falls nichts anderes abgemacht)!!!

### Rechtsgrundsätze

- Treu und Glauben
  - Fair, anständig, den anderen nicht über den Tisch ziehen
- Beweisregel
  - Wer behauptet, muss beweisen
- Anwendung des Rechts
  - Was darf der Richter alles zu Rate ziehen?
    - Gesetz, Gewohnheitsrecht (Sitte), Richterrecht (Moral), alle bisherigen Gerichtsurteile
- Guter Glaube
  - Rechtskenntnis schützt vor Strafe nicht
  - Gutgläubig bedeutet sorgfältig
  - Bösgläubig bedeutet unsorgfältig

### Öffentliches Recht

- Wenn der Staat in seiner Hoheitsform handelt, ist es das öffentliche Recht. Sonst nicht! (Wenn ein Bundesrat bekifft Auto fährt, gilt privates Recht!)
- Das Öffentliche Recht wird immer angewendet!!!

- Das Öffentliche Recht ist ZWINGEND!!!

#### Rechtsgrundsätze im öffentlichen Recht

- Rechtsgleichheit
- Gesetzmässigkeit (Legalitätsprinzip)
- Verhältnismässigkeit

#### Bereiche vom öffentlichen Recht

- Verfassungsrecht
  - Grundlegende Werte: Aufbau der Schweiz, Machtverteilung, Behörden, Grundrechte
- Verwaltungsrecht
  - Eidgenössische- und Kantonales Verwaltungsrecht
    - Baurecht, Steuerrecht, Strassenverkehrsrecht
- Strafrecht
  - Strafgesetzbuch (StGB/Verbotbuch; Töten, Diebstahl)
- Verfahrensrecht
  - In welchem Verfahren die Gesetze angewandt werden

### 6.1.5 Dispositives und zwingendes Recht

- Dispositives Recht / ergänzendes Recht / nachgiebiges Recht
  - Geschäftspartner dürfen das Gesetz abändern
- Zwingendes Recht
  - Darf nicht abgeändert werden

### 6.1.6 Richtig Zitieren

- Ausführlich
  - Art. 271A Abs. 1 lit. E Ziff 1 OR
- Abgekürzt
  - OR 271a I lit. e Ziff. 1

### 6.1.7 Zivilgesetzbuch und Obligationenrecht (ZGB / OR)

#### ZGB

Einleitungsartikel	1. Teil	2. Teil	3. Teil	4. Teil	5. Teil (OR)
	Personenrecht	Familienrecht	Erbrecht	Sachenrecht	Obligationenrecht
Rechtsgrundsätze	Recht des Seins	Recht des	Recht des	Recht des Habens	Recht des Müssens

		Zusammenseins	Nichtmehrseins		
Art. 1 bis Art. 10 ZGB	Art 11 bis Art 89 ZGB	Art 90 bis Art 456 ZGB	Art 457 bis Art 640 ZGB	Art 641 bis Art 977 ZGB	Art 1 bis Art 1186 OR

OR

&lt;td ...&gt;

## 6.2 Das Verfahrensrecht

### 6.2.1 Zivilprozess / Strafprozess / Verwaltungsprozess

Was	Zivilprozess	Strafprozess	Verwaltungsprozess
Wer	Zwei Bürger streiten	Staat klagt Bürger an	Bürger beschwert sich beim Staat
Beweislast	Kläger	Staatsanwalt	Staatliche Stelle
Warum	Streit / Forderung	Gesetzesverstoss	Verstoss gegen ein Gesetz / Gesuch um eine Bewilligung
Parteien	Kläger / Beklagter	Ankläger / Angeklagter	Beschwerdeführer / Beschwerdegegner
Gerichtsort	Wohnort des Beklagten	Tatort	Ort der zuständigen Behörde
Verlauf	Klageschrift, Gerichtsverhandlung, Urteil	Untersuchung, Gerichtsverhandlung, Urteil	Gesuch: Gesuch, Abklärung, Entscheid / Gesetzesverstoss: Abklärung, Stellungnahme, Entscheid
Entscheidung	Wer ist im Unrecht?	Schuldig (Welche Strafe?)/ Unschuldig	Wurden die Gesetze beachtet?

### 6.2.2 Vorgehensweise bei Rechtsfällen

1. Sachverhalt: Was ist passiert? Wer fordert was, warum?
2. Rechtssatz, bestehend aus
  1. Bedingungsteil/Tatbestand (Gibt es gesetzliche Regelungen für diesen Sachverhalt?)
  2. Konsequenz/Folgerung (Welche gesetzliche Folge ist vorgesehen?)
3. Falls 1 = 2.2, dann 2.2
  1. Oder: Falls der Sachverhalt im Tatbestand entspricht, gibt es eine Konsequenz

### 6.2.3 Rechtsmittelbelehrung

- In welcher Frist kann der Entscheid angefochten werden.
- Von einer höheren Instanz begutachten zu lassen
- Appellation = Berufung (befristet): Nächste höhere Instanz, die den Fall komplett neu beurteilt.
- Kassation = Nichtigkeitsbeschwerde (befristet): Angeblich wurden Fehler bei der Anwendung

der Gesetze gemacht. Das Gerichtsurteil soll aufgehoben werden. Falls die Beschwerde geschützt wird, wird es wieder ans vorherige Gericht zurückgegeben.

- Revision (unbefristet): Aufgrund unbekannter Beweise wird ein bereits abgeschlossenes Verfahren wieder aufgerollt.

#### 6.2.4 Gerichte

- Zuerst geht man zum Friedensrichter
- Dann zum Amtsgericht
- Dann zum Kantonsgericht/Obergericht
- Und dann zum Bundesgericht/Oberstes Gericht

Laut der Kirche käme danach das Jüngste Gericht. Bei Diskordianern ist das jedoch nicht der Fall!

## 7 Obligationen

### 7.1 Allgemeines über Obligationen

Im OR (Obligationenrecht) geht es um Obligationen. Logisch!?! IPsec ist ja auch ein VPN! ;-)

#### 7.1.1 Was ist eine Obligation?

- Obligation vom lat. „obligatio“: Verpflichtung
- Eine Person wird verpflichtet, einer anderen Person eine Leistung zu erbringen.
  - Zwei Personen: Gläubiger und Schuldner
    - Gläubiger: Hat Recht auf eine Leistung (Forderung)
    - Schuldner: Hat Pflicht auf eine Leistung zu erbringen (Schuld)

#### 7.1.2 Entstehungsgründe für Obligationen

Drei Gründe:

1. Vertrag
2. Unerlaubte Handlung
3. Ungerechtfertigte Bereicherung

##### Vertrag (OR 1 bis 40)

- Versprechen von Leistungen zweier Vertragspartner
- Meistens mit Leistung und eine Gegenleistung

##### Unerlaubte Handlung (OR 41 bis 61)

- Schädiger fügt Geschädigtem widerrechtlich Schaden zu
- Obligation auf Schadenersatz
- OR 41: Widerrechtlich Schaden zufügen; mit Absicht oder aus Fahrlässigkeit
- Voraussetzungen
  - Finanzieller Schaden
  - Widerrechtliche Handlung
  - Verschulden (Absichtlich oder Fahrlässig; Urteilsfähig)
  - Kausalzusammenhang: Verhältnis von Ursache und Wirkung

### Ungerechtfertigte Bereicherung (OR 62 bis 67)

- Person bereichert sich grundlos aus dem Vermögen einer anderen Person

## 7.2 Vertrag

- Ja. Es ist so. Wirklich. Jedes mal in der Migros an der Kasse schliesst Du ein Vertrag ab. Ja-wohl! (Ich wurde von der Migros nicht bezahlt für diese Aussage!)
- Ist der Vertrag nichtig, so ist er nicht gültig und nicht entstanden!
  - Ein Richter kann einen Vertrag als teilnichtig entscheiden (was diese nicht alles können...)
- Ein Vertrag besteht aus Obligationen.

### 7.2.1 Antrag stellen

- Antrag
  - Unverbindlich (Art. 7 Abs. 1 OR) [Preis in einem Inserat/Prospekt/Katalog]
  - Verbindlich [Preis in einem Schaufenster]
    - Befristet (Art 3 OR)
    - Unbefristet
      - Unter Anwesenheit (Art. 4 OR)
      - Unter Abwesenheit (Art. 5 OR)

### 7.2.2 Voraussetzungen für ein Vertrag

Falls einer der folgenden Punkte nicht erfüllt, ist der Vertrag nichtig!

1. Einigung über den Inhalt
2. Vertragsfähigkeit der Personen
3. Richtige Form des Vertrages
4. Zulässiger Inhalt
5. (Keine Willensmängel vorliegen) /\* Je nach Lehrer ... ;-( \*/

### 7.2.3 Einigung über den Inhalt

- Beide Vertragspartner äussern den Willen, miteinander einen Vertrag mit einem bestimmten Inhalt einzugehen
- Beide müssen einverstanden sein.
- Willensäusserung besteht aus
  - Antrag / Offerte
  - Annahme

- Offerte wird entweder angenommen oder abgelehnt. Es kann auch eine Gegenofferte gemacht werden.
- Gültigkeit der Offerte
  - Evtl. Gültigkeitsdauer angegeben, sonst:
  - OR 4: Direkte (mündliche) Kommunikation: muss sofort im Gespräch angenommen werden
  - OR 5: Schriftliche Kommunikation: Fünf Tage (Brief); Einen bis Zwei Tage (Mail, Fax)
- Inhalt der Offerte
  - Kaufpreis, Kaufgegenstand oder Mietobjekt, Mietzins oder Arbeitsleistung, Lohn
  - Nebenpunkte (Lieferfristen, Garantieleistungen, ...); Auch AGB genannt
- Wiederrufe sind gültig, wenn diese gleichzeitig oder vor der Offerte bzw. Der Annahme beim Adressaten eintreffen!!! (Offerte per B-Post schicken, mit A-Post zurückziehen)

#### 7.2.4 Vertragsfähigkeit der Personen

- Eine Person muss urteilsfähig und mündig sein um einen Vertrag abzuschliessen
- Bei Unmündigkeit/Entmündigung muss der gesetzliche Vertreter zustimmen

##### Eine Person ist

1. Handlungsfähig (ZGB 12 ff)
  1. Urteilsfähig und mündig
2. Handlungsunfähig (ZGB 17 f)
  1. Urteilsunfähig; egal ob mündig
  2. oder unmündig
3. Beschränkt handlungsunfähig (ZGB 19 I/II)
  1. Urteilsfähig aber unmündig oder entmündigt

##### Begriffe

- Urteilsfähig (ZGB 16)
  - Person kann Bedeutung und Konsequenz einer bestimmten Handlung erkennen
  - Situationsbedingt (6 Jähriger kann Kaugummi kaufen; jedoch kein Haus)
    - Kann je nach Vertrag anders sein
- Urteilsunfähig
  - Erforderliche Vernunft fehlt
- Mündig
  - Ab 18 Jahre



- Unmündig
  - Noch nicht 18 Jahre alt
- Entmündigt
  - Entzug der Handlungsfähigkeit durch eine Vormundschaft

### 7.2.5 Richtige Form des Vertrages

- Formfreiheit: Verträge müssen nur dann schriftlich sein, wenn es das Gesetz verlangt
- Mündlich, schriftlich oder stillschweigend
- Bei nicht einhalten der Formvorschrift ist der Vertrag nicht gültig.

#### Ausnahme: Formvorschrift

- Einfache Schriftlichkeit
  - Schriftlich abgefasst und von allen Partnern eigenhändig unterschrieben
  - Es geht auch mittels digitalem Zertifikat eines anerkannten Zertifizierungsdienstes
  - Z. B. Konkurrenzverbot im Arbeitsvertrag; Schenkungsverprechen
- Qualifizierte Schriftlichkeit
  - Schriftlich, eigenhändig unterschrieben
  - Zusätzlich: Vertrag muss bestimmte Vertragspunkte enthalten (oder ein Teil muss von Hand geschrieben sein)
  - Z. B.: Leihvertrag, Bürgschaftsvertrag (Bürgschaft < CHF 2000)
- Öffentliche Beurkundung
  - Schriftlich abgefasst, eigenhändig unterschrieben
  - Zusätzlich: Urkundsperson (Notar) muss mitwirken und den Vertrag mitunterschreiben
  - Z. B.: Grundstückkauf, Bürgschaft (Bürgschaft > CHF 2000)
- Eintrag in ein öffentliches Register
- Beglaubigung

### 7.2.6 Zulässiger Inhalt

- Grundsätzlich gilt die Vertragsfreiheit: Man kann einen Vertrag mit beliebigem Inhalt abschliessen
- Der Vertrag muss jedoch möglich sein, keine widerrechtliche Inhalte aufweisen oder gegen die guten Sitten verstossen
  - Unmöglicher Inhalt: Das verkaufte Einhorn darf beim Unterschreiben des Vertrages nicht tot sein!

- Widerrechtlichen Inhalt: Verstösst gegen öffentliches Recht!
  - Dispositives Recht kann in einem Vertrag abgeändert werden. Zwingendes nicht!
- Unsittlich: Schmiergelder
- Ist der Inhalt nicht zulässig, ist der Vertrag nichtig!

## 7.3 Auflösung eines Vertrages

1. Kündigung des Vertrags
2. Aufhebungsvertrag
3. Rücktrittsrecht
4. Anfechtung
  1. Irrtum
  2. Täuschung
  3. Furcht
  4. Übervorteilung

### 7.3.1 Kündigung des Vertrags

- Manche Verträge dauern auf unbegrenzte Zeit
- Diese „ewigen Verträge“ kann man durch Kündigung auflösen
- Kündigen kann man nur Dauerschuldverträge (Mietverträge, Arbeitsverträge, ...)
  - Andere Verträge wie Kaufvertrag kann man nicht kündigen!

### 7.3.2 Aufhebungsvertrag

- Zustimmung beider Vertragsparteien
- Die Vertragsparteien sind an keine Form gebunden

### 7.3.3 Rücktrittrecht

- Bei wichtigen Verträgen vereinbaren die Vertragspartner manchmal ein Rücktrittrecht
- Während einer Frist kann jede der Vertragsparteien vom Vertrag zurücktreten
  - Hierfür braucht es die Zustimmung der anderen Vertragspartei nicht.
- Manchmal wird dabei eine Entschädigung vereinbart
- Beispiel: Annulationsgebühr bei einem Reisevertrag (Über die AGB geregelt)
- Beispiel: Abzahlgebühr (auf Raten zahlen): erst nach 7 Tagen gültig

### 7.3.4 Anfechtung

- Unter Umständen kann man einen gültig abgeschlossenen Vertrag anfechten
- Damit wird er gegen den Willen des Vertragspartners aufgelöst

#### Irrtum (OR 23 – OR 27)

- „Das wollte ich gar nicht!“
- Ein Irrtum muss wesentlich sein
- Mitteilung ist formfrei
- Mitteilung muss innerhalb eines Jahres erfolgen, in der der Irrende das Irrtum entdeckt hat (OR 31)
  - Der Vertrag muss aber so gelten, wie es tatsächlich gemeint ist (wenn der Vertragspartner dies so vorschlägt) (OR 25 II)
- Es kann Schadensersatz verlangt werden (OR 26)
- Erklärungsirrtum (OR 24) über
  - Vertragsart (OR 24 I Ziff 1): Jemand stimmt irrtümlich einem anderen Vertrag zu, als er abschliessen wollte
  - Gegenstand (OR 24 I Ziff 2): Der Gegenstand wird irrtümlich falsch bezeichnet
  - Vertragspartner (OR 24 I Ziff 2): Der Vertrag wird irrtümlich mit einer falschen Person abgeschlossen (nur anfechtbar, wenn es auf die Person im Vertrag ankommt)
  - Leistungsumfang (OR 24 I Ziff 3): Jemand verschreibt oder verspricht sich (muss erheblich sein; nur grössere Fehler sind anfechtbar!)
- Motivirrtum (OR 24 II): Der Irrende täuscht sich bei der Bildung seines Willens.
- Grundlagenirrtum (OR 24 I Ziff 4): Schwerwiegender als der Motivirrtum

#### Absichtliche Täuschung (OR 28)

- „Wenn ich das gewusst hätte!“
- Bei einer absichtlichen Täuschung kann ein Vertrag angefochten werden.
- Innert Jahresfrist, nach dem man von der Täuschung erfahren hat (OR 31) muss man dies melden
- Man muss beweisen können, dass man absichtliche getäuscht wurde

#### Furchterregung (OR 29)

- „Ich hatte ja keine andere Wahl!“
- Der Vertrag kann angefochten werden, wenn man bedroht wurde
- Man hat ein Jahr zeit, den Vertrag anzufechten. Die Zeit läuft ab dann, wenn man nicht mehr bedroht wird.

### Übervorteilung (OR 21)

- „Das ist nicht fair!“
- Eine Übervorteilung kann vorliegen, bei einer Notlage, Unerfahrenheit oder Leichtsinn
- Dann wird eine Person ausgenützt um mit einem offenbares Missverhältnis abzuschliessen

## 7.4 Erfüllung von Verträgen

### 7.4.1 Reihenfolge, Zeitpunkt und Ort

OR 68 ff: Dispositive Regeln zu Wer, was, wann, Reihenfolge und wo.

#### Reihenfolge

- Defaultmässig gilt die Zug-um-Zug Regel (OR 82): Gleichzeitiges erfüllen von Leistung und Gegenleistung
- Vorleistungspflichtig: Zuerst kommt die Gegenleistung, dann die Leistung

#### Zeitpunkt

- Defaultmässig ist es ein Mahngeschäft (OR 75): Schuldner muss leisten, wenn er aufgefordert wird (z. B. direkt nach Vertragsabschluss)
- Verfalltagsgeschäft (OR 77 III): Schuldner muss spätestens bis zum vereinbarten Zeitpunkt gegenleisten
  - OR 78 I: Nächster Werktag; OR 79: Zu gewöhnlichen Geschäftszeiten
- Fixgeschäft: ganz bestimmter Zeitpunkt

#### Erfüllungsort

- OR 74 II Ziff. 3: Gattungssachen: Holschulden; Sitz des Schuldners
- OR 74 II Ziff. 2: Speziessache: Ort des Gegenstandes bei Vertragsabschluss
- OR 74 II Ziff. 1: Geldschulden: Wohnort des Gläubigers

### 7.4.2 Verjährung

OR 127 und OR 128

- Verjährung bedeutet, wenn eine Forderung nicht mehr gegen den Willen des Schuldners eingetrieben werden kann.
- Man kann eine Einrede der Verjährung erheben
- OR 127: Gewöhnlich bei Verträgen: 10 Jahre
- OR 128: einzelne aufgelistete Forderungen (siehe OR): 5 Jahre
- OR 210: Sachmängelhaftung: 1 Jahr

- Unerlaubte Handlung / ungerechtfertigte Bereicherung: 1 Jahr
- Verjährung beginnt:
  - Irrtum: ab Entdeckung
  - Absichtliche Täuschung: ab Entdeckung
  - Furchterregung: ab Beseitigung der Drohung
  - Übervorteilung: ab Vertragsabschluss

## Weitere Informationen

- <http://emanuelduss.ch>  
Weitere Zusammenfassungen, Dokumentationen und Dokumente von mir

## Glossar

Begriff

Definition

---

## Stichwortverzeichnis