



GLOSSAR



This project has been funded with support from the European Commission.
This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Einleitung

Der Entrepreneurial Skills Pass - kurz ESP - ist eine entscheidende Zusatzqualifikation für junge Schulabsolventen und Berufseinsteiger. Neben den klassischen schulischen Qualifikationen ist der ESP eine wichtige Ergänzung für den Nachweis von unternehmerischem Denken, ökonomischem Wissen und beruflichen Qualifikationen. Damit bietet der ESP Jugendlichen, die ihre berufliche Laufbahn vor sich haben, ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal in den Bewerbungsunterlagen.

Mit dem ESP wird Arbeitgebern ein einheitliches, europäisches Zertifikat geboten, welches auf einen Blick Auskunft über die unternehmerischen Qualifikationen der Bewerber gibt – Kompetenzen, die über die generellen schulischen Lerninhalte hinausgehen.

Mit diesem Glossar haben wir Ihnen eine Unterlage erstellt, mit der Sie ökonomische Begriffe, die für den ESP relevant sind, auf einen Blick nachschlagen können. Selbstverständlich können Sie das Glossar auch für die Vorbereitung Ihrer Schüler verwenden. Bitte beachten Sie hierbei: Es gibt viele verschiedene Definitionen der aufgelisteten Begriffe, so dass wir Ihnen mit dieser Unterlage keine umfassende Erläuterung aller Begriffe zur Verfügung stellen können. Vielmehr soll Ihnen das Glossar als eine passende und übersichtliche Nachschlage- und Vorbereitungshilfe dienen. Schauen Sie auch auf die beiden letzten Seiten dieser Broschüre: Dort stellen wir Ihnen unser Lehrerportal www.wirtschaftundschule.de vor, das eine Vielzahl von Unterrichtsmaterialien bereitstellt!

Wir wünschen Ihnen und Ihren Schülern viel Erfolg!

Weitere Informationen:

- ESP self-assessment: <http://self.entrepreneurialskillspass.eu>
- ESP Examensplattform: www.espexam.eu
- ESP Website: www.entrepreneurialskillspass.eu

ESP Glossar

A

Aktiva und Passiva

Aktiva stehen auf der linken Seite der Bilanz und geben Auskunft über Vermögensformen und -aufbau eines Unternehmens ("Was hat ein Unternehmen?", z.B. Maschinen, aber auch offene Forderungen). Passiva stehen auf der rechten Seite der Bilanz und geben Auskunft über die Kapitalquellen und den finanziellen Aufbau eines Unternehmens (Eigenkapital und Fremdkapital wie z.B. Verbindlichkeiten).

Anteilseigner

Personen, die z.B. in Form von Aktien einen Anteil am Unternehmen erworben haben. Sie werden am wirtschaftlichen Erfolg (Gewinne und Verluste) des Unternehmens beteiligt und Abstimmungen finden nach dem Verhältnis der Kapitalbeteiligung statt.

Auflösungsprozess eines Unternehmens

Der Prozess, durch den sämtliche geschäftliche Aktivitäten und Angelegenheiten (z.B. Konten und Verkauf) beendet werden.

B

Betriebsmittel

Materielle Güter, die zur Produktion erforderlich sind, z.B. Gebäude, Maschinen, Werkzeuge.

Bilanz

Übersicht des Vermögens und der Verbindlichkeiten eines Unternehmens zu einem bestimmten Stichtag. Das Vermögen abzüglich der Verbindlichkeiten zeigt den Anteilseignern Buchwert des Unternehmens ("theoretischer Wert"). Jede Bilanz teilt sich in Aktiva

(linke Seite der Bilanz) und Passiva (rechte Seite der Bilanz) auf.

Break-even-Punkt

Der Punkt, an dem die Erlöse aus dem Verkauf alle fixen und variablen Kosten decken. Nach diesem Punkt kann das Unternehmen Gewinne erwirtschaften.

Bruttoeinnahmen

Verkaufserlöse abzüglich der variablen Kosten (Herstellungskosten).

Business-Plan

Eine ausführliche Beschreibung von Zielen und Strategien eines Unternehmens inklusive einer Darstellung des Budgets und der geplanten finanziellen Lage am Ende eines bestimmten Zeitraums.

Zudem dient der Business-Plan zur externen Vorstellung des Unternehmens. Dadurch können potentielle Kapitalgeber und Geschäftspartner geworben werden.

C

Cash-Flow

Der tatsächliche Geldfluss im Unternehmen (Einzahlungen und Auszahlungen) innerhalb eines bestimmten Zeitraumes. Die Auszahlungen sollten langfristig nicht größer sein als die Einzahlungen.

Copyright

Copyright ist eine Form des Schutzes geistigen Eigentums. Man schützt damit künstlerische Werke wie Literatur, Musik oder Bilder in Print, Audio oder Video. Der Urheber verfügt über die exklusiven Rechte, sein Werk zu verwenden oder jemand anderes unter vereinbarten Bedingungen zur Nutzung zu berechtigen.

D

Dividende

Gewinnausschüttung von Unternehmen an seine Anteilseigner/Aktionäre.

F

Feldforschung

Wenn Daten dadurch erhoben werden, dass der Forschungsgegenstand in dessen natürlicher Umgebung beobachtet und befragt wird.

Fixkosten

Kosten, die unabhängig von einer Produktion in jedem Fall entstehen, z.B. Miete, Verwaltungskosten. Gegenteil: variable Kosten, die je Stück anfallen.

Franchise-Unternehmen

Unternehmen, die ein Geschäftskonzept komplett übernehmen (inklusive Produkten und Originalnamen) und dafür ein Entgelt an den Franchisegeber entrichten. Beispiel: McDonald's, Subway, Starbucks

freiwillige Auflösung

Geschäftliche Aktivitäten und Angelegenheiten werden freiwillig und unter Aufsicht der Gesellschafter beendet.

G

Gewinn

Die Gesamteinnahmen/Umsatzerlöse abzüglich aller Ausgaben.

Gläubiger

Die Personen/Unternehmen, denen Geld geschuldet wird.

GmbH

Abkürzung für „Gesellschaft mit beschränkter Haftung“ (Unternehmensform). Bedeutet, dass die Gesellschaft nur mit ihrem Gesellschaftsvermögen haftet, das Privatvermögen der Gesellschafter bleibt im Falle der Haftung unberührt.

GuV

Die GuV (Gewinn- und Verlustrechnung) stellt alle Geschäftsergebnisse eines Unternehmens über einen bestimmten Zeitraum (im Regelfall ein Kalenderjahr) dar.

H

Hierarchie

System der Über-/ Unterordnung zwischen organisatorischen Einheiten. Bei einer gegebenen Anzahl von organisatorischen Einheiten ist eine Hierarchie umso steiler (flacher), je höher (niedriger) die Zahl der Hierarchieebenen ist.

I

IKT

Abkürzung für „Informations- und Kommunikationstechnologie“. Der Begriff umfasst Kommunikationstechnologien und damit verbundene Anwendungen, z.B. PC, Mobiltelefon, WLAN, Videokonferenz, Web 2.0, Internet, 3-Druck-Technologie, etc.

Innovation

Durch Veränderung entstehende Neuerungen. Diese beziehen sich auf ein Produkt, eine Dienstleistung oder verbesserte Betriebsabläufe. Es gibt verschiedene Arten von Innovation. Bei radikaler Innovation handelt es sich um neuartige Produkte, Dienstleistungen und bisher unbekannte Geschäftsmodelle. Disruptive Innovation schafft einen neuen Markt oder verdrängt einen bestehenden. Schrittweise Innovation stellt die stetige und schrittweise Verbesserung dar. Sparsame Innovation ist der Prozess, die Komplexität und die Kosten

eines Produkts zu verringern. Innovationen stehen immer eng im Zusammenhang mit Technologien. In der heutigen, schnelllebigen Zeit verändern und verbessern sich diese fast täglich.

Neben der Produktinnovation gibt es noch drei verschiedene Möglichkeiten der Innovation:

- **Positionsinnovation:** Veränderungen in der Wahrnehmung eines etablierten Produkts oder Dienstleistung durch eine Veränderung des Kontexts, indem es kommuniziert wird.
- **Paradigmainnovation / disruptive Innovation:** Schaffen einen neuen Markt und verdrängen bestehende Produkte, z.B. Smartphones, die Handys verdrängten oder DVDs, die Videokassetten vergrängten.
- **Prozessinnovation:** Veränderungen in der Methode, wie Produkte und Dienstleistungen erstellt oder geliefert werden.

Insolvenz

Zahlungsunfähigkeit eines Schuldners gegenüber seinen Gläubigern (Verschuldung).

Insolvenzauflösung

Geschäftliche Aktivitäten und Angelegenheiten müssen aufgrund von Zahlungsunfähigkeit gezwungenermaßen beendet werden.

Intranet

Unternehmensinternes Computernetzwerk („internes Internet“) zur Unterstützung interner Prozesse.

Intrapreneur

Intrapreneurship bezeichnet das unternehmerische Verhalten und Denken von angestellten Mitarbeitern in Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen.

L

Liquidität

Ausstattung an kurzfristig verfügbaren Zahlungsmitteln (z.B. Kasse, Bankkonto und kurzfristige Forderungen) und somit die Fähigkeit eines

Unternehmens, seinen Zahlungsverpflichtungen nachzukommen.

Liquidation

Unter Liquidation versteht man im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang den Verkauf aller Vermögensgegenstände eines Unternehmens mit dem Ziel, das darin gebundene Kapital in Bargeld oder liquide Mittel umzuwandeln. Ziel der Liquidation ist die Beendigung der Gesellschaft und die Aufteilung des Vermögens an die Aktionäre oder Gesellschafter. Dieser Prozess wird in der Regel von einem Insolvenzverwalter übernommen, welcher die Entscheidungsgewalt übernimmt.

Low-Cost-Strategie

Wenn ein Unternehmen im Wettbewerb um Kunden durch günstige Preise überzeugen möchte (Geringe Verkaufspreise als Wettbewerbsstrategie, z.B. Billigflieger wie Ryanair).

M

Markenzeichen (Trademark)

Geschützter Name oder geschütztes Symbol, mit dem ein Unternehmen dafür sorgt, dass seine Produkte von denen der Konkurrenz auf den ersten Blick zu unterscheiden sind (z.B. Nike, Adidas, Puma).

Marketing

Marketing beschreibt die verschiedenen Methoden und Wege, wie Unternehmen nach innen und außen kommunizieren.

Marktforschung (primär, sekundär)

Der Markt wird analysiert und interpretiert, meist mit dem Ziel, Informationen für Marketingentscheidungen zu gewinnen.

Primäre Marktforschung: Es werden selbst neue Daten erhoben und ausgewertet.

Sekundäre Marktforschung: Bereits vorher und anderweitig erhobene

Daten werden erneut oder unter anderen Gesichtspunkten ausgewertet.

Mission (eines Unternehmens)

Eine Mission beschreibt den wesentlichen Zweck oder den Auftrag des Unternehmens; sie legt dar, warum das Unternehmen oder eine Organisationseinheit existiert.

N

Nettoumsatzerlös

Bruttoeinnahmen (Verkaufserlöse abzüglich der variablen Herstellungskosten) abzüglich der fixen Kosten.

O

Organisationsstruktur

Die Struktur eines Unternehmens hinsichtlich seiner hierarchischen Ebenen (flache oder ausgeprägte Hierarchie). Die Organisationsstruktur bestimmt sich aus der Größe und den Zielen des Unternehmens und zeigt auf, wie die Verantwortlichkeiten im Unternehmen verteilt sind.

P

Patent

Ein offizielles Dokument, das dem Erfinder das alleinige Recht zusichert, seine Erfindung herzustellen, zu nutzen und zu verkaufen (meistens aber nicht dauerhaft, sondern nur für einen bestimmten Zeitraum). Das Patent richtet sich vordergründlich an technische Innovationen oder neue mathematische Erkenntnisse. Das Copyright hingegen ist für künstlerische Werke gedacht, wie z.B. Literatur, Songtexte, Bilder usw.

Personengesellschaft

Zusammenschluss von mind. zwei Personen zur Verwirklichung eines bestimmten Zweckes in der Rechtsform der Gesellschaft, wie z.B. Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR). Die Abstimmung innerhalb der Personengesellschaft findet nach der Zahl der Gesellschafter, nicht nach dem Verhältnis der Kapitalbeteiligung statt.

Persönlicher Verkauf

Der persönliche Verkauf ist eine Form des direkten Verkaufs. Hierbei stehen sich Verkäufer und Käufer direkt gegenüber und der Verkäufer versucht eine Verbindung mit dem Käufer zu erwirken. Dadurch soll dieser zum Kauf des Produktes ermutigt werden.

Preisdifferenzierung

Ein Anbieter verkauft sachlich gleiche Produkte zu verschiedenen Preisen (z.B. je nach Zielgruppe, Region oder Zeitpunkt). Bsp.: Flugtickets, Reisen innerhalb oder außerhalb der Saison, Sonderangebote auf letzte Lagerbestände haben.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (PR)

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beschreibt die Methoden, mit denen sich ein Unternehmen an seine Umwelt wendet und mit dieser kommuniziert. Hierbei geht es nicht explizit um Produktpräsentation wie bei der Werbung. Unternehmen betreiben hierbei eher Informations- oder Imagearbeit.

Promotion

Promotion ist ein Teil des Marketings. Hierbei wird das Produkt zu besonderen Anlässen im Markt für einen bestimmten Zeitraum hervorgehoben. Beispiele hierfür wären: „Testsieger“-Emblem auf dem Produkt, Rabatte im Sommerschlussverkauf, limitierte Auflagen.

Rechnungswesen (intern und extern)

Das interne Rechnungswesen bearbeitet alle finanziellen Angelegenheiten, welche keine unmittelbare Außenwirksamkeit haben. Dazu zählt u.a. das Controlling. Das externe Rechnungswesen stellt alle handels- und steuerrechtlichen Daten bereit, indem es u.a. alle finanziellen Transaktionen systematisch und umfassend aufzeichnet. Dazu zählt u.a. die Finanzbuchhaltung.

reinvestieren

Freigewordene Geldmittel werden erneut ins Unternehmen investiert.

Risikokapital

Investition in als riskant geltende Unternehmen, z.B. Start-up Unternehmen. Es besteht das Risiko des Totalverlusts sämtlichen Kapitals, bei Erfolg ist der Gewinn i.d.R. jedoch sehr hoch.

S

Steuern

Mit Steuern kommen wir beinahe täglich in Berührung, zum Beispiel beim Kauf von Produkten (Mehrwertsteuer). Somit müssen wir auch als Jungunternehmer Steuern auf ihre Produkte oder Dienstleistungen erheben. Die eingedehnte Mehrwertsteuer ist erfolgsneutral, da sie direkt an das Finanzamt weitergegeben wird.

SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse untersucht Chancen und Risiken, die sich aus der Umwelt des Unternehmens ergeben und führt sie mit den unternehmenseigenen Stärken und Schwächen (meist in einem Report) zusammen. Sie versucht also zu analysieren, welche Chancen und Gefahren mit der weiteren Unternehmensentwicklung verbunden sein können.

U

Umsatz

Die Gesamteinnahmen durch Verkauf innerhalb eines bestimmten Zeitraums (Preis mal Menge; Rabatte, Skonti oder Boni werden abgezogen). Nicht zu verwechseln mit Gewinn.

Urheberrecht

Urheberrecht ist ein exklusives Recht, das für eine Erfindung, ein neues Produkt oder einen neuartigen Prozess erteilt wird.

V

Variable Kosten

Kosten, die sich mit der Produktionsmenge verändern, z.B. Kosten für eingesetztes Material: je mehr produziert wird, desto mehr Material wird verbraucht. Gegenteil: Fixkosten

Verbindlichkeiten

Schulden einer Person oder eines Unternehmens, z.B. gegenüber Lieferanten, Kreditgebern, Kunden

Verkaufskanal (direkt, indirekt)

Die Art und Weise, wie ein Produkt an den Kunden gebracht wird bzw. durch welchen Kanal es verkauft wird.

Direkter Verkaufskanal: Produkt wird vom Hersteller direkt an den Kunden gebracht, z.B. auf Messen.

Indirekter Verkaufskanal: Produkt wird vom Hersteller über Zwischenhändler an den Kunden gebracht, z.B. in Supermärkten.

Verkaufsstrategie

Mit einer Verkaufsstrategie versucht ein Unternehmen sein Produkt im

Markt zu platzieren. Es wird eine Zielgruppe und der Weg, wie diese Zielgruppe angesprochen werden sollte, festgelegt. Es gibt viele verschiedene Verkaufsstrategien wie zum Beispiel die Werbung oder der persönliche Verkauf.

W

Werbung

Werbung ist ein Prozess, den Märkten überzeugende Informationen über ein Produkt zu vermitteln. Es ist also gleichzeitig auch eine Strategie den Verkauf des Produktes zu fördern. Dies kann in Form von Radiowerbung, Fernsehwerbung, Internetwerbung, Zeitungswerbung und vieles mehr geschehen.

Wertschöpfungskette

Entsteht, wenn Materialien oder Produkte durch die Weiterverarbeitung an Wert gewinnen (Verarbeitung zu Produkten mit höherem Wert, Veredelung).

Zusätzliche Materialien und Links für Ihren Unterricht

Im Folgenden möchten wir Ihnen noch unser neues Portal empfehlen. Die Inhalte stehen nicht in direktem Zusammenhang mit dem ESP, bieten Ihnen aber in vielerlei Hinsicht interessante und hilfreiche Unterrichtsmaterialien an.

Das Lehrerportal rund um das Thema Wirtschaft:
www.wirtschaftundschule.de

WIRTSCHAFT UND SCHULE

Auf den Unterricht zugeschnitten, wissenschaftlich fundiert, aktuell: Pädagogen finden auf dem Portal „Wirtschaft und Schule“ Informationen rund um das Thema Wirtschaft zur Vorbereitung Ihres Unterrichts.

Unsere Unterrichtsmaterialien unterstützen Sie ganz konkret dabei, in Ihren Klassen und Kursen ökonomische Zusammenhänge zu vermitteln. Die Materialien sind mit redaktionellen Beiträgen zu aktuellen Wirtschaftsthemen verknüpft.

Vielfältiges Angebot von A bis Z...

Von Arbeitsmarkt bis Globalisierung, von Konjunktur bis Zeitarbeit: Das Portal bietet Ihnen Materialien und Informationen zu fünf großen Themenfeldern:

- Haushalte & Geld
- Unternehmen & Markt
- Staat & Wirtschaftspolitik
- Globalisierung & Europa
- Arbeitsmarkt & Berufsorientierung

... durch weitere Elemente ergänzt:

Ein **Wirtschaftslexikon** liefert wissenschaftlich fundiertes Kompaktwissen zu mehr als 450 Begriffen der Sozialen Marktwirtschaft.

Interaktive Tools und Grafiken vermitteln ökonomische Zusammenhänge spielerisch und spannend. Zusätzlich bietet das Portal eine Auswahl attraktiver Projekte, Wettbewerbe und Planspiele verschiedenster Institutionen.