Arbeitsblätter

ad-rem, Ausgabe Mai 2023

ad-rem

< 334 >

**Inhaltsverzeichnis (Arbeitsblätter)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Thema** | **Seite** |
| 1. Kaufmännisches Recht   Erfüllungsstörungen beim Kaufvertrag (Teil 3: Annahmeverzug) | 2 - 15 |
| 1. Business English   Presentation (1) | 16- 22 |
| 1. Spicker für die Abschlussprüfung   Wichtige Buchungen (Kaufleute für Groß- und Außenhandelsmanagement) | 23 - 29 |
| 1. Denn eins ist gewiss – die Prüfung kommt bestimmt   Aufgabe zu: Lagerhaltung (im Handelsbetrieb)  Aufgabe zu: Produktion (Fertigungsverfahren)  Aufgabe zu: Außenhandel | 30 - 41 |
| 1. Kreuzworträtsel   Kaufmännisches Recht: Wir suchen ein öffentliches Verzeichnis  Grundlagen des Wirtschaftens: Kennen Sie dieses Gefühl? | 42 - 43 |

**Kaufmännisches Recht: Erfüllungsstörungen beim Kaufvertrag**

**(Teil 3: Annahmeverzug)**

**Einstiegsfall**

Die **WedelBike GmbH** aus Dresden stellt hochwertige **Gravel-Bikes** her, d.h. Fahrräder für das komfortable und schnelle Fahren auf Kies und Schotter. Für einen Kunden aus Leipzig, die Schanowsky AG, hat die WedelBike GmbH im laufenden Monat (Mai 2023) **250 Räder gefertigt.** Als **Lieferzeitpunkt** wurde der **12.05.2023** (**zwischen 12:30 und 13:30**) festgelegt. Der **Listenverkaufspreis** beträgt **2.150,00 €** je Gravel-Bike.

Als der Hausspediteur der WedelBike GmbH am **12.05.2023 um 13:15** die bestellten Räder beim **Kunden** in Leipzig anliefern will, **verweigert** dieser die **Annahme.** **Begründung**: Man habe sich anders entschieden; es bestehe kein Interesse mehr an der Zusammenarbeit. Die Räder seien zu teuer .

**Arbeitsaufgaben (Einstiegsfall)**

1. Informieren Sie sich über den Annahmeverzug (Info-Block) und begründen Sie anschließend, ob ein Annahmeverzug vorliegt.
2. Welche haftungsrechtlichen Konsequenzen ergeben sich für die Vertragsparteien?
3. Welche Rechte hat die WedelBike GmbH in vorliegenden Fall?
4. Warum kann kein Notverkauf der Fahrräder erfolgen?

**Lösungen (Einstiegsfall)**

1. Die **Voraussetzungen** für einen **Annahmeverzug** sind\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Die **WedelBike GmbH** kann folgende Maßnahmen ergreifen:

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Fälle zur Leistungsstörung: Fall 7**

**Ausgangssituation**:

Der 21-jährige Tomasz zieht nach Ende seiner Ausbildung zum E-Commerce-Kaufmann zum 01.06.2023 mit seiner Freundin Jennifer, einer Rechtsanwaltsgehilfin, zusammen. Durch Vermittlung seines ehemaligen Berufschullehrers sind beide an eine günstige 3-Zimmer-Wohnung in Düsseldorf gekommen.

Von seinen Ersparnissen leistet sich Tomasz eine neue **Einbauküche**. Diese hat er in einem Küchenstudio planen lassen und bestellt: zu einem Preis von **8.000** **€**.

Die Küche soll laut Verkäufer am **03.06.2023**, einem Samstag, angeliefert werden: **zwischen 10:00 und 11:30 Uhr**. **Jennifer und Tomasz** sind im Umzugsstress und **vergessen** den **Liefertermin**. Aufgrund dringender Einkäufe im nahegelegenen Baumarkt sind sie zur vereinbarten Zeit nicht zu Hause. Die **Einbauküche** wird an einen **Nachbarn** **verkauft**, zu einem Preis von 7.700 €. Die Einbauküche passt auch in seine Wohnung. Am darauffolgenden Montag erhält **Tomasz** eine **Rechnung** i.H.v. **650 €**. Davon entfallen **350 €** für die **fehlgeschlagene** **Anlieferung**; der Rest i.H.v. **300 €** als **Mindererlös** **für** den **Weiterverkauf** der Küche an den Nachbarn.

**Tomasz** sieht „überhaupt nicht ein“, warum er die Rechnung begleichen soll. **Jennifer** hingegen ist der Auffassung, dass ihr Freund nur 350 € bezahlen müsse. Schließlich seien weder Tomasz noch sie zum vereinbarten Zeitpunkt zu Hause gewesen. **Jennifer’s Bruder**, ein Student, rät den beiden, den kompletten Betrag umgehend an das Küchenstudio zu überweisen.

**Wie ist die Rechtlage?**

**Lösung:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** |  |
| **2.** |  |

**Fälle zur Leistungsstörung: Fall 8**

**Ausgangssituation**:

Der Autohersteller Wedelstein AG (Köln) bestellt bei seinem Lieferanten, der Samson GmbH (Bonn) **3.000 Autositze** für die Produktion seines neuesten Modells. Die **Lieferung** wird für den **25.05.2023** vereinbart. Bereits am **23.05.2023** fährt ein Lkw der Samson GmbH bei der Wedelstein AG vor. Der **Lagerleiter** **verweigert** die **Annahme**, da kein Platz im Lager sei.

Am **24.05.2023** erhält die Wedelstein AG eine **Rechnung i.H.v. 4.500 € für die Einlagerung der Autositze in einem Lagerhaus**.

**Arbeitsaufgaben**:

1. Ist die Wedelstein AG im Annahmeverzug?
2. Muss die Wedelstein AG die Rechnung für die Einlagerung der Autositze bezahlen?

**Lösungen:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** |  |
| **2.** |  |

**Fälle zur Leistungsstörung: Fall 9**

**Ausgangssituation**:

Tanja kauft sich in einem Warenhaus in der Kölner Innenstadt einen neuen **Fernseher**. Aufgrund der Größe des Geräts vereinbart sie mit dem Warenhaus eine **Anlieferung** für den **26.05.2023**. Am Tag der Lieferung ist **Tanja** **nicht zu Hause**. Auf dem **Rückweg** **zum** **Lager** wird der Fahrer des Auslieferungsfahrzeugs schuldlos in einen Unfall verwickelt.

Durch den **Unfall** wird der **Fernseher** (Wert: 1.500 €) **komplett** **zerstört**.

**Arbeitsaufgaben**:

1. Befindet sich Tanja im Annahmeverzug?
2. Wer haftet für den Schaden am Fernseher?

**Lösungen:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** |  |
| **2.** |  |

**Fälle zur Leistungsstörung: Fall 10**

**Ausgangssituation**:

Der EDV-Händler „Mc DV“ (Heidelberg) bestellt beim Hersteller Müller (Stuttgart) **250 Laptops**, die laut vertraglicher Vereinbarung „**bis Mitte Mai**“ geliefert werden sollen. Am **15.05.2023** werden die Geräte ordnungsgemäß durch den Hersteller angeliefert. Der **EDV-Händler nimmt** die **Lieferung** jedoch **nicht an**, da in der Nacht zuvor die Lagerhalle abgebrannt ist. Er äußert sich gegenüber dem wie folgt: „Wir haben leider keinen Platz, um die 250 Laptops ordnungsgemäß lagern zu können.“

Die **Laptops** werden vom Fahrer der Fa. Müller in einem **öffentlichen Lagerhaus** eingelagert.

**Arbeitsaufgaben**:

1. Befindet sich der EDV-Händler „Mc DV“ im Annahmeverzug?
2. Wer trägt die Transportkosten zur Lagerhalle und die Kosten der Einlagerung?
3. Beim Abladen der Laptops zur Lagerhalle kommt es zu Verzögerungen. Der Fahrer der Fa. Müller ist verärgert, da er deswegen verspätet zu einem „dringenden privaten Termin“ kommt. Aufgrund seiner Unachtsamkeit (Telefonieren mit dem Handy) beim Abladen fallen 10 Kartons vom Lieferwagen. Wer trägt den Schaden?
4. Nach mehrmaliger erfolgloser Abmahnung zur Abnahme der Laptops sollen 200 Geräte im Wege des Selbsthilfeverkaufs veräußert werden. In welcher Form kann dies erfolgen?
5. Die Laptops können nur zu 80 % des tatsächlichen Wertes versteigert werden. Wer trägt die Kosten der Versteigerung, wer die Differenz zum vereinbarten Kaufpreis?

**Lösungen:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** |  |
| **2.** |  |
| **3.** |  |
| **4.** |  |
| **5.** |  |

**Infoblock: Annahmeverzug**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Basis**:  Im Kaufvertrag verpflichtet sich der Käufer, die bestellte Ware rechtzeitig anzunehmen. Versäumt er dies, gerät er evtl. in Annahmeverzug (§§ 271, 293 ff. BGB).  **Voraussetzungen**:  Grundsätzlich ist ein **Annahmeverzug** an **3 Voraussetzungen** geknüpft:  ① **Fälligkeit** (§ 271 BGB):  Der vertraglich vereinbarte oder gesetzlich bestimmbare **Liefertermin** muss **erreicht** sein. Fehlen entsprechende Bestimmungen, ist die Lieferung sofort fällig. Falls die Ware vor dem vereinbarten Termin angeliefert und der Käufer deren Abnahme ablehnt, gerät der Käufer nicht in Annahmeverzug. Der Käufer kommt auch dann nicht in Annahmeverzug, wenn der Verkäufer zur Zeit des Angebots außerstande ist zu liefern.  ② **Ordnungsgemäßes Angebot** (§§ 294 f. BGB):  Der Verkäufer bietet die Ware **tatsächlich** so an wie vertraglich vereinbart, er stellt sie also zur rechten Zeit, am rechten Ort und in der richtigen Art und Weise bereit. Ein **wörtliches Angebot** reicht aber dann aus, wenn der Käufer erklärt, dass er die Ware nicht annehmen werde oder eine Handlung des Käufers erforderlich ist (*z.B. der Käufer holt die Ware bei einer Selbstabholung nicht ab*). Ist die Lieferung **kalendermäßig** nicht genau bestimmt, muss der Verkäufer dem Käufer die Lieferung eine angemessene Zeit vorher ankündigen – unterlässt er dies, kommt der Käufer nicht in Annahmeverzug.  ③ **Verweigerung der Warenannahme** (§ 293 BGB):  Der Käufer nimmt die Ware die ihm **ordnungsgemäß** angebotene Ware nicht an **oder** unterlässt eine entsprechende Mitwirkungspflicht (*z.B. Öffnen des Tores des Betriebsgebäudes*). Das gilt auch dann, wenn ihn kein Verschulden trifft. Der Käufer kann die **Annahme** der Ware zu Recht **verweigern**, **wenn** der Sendung anzusehen ist, dass die Ware beschädigt ist (*z.B. stark beschädigte Verpackung*). |
|  | **Wirkungen:**  Die **Haftung** des **Verkäufers** wird **eingeschränkt**,die des **Käufers** **erweitert**.   * **Haftungsbeschränkung** (§ 300 Abs. 1 BGB):   Der Verkäufer haftet nur noch für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit (*z.B. Abstellen von Zementsäcken im Regen vor der Fabrik des Käufers*).   * **Gefahrübergang bei Gattungsware** (§ 300 Abs. 2 BGB):   Im Fall von Gattungsware geht die Gefahr des zufälligen Untergangs und der zufälligen Verschlechterung mit **Eintritt des Annahmeverzugs** auf den Käufer über (*z.B. Gefahrübergang auf Käufer, wenn dieser die zum vereinbarten Zeitpunkt nicht abnimmt, der Spediteur die Ware wieder mitnimmt und auf dem Rückweg unverschuldet in einen Verkehrsunfall gerät*). |

**Infoblock: Annahmeverzug**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Rechte des Verkäufers:**  Beim Annahmeverzug kommt der Gläubiger - d.h. der Käufer - in Verzug („**Gläubigerverzug**“). Der Verkäufer hat in diesem Fall folgende Rechte   * **Hinterlegung der Ware** (§ 304 BGB, §§ 372 ff. HGB)   Der Verkäufer kann die nicht angenommene Ware auf **Gefahr** und **Kosten** des **Käufers** in einem **öffentlichen** **Lagerhaus** **oder** sonst in **sicherer** **Weise** (*z.B. in einer Spedition*) hinterlegen. Die **Hinterlegung** erfolgt auf **Kosten** und **Gefahr** des **Käufers**. Der Verkäufer muss dem Käufer unverzüglich mitteilen, wo die von ihm nicht angenommene Ware hinterlegt wurde. Durch die Hinterlegung gewinnt der Verkäufer Zeit, um den außergerichtlich oder gerichtlich zur Abnahme der Ware bewegen kann.  **Darüber** **hinaus** steht ihm eines der folgenden Rechte zu:   * **Klage auf Abnahme** (§ 433 BGB)   Der Verkäufer kann auf Abnahme der Ware durch den Käufer klagen. Dies ist dann sinnvoll, wenn die Ware **nicht** oder **nur** mit **Verlust** verkauft werden kann (*z.B. bei einer Sonderanfertigung*).   * **Selbsthilfeverkauf** (§§ 383, 385 BGB, § 373 Abs. 2-4 HGB)   Der Verkäufer darf den Verkauf der Ware an Dritte auf einem der folgenden **Wege** veranlassen:   * **Öffentliche Versteigerung**:   Der Verkäufer darf die Ware durch eine **befugte** **Person** (*z.B. Gerichtsvollzieher*) öffentlich versteigern lassen. Er muss dem **Käufer** **Zeit** und **Ort** der **Versteigerung** mitteilen, Verkäufer und Käufer dürfen dort **mitbieten**. Eine Ausnahme besteht bei einem **Notverkauf** (z*.B. bei verderblichen Waren wie Lebensmitteln, Blumen etc.*). Hier kann der Verkauf ohne vorherige Mitteilung des Käufers erfolgen. Ein **Selbsthilfeverkauf** ist nur dann erlaubt, wenn eine Einlagerung der Ware nicht möglich ist.   * **Freihändiger Verkauf**:   Der Verkäufer darf Waren mit einem **bestimmbaren** **Börsen**- **oder** **Marktpreis** (*z.B. Metalle, Kaffee, Getreide*) durch eine befugte Person (*z.B. öffentlich ermächtigter Handelsmakler, amtlich bestellter Versteigerer*) frei verkaufen lassen.  Beim **Selbsthilfeverkauf** können Verkäufer und Käufer mitbieten. Der Selbsthilfeverkauf ist dem Käufer frühzeitig **anzudrohen**. Die **Androhung** kann **unterbleiben**, wenn die Ware dem Verderb ausgesetzt ist und Gefahr in Verzug ist. Der Selbsthilfeverkauf erfolgt für **Rechnung** des **säumigen** **Käufers**. Der **Verkäufer** muss den **Käufer** über das **Ergebnis** des vollzogenen Selbsthilfeverkaufs unverzüglich **benachrichtigen**. Tut er das nicht, ist er zum Schadensersatz verpflichtet. Die **Kosten** des **Selbsthilfeverkaufs** und die **Mindereinnahmen** trägt der **Käufer**, eventuelle **Mehrerlöse** kommen dem **Käufer** zugute*.* |

**Infoblock: Annahmeverzug**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Rechte des Verkäufers:**   * **Weitere Möglichkeiten**: * Falls Käufer und Verkäufer sich einig sind, können **beide Vertragsparteien auch vom Kaufvertrag zurücktreten**. Dies ist aber nur mit ausdrücklicher **Zustimmung** des **Käufers** möglich. Der Verkäufer wird dann auf eine ordnungsgemäße Erfüllung des Kaufvertrags verzichten, wenn   + er **dem Käufer entgegen kommen** möchte (*z.B., weil er auch weiterhin Geschäfte mit dem Käufer tätigen möchte*);   + sich die **Kreditwürdigkeit** des **Käufers** in der Zwischenzeit deutlich **verschlechtert** hat (*z.B. der Kunde meldet Konkurs hat oder hat mehrere Wechsel „platzen“ lassen*);   + der **Verkäufer** die **Ware** inzwischen an einen **anderen Interessenten** zu einem **höheren** **Preis** verkaufen kann. * Unabhängig davon, ob der **Verkäufer** die Ware hinterlegt oder weiterverkauft oder vom Kaufvertrag zurücktritt, **kann** er einen **Ersatz von Mehraufwendungen verlangen** (§ 304 BGB, *z.B. für zusätzliche Transportkosten, Kosten für die Einlagerung und Warenpflege in einem Lagerhaus*). |

**Lernübersicht: Annahmeverzug**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Voraussetzungen für das Eintreten des Annahmeverzugs** | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Beim Käufer** (**K**) |  | **in Bezug auf die Ware** |  | **Beim Verkäufer** (**V**) |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | **§ 293 BGB:**  **Nichtannahme** der ordnungsgemäß und pünktlich gelieferten Ware |  | **§ 271 BGB**:  **Fälligkeit** der Leistung (Lieferung) |  | **§ 294 BGB**:  **Tatsächliches Angebot**, d.h. die Lieferung muss möglich sein. |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Nicht erforderlich** für Annahmeverzug sind:   * **Mahnung des Käufers** (Aufforderung zur Abnahme der Ware) * **Verschulden** von Seiten des **Käufers** |  | **2 Möglichkeiten**:   * **Vertraglich** vereinbarte Lieferzeit: Es gilt i.d.R. ein **bestimmter Liefertermin**. * **Keine vertraglich Vereinbarung** über die Lieferzeit: Es gilt die **gesetzliche Regelung.** |  | **Anbieten der Ware**   * zur rechten Zeit * am rechten Ort * in der der richtigen Art und Weise |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | Der Käufer kann die **Abnahme der Ware verweigern**, wenn der Sendung anzusehen ist, dass die **Ware beschädigt** ist. |  | § 271 Abs. 1 BGB: **K** kann die Lieferung **sofort verlangen**, **V** muss sie **sofort** **bewirken**.  § 297 BGB: K kommt **nicht** in Annahmeverzug, wenn V zur Zeit des Angebots nicht in der Lage ist, zu liefern. |  | § 299 BGB: Ist die **Lieferung kalendermäßig nicht genau bestimmt**, muss V eine **angemessene Zeit vorher** die **Lieferung ankündigen**, andernfalls kommt K **nicht** in Annahmeverzug. |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**Lernübersicht: Annahmeverzug**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  | **Wirkungen des Annahmeverzugs** | | |  |
|  |  |  |  |  |
|  | **Wirkungen beim Käufer**:  **=**  **Haftungsverstärkung** |  | **Wirkungen beim Verkäufer**:  **=**  **Haftungsminderung** |  |
|  |  |  |  |  |
|  | **§ 300 Abs. 2 BGB**:  Zur bisherigen Haftung (für Vorsatz und Fahrlässigkeit) kommt noch die **Haftung für zufälligen Untergang bzw. zufällige Verschlechterung** **der Ware** hinzu (sog. **Gefahrtragung**). |  | **§ 300 Abs. 1 BGB**:  Die bisherige Haftung (für Vorsatz und jeden Grad der Fahrlässigkeit) beschränkt sich auf **Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit**. |  |
|  |  |  |  |  |

**Lernübersicht: Annahmeverzug**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Rechte des Lieferers beim Annahmeverzug** | | | | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Fall 1**: **Verkäufer besteht auf ordnungsgemäßer Erfüllung des Kaufvertrags** (d.h. auf Abnahme der Ware durch den Käufer); er kann dann folgende  Maßnahmen ergreifen: | | | | | | | |  |
|  |  | | | | | | | |  |
|  | ① **Ware sofort verkaufen** | |  |  | ② **Ware einlagern lassen** (§ 373 Abs. 1 HGB) | | |  |  |
|  | | | | | | | | | |
|  | wenn es sich um **leicht verderbliche Ware** handelt (z.B. Obst, Gemüse, Fische) | |  |  | **anschließend** | | |  |  |
|  |  | | | | | | | |  |
|  | **Notverkauf** vornehmen  (§§ 373 Abs. 2 S. 2, 379 Abs. 2 HGB) | |  | ② a **Selbsthilfeverkauf** durchführen  § 373 Abs. 2 HGB) | |  | ② b **Klage auf Abnahme** der Ware erheben | |  |
|  |  | | | | | | | |  |
|  | *Kosten für Verkauf und Versteigerung* | |  | *Kosten für Lager, Verkauf und Versteigerung* | |  | *Kosten für Lager, Transport, Gericht und Rechtsanwalt* | |  |
|  |  | | | | | | | |  |
|  | ③ Belastung des Käufers mit den entstandenen Kosten (§ 304 BGB) | | | | | | | |  |
|  |  | | | | | | | |  |
|  | **Fall 2**: **Verkäufer verzichtet auf ordnungsgemäßer Erfüllung des Kaufvertrags**. Er nimmt die Ware zurück und veräußert sie an andere Abnehmer.  Voraussetzung: Verkäufer und Käufer einigen sich auf Rücktritt vom Kaufvertrag. | | | | | | | |  |
|  |  | | | | | | | |  |

**Lernübersicht: Der Selbsthilfeverkauf (SHV, § 373 Abs. 2 HGB)**

*K = Käufer / V = Verkäufer*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  | **K** |  | **Schritt 1: Einleitung des SHV** | | | |  | **V** |  |
|  |  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |  |  | ① | **Mitteilung** über Einlagerung der Ware | | |  |  |  |
|  |  |  |  | + | | **Fristsetzung** der Annahme |  |  |  |
|  |  |  |  | + | | **Androhung** des Verkaufs nach Ablauf der gesetzten Frist |  |  |  |
|  |  |  |  |  | | |  |  |  |
|  |  |  | ② | **Mitteilung** über … | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  | * Ort * Zeitpunkt | |  |  |  |
|  |  |  |  | des Verkaufs (§ 373 Abs. 5 HGB) | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  | |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | | |  |
|  | **Schritt 2: Durchführung des SHV** | | |  |
|  | ③ | **Zwei Probleme**: | |  |
|  |  | **Wo** soll der SHV durchgeführt werden? | |  |
|  |  |  | * **Normalfall**: am Ort des Käufers (Wohn- bzw. Geschäftssitz) * **Ausnahmefall**: am einem geeigneten anderen Ort, falls am Wohn- oder Geschäftssitzt des Käufers kein angemessener Erlös zu erwarten ist. |  |
|  | ④ | **Wer** führt ihn durch? | |  |
|  |  |  | * **Die Ware hat einen Markt- oder Börsenpreis**: Freihändiger Verkauf durch einen Handelsmakler. * **Die Ware hat keinen Markt- oder Börsenpreis**: Öffentliche Versteigerung durch einen öffentlich bestellten Versteigerer. |  |
|  |  | **Beachte**: **V** und **K** dürfen bei der Versteigerung **mitbieten**! | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  | | |  |  |  |
|  | **K** |  | **Schritt 3: Beendigung des SHV** | | |  | **V** |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | ⑤ | **Mitteilung** über Durchführung des SHV | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | ⑥ | **Abrechnung** **für Rechnung des säumigen Käufers** (u.a. Versteigerungsgebühren, evtl. Mindererlös werden in Rechnung gestellt, § 386 BGB.) | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Business English**

**Presentation (1)**

**Definition**

**What is a presentation?**

A **presentation** is the targeted **preparation** of \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ for the presentation of \_\_\_\_\_\_\_\_ for a **specific** **audience**. Presentation means "representation" or "performance" and can concern both a person and a thing.

The spectrum ranges from the presentation of goods in the supermarket to the Internet presence (homepage) to the multimedia presentation. This is used in all areas of economic life, e.g. to illustrate business developments, support trade fair appearances or press conferences.

According to the **various** **objectives**, a **distinction** is made between:

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

A presentation **actively** involves the audience. A presentation is therefore not exclusively a monologue like the speech or the presentation, but offers the opportunity for dialogue like a workshop, but not as pronounced.

Experts speak of a "\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **dialogue**", whereby the **presenting** **person** must **take** **the** \_\_\_\_\_\_\_\_ and make the it clear when monologue takes place within the presentation and when dialogue.

There are **several** **ways** to **support** a **presentation**:

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

A presentation has the **task** of bringing a **fact** \_\_\_\_\_\_\_\_ **to** a public **audience**. There is usually a speaker who verbalizes the topic. He has the task of drawing the audience to his side through clever rhetoric and creating a positive image of the facts he represents in the minds of the listeners.

It is customary to \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ what has been said on slides to illustrate the \_\_\_\_\_\_ **message**, either **textually** or **figuratively**. In recent years, it is above all software solutions such as Microsoft's "PowerPoint" or Apple's "Key Note" that make this possible digitally.

**Types of Presentation**

**The six most important types of presentation at a glance**

There are different **types** **of** **presentation**, such as investment-pitch, keynote, product presentation, digital showroom, trade fair appearance, sales and company presentation.

**1 The company presentation**

Company presentations are \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ in almost every business, often taken place at the beginning of an appointment and form the basis for the further course of a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. These official presentations are designed in the company’s own \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ design and used by different divisions of the business.

That’s about matters: The main goal of a company presentation is the \_\_\_\_\_ possible presentation of your company. However, the secondary goal of the actual appointment should always be fixed, after all, a company presentation is in many cases only the \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ or specification for the thematic framework. Possible secondary goals can be conclusion of a \_\_\_\_\_\_\_\_ , a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ or the invitation to a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ appointment.

**2 The Investment-Pitch**

If you are looking for investors, you must first \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ with your vision, then \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ and finally \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ an implementation in order to convince. You, thus, present a complete \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ and have to combine individual components into a harmonious overall picture.

That’s about matters: Investors usually want to know, whether they can earn \_\_\_\_\_\_\_\_ with your business idea and whether a \_\_\_\_\_\_\_\_ on the investment is possible.

For this reason, in the course of an investment-pitch, in addition to solving the problem, the advantages and \_\_\_\_\_\_\_\_ values, the \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ potential, the \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ model, the steps \_\_\_\_\_\_\_\_ implemented and planned, as well as the investment \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ and the \_\_\_\_\_\_\_\_ should be addressed.

Furthermore, it is extremely important to distinguish between pitch \_\_\_\_\_\_, that you send out and the one you show during the presentation – because these differ greatly in scope and design.

For the \_\_\_\_\_\_\_\_ deck to which you speak, little text and a visually striking preparation are recommended.

The pitch deck that is sent, should contain all relevant information, which is why it depends more on the content elaboration in text form than on the graphic design.

**3 The Sales Presentation**

A sales presentation is about more than just the presentation of your product or services. The big goal is to create the \_\_\_\_\_\_\_\_ in order to get your audience to make a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ decision. However, this should not take place in a pure lecture, but as far as possible in a dialogue. In a conversation, it is not only easier for you to stir up the interest of your \_\_\_\_\_\_ potential customer, but also to set the course for the \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ negotiations.

That’s about matters: In this type of presentation, the focus in the first step is not on the product and its features, but mainly on the \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ . In addition to the development of a perfect structure and a logical chain of arguments, it is therefore crucial to show the \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ and \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ for the customers and to \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ their needs, desires and longings.

**4 The internal presentation**

Internal presentations or information presentation take mainly place in the areas of \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ and further education or in teaching and research. However, they are also often used by executives for internal \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ purposes, such as “Town \_\_\_\_\_\_ Meeting”. As a rule, this type of presentation is fact-based with the ultimate goal being the transfer of \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ and information.

That’s about matters: Here the contents are of particular importance. The creative design, the presentation frame and your performance depend on the \_\_\_\_\_\_\_\_ purpose and can be secondary. Depending on your preference or the case, however, you can also choose a mixed form and add an entertaining factor to your presentation.

TIP: For easier \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (absorption) of messages and information, emotional and meaningful images are best suited to attract attention and remain in the memory. However, the goal usually remains the \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ and passing on of factual or knowledge and news.

**5 Interactive presentation and autoplay slide shows**

Trade fairs, events and \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ are ideal events for presenting your own innovative strength. An interactive presentation or also an \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ presentation of products, efforts and services is therefore an essential component at your trade fair stand - regardless of whether you are on a real fair site, a live event, in a showroom or in the virtual world.

Here you can choose between autoplay presentations or interactive presentations.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **presentations** are automatically played on screens. This type of presentation impresses primarily with short facts and an attention-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ preparation that is intended to attract \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ customers. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **presentations** on touchscreens (also known as trade fair-apps) mainly combine topics from sales and company presentations. Here, your customers can click independently through your products world on site, whereby you can then \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the individual click behaviour and use these data profitably, especially in sales.

Parallel to the real world, these two forms of presentations can also take place virtually via ‘shared link’ regardless of \_\_\_\_\_\_\_\_ and space. Think of these digital showrooms as a “high class-online-version” of your label or your company, where you can make your offer interactive and realistic online. By the way, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_individual click behaviour also gives you information about personal preferences of customers and a clear advantage in follow-up-conversations

That’s about matters: The same applies to a trade fair as well as to a website: The attention of visitors must be \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ and retained within few seconds so that they stay at your trade fair stand and do not move on. In order to attract new customers, you therefore need an exciting ‘\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ presentation’ that attract interested parties. But even if you want to inform your existing customers about new developments or immerse interested parties more deeply in your topic, it is important to retain / bind / the attention of these customers and offer an impressive, interactive world of experience.

**6 Speech or keynote**

A “\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_” usually servesto open a large event, such as a conference or series of seminars. Your speech should get your audience in the mood for a certain topic, to encourage thinking and awake a general common interest. The aim is to convey \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ in an entertaining, humorous and memorable way. Slides are not absolutely necessary for this type of presentation, but are often used as support. Here you should select only (Here you should limit yourself to a) few \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ slides and rely on the power of images to underline your messages and core message.

That’s what matters: A keynote speaker should not only provide the audience with \_\_\_\_\_\_\_\_ knowledge, but above all he should also move them sustainably, so that they can start the following event inspired and motivated. Here, an extensive content-related preparation with \_\_\_\_\_\_\_\_ messages, formulations and pictorial language is essential.

**Planning and Execution of a Presentation**

**I Preparation of the presentation**

When preparing, the following questions should be answered:

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Which target do I pursue with my presentation?
3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
4. How should the content be prepared for the presentation?
5. What is the course of the presentation?
6. What organizational measures do I need to take meeting?

**I.1. Preparation of the content**

The following steps should be taken in the preparation of the content:

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Compress found the material
3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**I.2. Course /Performance of the presentation**

When setting up a presentation, the basic rule is: the \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ , the \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ . In deed / fact, listeners can later remember a well-structured presentation with a simple structure better.

Usually, the following procedure should be used for the presentation:

1. Introduction: Welcome, mention the topic, announcement of the procedure
2. Compress found material: systematic presentation of the content, structure /Outline should be present
3. Visualizing the material for the presentation: Summary of key findings or theses, formulation of outstanding questions or problems

**I.3. Organisational measures**

The following organisational measures should be taken:

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Clarification of existing multi-media and their functionality
3. Clarification of timing, duration and pauses of the lecture
4. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
5. Personal preparation, e.g. create sticky notes

**II Preparation of the presentation**

**II.1. Design of the presentation**

During the preparation of the presentation the following points should be observed:

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Plan transitions in the presentation exactly
3. Record stage directions in the manuscript
4. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
5. Design of slides or power-point-presentation

**II.2. Design of the lecture**

During the presentation, the following points should be noted:

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Prefix the structure and visualize it permanently
3. Speak at the language level of the audience
4. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
5. Use repetition of important points
6. Explain definitions, (technical) terms and foreign words
7. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
8. Avoid hectic movements
9. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**III. Follow-up of the presentation**

After the lecture, you should consider the following clarify questions:

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_?
2. Did the preparation of the topic correspond with target group?
3. Has the progress proven itself?
4. Has the introduction been successful?
5. Were there “critical situations” in the main part?
6. Has the presentation been successful?
7. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**IV. Handling of media**

The attention should be paid to the following points when handling media:

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. No distracting gimmicks
3. Only switch on devices, if they are needed
4. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
5. Do not turn towards the visualization during the presentation
6. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Planning and preparing your presentation - Tips**

If you have to g a presentation, you should prepare it very well. The planning and the organization of a lecture are the be-all and end-all. Below you will find the five most important tips.

**Tip 1: Preparing the presentation**

It seems obvious that you should plan a presentation well. But this involves more than just the topic and the organization.

* While a presentation should not be too \_\_\_\_\_ and can sometimes be also humorous, you have to know in which framework it should stay.
* Therefore, consider who your \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ will be. Depending on, whether you speaking in front of your boss, your colleagues, class mates, or a teacher/professor, you will need to adjust the wording of your presentation.
* Try to emphasize with your audience during the planning your presentation. Ask yourself what you would expect as a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ or viewer.

**Tip 2: Consider the course of the presentation**

The process during the presentation is very important. Once you know you need to give a presentation, the first thing you should do is brainstorming.

* Think about what \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ you would talk about / want to address / in the presentation.
* Write down your ideas and \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ these ideas by topic, depending on topics, for example in a “**mind map**”.
* During the creation of the actual presentation, you have a better overview of any topics you would like to talk about and can \_\_\_\_\_\_\_\_ points and add new ideas if necessary.

**Tip 3: Find out and organization of information and data**

After you have an overview of what content belongs in your presentation, you should start re- searching.

* If you have special requirements regarding the \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ of your presentation, look at everything / see you want to address.
* Then look for suitable \_\_\_\_\_ information on the individual topics.
* Finally, arrange \_\_\_\_\_ information and topics. Think of a common thread that usefully structures the content of your presentation.
* As part of this, you determine how you \_\_\_\_\_ the presentation and how you \_\_\_\_\_ the presentation.

**Tip 4: Think of an ideal medium for your presentation**

There are different ways to give a presentation. Consider which type is best suited for the content of your presentation.

* You may want to use a “\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_” to illustrate projects. To do this, think in advance about what you want to record in which way, and practice this beforehand.
* The best suited type for presentations are “**power-point-presentations**”. Your listeners can follow the presentation well through a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ .
* When giving a power-point-presentation, first think of a good \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ and design that fits, but does not distract too much from the content. Again, this depends heavily on your audience.
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ backgrounds are more suitable than images, as the text always remains legible. At best, use a white background and black text, or a dark-grey background with white text.
* Keep your presentation \_\_\_\_\_\_\_\_ and use animations only if it adds value to your presentation.
* Make sure you do not have \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ text on the presentation slides. That is too much information at once and can also tempt you to read from the slide.

**Tip 5: Practice your presentation**

A presentation can perfectly researched, but how you present determines how your audience perceives the presentation.

* Prepare \_\_\_\_\_ notes, in order to have a red thread, which guides you through the presentation. Keep your prompts short and concise in order to present them as freely as possible.
* Do not rely entirely on these prompts. Try to learn / Try to memorize / the entire \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ of the presentation, or at least most of it / by heart.
* The more you speak \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ , / can recite by heart/ the more you can \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ with your audience. This will make your presentation more enjoyable and interesting for you and the listeners.
* Practice your presentation again and again at home and record yourself while presenting / while lecturing /. Optionally, you can read in front of a mirror and observe yourself. So, you can see for yourself how you speak and what your \_\_\_\_\_ language looks like.
* TIP: Add notes to the notes field of your presentation. You can see this during a presentation when it is in presentation mode \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the audience being able to see it on the screen.

*To be continued (with vocabulary for presentation and discussion).*

**Spicker für die Abschlussprüfung**

**Wichtige Buchungen (Kaufleute für Groß- Außenhandelsmanagement )**

















**Lagerhaltung (im Handelsbetrieb)**

Tina Hansen arbeitet als Abteilungsleiterin in einem Warenhaus. Bei einem Gang durch das Lager Ihres Unternehmens stellt sie fest, dass das **Lager völlig überfüllt** ist und **auf den Gängen neu angelieferte Badetücher** liegen. Frau Hansen schaut sich daraufhin die **Lagerbestandskarte** für diesen Artikel an.



**Aufgabe 1:**

1. Erläutern Sie, nach welchem Verfahren die Badetücher bisher bestellt wurden.
2. Frau Hansen schlägt vor, in Zukunft erst bei Erreichen des Meldebestandes zu bestellen. Berechnen Sie den Meldebestand.
3. Nennen Sie zwei Vorteile, die sich aus diesem Vorschlag für das Warenhaus ergeben würden.
4. Eine Auszubildende schlägt vor, künftig bei Erreichen des Meldebestandes immer 200 Badetücher zu bestellen. Erläutern Sie zwei Vorteile, die sich durch die höhere Bestellmenge ergeben.
5. Frau Hansen vertritt die Ansicht, dass eine Bestellmenge von 200 Stück zu einem zu hohen Lagerbestand führt. Die „optimale Bestellmenge“ würde bedeutend niedriger liegen. Erklären Sie, was unter der „optimalen Bestellmenge“ verstanden wird.
6. Frau Hansen überlegt, den Mindestbestand auf 30 Stück herabzusetzen. Erläutern Sie, welche negativen Folgen sich daraus ergeben würden.

**Aufgabe 2:**

Zur besseren Lagerkontrolle sollen die folgenden Lagerkennziffern berechnet werden:

1. der durchschnittliche Lagerbestand (mit Hilfe der Quartalsendbestände) bei einem Einstandspreis von 18,00 € / Stück.
2. die Lagerumschlagshäufigkeit (mit einer Nachkommastelle; es fallen keine Warenbezugskosten und Nachlässe an).
3. die durchschnittliche Lagerdauer (mit einer Nachkommstelle).
4. den Lagerzinssatz bei einem Jahreszinsfuß von 9 % (mit zwei Nachkommstellen).
5. die Lagerzinsen für ein Badetuch (mit zwei Nachkommstellen).

**Lösungen zu Aufgabe 1:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1** |  |
| **2** |  |
| **3** |  |
| **4** |  |
| **5** |  |
| **6** |  |

**Lösungen zu Aufgabe 2:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1** |  |
| **2** |  |
| **3** |  |
| **4** |  |
| **5** |  |

**Produktion (Fertigungsverfahren)**

Die PedaloBike GmbH (Hamburg) hat sich auf die Herstellung und den Vertrieb von E-Mountainbikes spezialisiert. Da der Outdoor-Radsport immer populärer wird, sollen das **Fertigungsverfahren modernisiert** und die **Produktionskapazität erweitert** werden.

**Aufgabe 1:**

Durch Umstellung von maschineller auf automatische Fertigung verändern sich die Kosten. Die Herstellkosten für eine Tagesproduktion von 20 Fahrrädern betrugen bisher 45.000,00 €; davon entfielen auf die Fixkosten 1/3. Die Fixkosten erhöhen sich nach der Umstellung um 37.500,00 €. Bei einer Produktion von 40 Stück betragen die Stückkosten dann 2.312,50 €

1. Berechnen Sie die fixen (KF) und variablen Kosten (KV), deren Summe (K) sowie die Stückkosten (k) bei maschineller und automatisierter Fertigung für die Ausbringungsmengen (x) von 20, 40, 60, 80 und 100 Stück.
2. Zeichnen Sie die Gesamtkostenkurven für die maschinelle und die automatische Fertigung in ein Schaubild ein.
3. Kennzeichen Sie im Schaubild die kritische Menge und prüfen Sie diese rechnerisch nach.
4. Bei einem erwarteten Absatz von 95 Fahrrädern täglich soll der Verkaufspreis 2.150,00 € betragen.
   1. Berechnen Sie die Nutzenschwelle bei automatischer Fertigung.
   2. Wie hoch wäre der Gewinn, wenn die 95 Stück tatsächlich abgesetzt werden können?

**Aufgabe 2:**

Die Fahrradrahmen werden fremdbezogen und verursachen hohe Lagerkosten. Der Lieferer ist bereit, sie in Zukunft fertigungsynchron bereitzustellen. Der Einstandspreis würde sich dann aber von 180,00 € auf 200,00 € erhöhen.

1. Erklären Sie, was man unter „fertigungssynchroner Anlieferung“ versteht.
2. Unter welchen Voraussetzungen ist eine fertigungssynchrone Anlieferung sinnvoll?
3. Begründen Sie, warum sich der Einstandspreis für die Fahrradrahmen erhöht.

**Lösungen zu Aufgabe 1:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1** |  |

**Lösungen zu Aufgabe 1:**

|  |  |
| --- | --- |
| **2** |  |

**Lösungen zu Aufgabe 1:**

|  |  |
| --- | --- |
| **3** |  |
| **4a** |  |
| **4b** |  |

**Lösungen zu Aufgabe 2:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1** |  |
| **2** |  |
| **3** |  |

**Außenhandel**

Sie sind für die Herzog GmbH tätig aus Pulheim tätig, einen Großhändler für Werkzeugmaschinen mit Kunden im In- und Ausland. Zu den Verkaufsschlagern des Unternehmens zählt die Spezialmaschine „Herzog 3000“.

**Aufgabe 1:**

Die Herzog GmbH schließt mit einem chinesischen Importunternehmen einen Vertrag über die Lieferung von 3 Spezialmaschinen „Herzog 3000“ ab Der Gesamtwert des Exportgeschäfts beläuft sich auf 2.700.000 CNY (Renminbi) ab.

1. Nennen Sie drei Gründe, warum für die Bundesrepublik Deutschland Außenhandel wichtig ist.
2. Nennen Sie je drei staatliche und privatwirtschaftliche Maßnahmen zur Förderung des Außenhandels.
3. Nennen Sie vier Dokumente, die man bei einer liberalisierten Ausfuhr benötigt, wenn die Ware per Schiff von Hamburg nach Shanghai transportiert werden soll.
4. Welche Versandpapiere erhält die Herzog GmbH von der Reederei ausgehändigt, und was wird darin dokumentiert?

**Aufgabe 2:**

Bei der Abwicklung des Geschäfts sind u.a. anderem folgende Kosten entstanden:

*Rollgeld Siegburg – Hamburg; Verpackungskosten, seemäßige Verpackung, Verladekosten in Hamburg, Fracht: Hamburg- Shanghai, Seeversicherungsprämie, Zoll Shanghai, Entladekosten Shanghai.*

1. Geben Sie an, welche Kosten der Angebotspreis der Herzog GmbH enthält, wenn die Lieferbedingung „cif, Port Shanghai“ vereinbart wurde.
2. Wann geht bei „cif“ das Risiko an der Sendung auf das Importhaus in Shanghai über?
3. Warum werden „cif“-Angebote von ausländischen Importeuren bevorzugt?
4. Worin liegt das Risko eines „cif-„Angebots für den inländischen Exporteur?
5. Der Transport der Lieferung nach Shanghai erfolgt auf einem Trampschiff. Was verstehen Sie unter einem Trampschiff, und worin liegt sein Vorteil?
6. Als Zahlungsbedingung wurde D/P (Documents against Payment) vereinbart. Schildern Sie kurz die Abwicklung dieser Zahlungsbedingung.

**Aufgabe 3:**

Die Herzog GmbH hat die Spezialmaschinen von der Gotmann KG aus Bonn gekauft.

1. Um welche Art des Exports handelt es sich? (Begründung)
2. Nennen Sie drei Gründe, warum die Gotmann KG ihre Spezialmaschinen nicht direkt selbst an den Importeur in Shanghai verkauft.

**Lösungen Aufgabe 1:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** |  |
| **2.** |  |
| **3.** |  |
| **4.** |  |

**Lösungen Aufgabe 2:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** |  |
| **2.** |  |
| **3.** |  |
| **4.** |  |
| **5.** |  |
| **6.** |  |

**Lösungen Aufgabe 3:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** |  |
| **2.** |  |

**Kreuzworträtsel: Kaufmännisches Recht**

**Wir suchen ein öffentliches Verzeichnis**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | 7 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | 8 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 9 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  | 10 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | 11 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 12 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 13 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 14 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | 15 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

*Umlaute (ä, ö, ü) = zwei Buchstaben*

1. Rechtsformzusatz für eine Personengesellschaft
2. Wirkung einer Handelsregistereintragung
3. Teilhaber einer KG
4. Gewinnanteil für einen Aktionär
5. Behördenorgan, bei der das Handelsregister geführt wird.
6. Versammlung der Teilhaber einer Genossenschaft
7. Eine Kapitalgesellschaft
8. Recht, Aufgabe des Vorstands gegenüber Dritten
9. Teilhaber an einer Genossenschaft
10. Rechtsformzusatz für eine Genossenschaft
11. Unternehmensorgan einer Kapitalgesellschaft
12. Versammlung der Teilhaber einer Aktiengesellschaft
13. Teilhaber an einer Personengesellschaft
14. Leitet die GmbH
15. Leitet die Aktiengesellschaft

**Kreuzworträtsel: Grundlagen des Wirtschaftens**

**Kennen Sie dieses Gefühl?**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | 7 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 8 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 9 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  | 10 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 11 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 12 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | 13 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

*Umlaute (ä, ö, ü) = zwei Buchstaben*

1. Bei diesem Prinzip ist der Ertrag gegeben und der Aufwand gesucht
2. Die Bohrmaschine in einem Privathaushalt gehört zu dieser Art von Gütern
3. Bedürfnis, das einen einzelnen Menschen betrifft
4. Bedürfnis, das ein Mensch unbedingt befriedigen möchte
5. Die Bohrmaschine in einem Betrieb gehört zu dieser Art von Gütern
6. Art immaterieller Gütern (Mehrzahl)
7. Bei diesem Prinzip ist der Ertrag gesucht und der Aufwand gegeben
8. Güter, mit denen nur 1-mal ein Bedürfnis befriedigt werden kann
9. Kennzeichen aller knappen Güter, die auf einem Markt gehandelt werden
10. Übergeordneter Begriff für Arbeit, Boden und Kapital
11. Ort der Preisbildung für ein Gut (es geht dabei nicht um Arbeit)
12. Güter, mit denen mehrmals ein Bedürfnis befriedigt werden kann
13. Markt für unbewegliche Güter