
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abkürzungen	XXIII
Autorenverzeichnis	XXV
1. Early Stage Phasen/Seed	1
Design Thinking (Patrick Rupprecht)	3
1. Einleitung	3
2. Design Thinking	5
2.1. Ablauf und Struktur von Design Thinking	7
2.1.1. Der Mikrozyklus	8
2.1.2. Der Makroprozess	11
2.1.3. Der Design-Thinking-Kodex	13
2.1.4. Set-up	13
2.1.5. Feedback	17
2.2. Werkzeuge und Tools im Design Thinking	18
2.2.1. Warm-ups	18
2.2.2. Problemdefinition und Re-Definition	19
2.2.3. Needfinding und Synthese	20
2.2.4. Ideengenerierung	24
2.2.5. Prototyping & Storytelling	25
2.2.6. Testen	28
2.3. Conclusio Design Thinking	29
3. Lean Start-up	30
4. Weitere agile Methoden und Literatur	32
5. Exkurs: PDCA und Six-Sigma	34
5.1. PDCA (Plan-Do-Check-Act)	34
5.2. Six-Sigma	36
Businessplanning (Mario Kwas)	37
1. Einleitung	37
1.1. Entscheidungsgrundlagen	37
2. Das Business Model Canvas	38
2.1. Die neun Bausteine als Basis	39
2.2. Darstellung des Business Model Canvas	50
3. Der klassische Businessplan	51
3.1. Kriterien für einen fundierten Businessplan	51
3.2. Bestandteile eines Businessplans	51
3.2.1. Executive Summary	51
3.2.2. Das Geschäftsmodell	52
3.2.3. Das Gründerteam	53
3.2.4. Organisations- und Personalplanung	53
3.2.5. Marktsituation, Zielgruppe und Mitbewerber	54
3.2.6. Vertriebsstrategie und Marketingplan	54
3.2.7. Kostenplanung	55

3.2.8. Finanz- und Investitionsplan	56
3.2.9. Ergänzungen zum Businessplan	57
Strategische Planung und Unternehmensentwicklung (Alexander Drazdansky)	59
1. Einleitung	59
2. Strategische Planung	60
2.1. Designschule	60
2.1.1. Strategische Analyse	62
2.1.1.1. SWOT-Analyse	62
2.1.1.2. BCG-Analyse	63
2.1.2. Strategische Positionierung	66
2.1.2.1. Selbstwahrnehmung – Unternehmensidentität	67
2.1.2.2. Marktwahrnehmung – Unternehmenspositionierung	71
2.1.3. Strategische Umsetzung und Kontrolle	74
2.1.3.1. Funktionale Strategie	74
2.1.3.2. Balanced Scorecard (BSC)	77
3. Unternehmensentwicklung	79
3.1. Wachstumsmodell nach Greiner	79
3.2. Phasenmodell nach Bleicher	82
3.3. Zieldimensionen der Unternehmensentwicklung	84
2. Early Stage Phasen/Start-up/Gründung	87
Marketing (Sandra Krenn-Lachawitz)	89
1. Einleitung	89
2. Was ist Marketing?	89
2.1. Marketing als Prozess	90
3. Marktforschung	91
3.1. Marktforschung Richtung Endkunde	92
3.1.1. Online-Marktforschung	93
3.2. Erkenntnisse zum Käuferverhalten	93
3.2.1. Der Kaufentscheidungsprozess	94
3.2.2. Kundenerwartung	96
4. Die vier Ps	98
4.1. Product	98
4.2. Promotion: Kommunikation und Werbung	98
4.2.1. Integrierte Kommunikation/Auswahl der Medien/Customer Experience	99
Business Pitch – Überzeugend präsentieren und gewinnen (Iris Zeppezauer)	103
1. Einführung	103
1.1. Was ist ein Pitch?	103
1.2. Recherche als Basis zielgerichteter Ansprache	104
1.2.1. Pitch systematisch vorbereiten: Wie gut kennen wir unsere Zielperson(en)?	104
1.3. Grundlagen der Kommunikation: Beziehung und Respekt	107
1.3.1. Nonverbale Kommunikation und Status	109

1.4.	Der erste Eindruck	109
1.4.1.	Wirkungsfaktoren beim ersten Eindruck	110
1.4.1.1.	Körperhaltung	110
1.4.1.2.	Stimme, Sprache und Ausdruck	111
1.4.1.3.	Das Ziel kennen und teilen	111
1.4.1.4.	Bilder und Geschichten	112
1.4.1.5.	Aufmerksamkeit und Sprechpausen	112
1.4.1.6.	Blickkontakt	113
1.4.1.7.	Aussehen und Stil	113
1.5.	Persönlichkeits- und Verhaltenstypen	113
1.5.1.	Von dominant bis emotional: Verhaltenstypen einschätzen und Strategie planen	114
1.5.2.	Die vier Verhaltenstypen	114
1.6.	Mit dem optimalen Gesprächsablauf zum Ziel	116
1.6.1.	Mit der Tür ins Haus fallen?	116
1.6.2.	Mit dem optimalen Gesprächsablauf zum Ziel	116
1.6.2.1.	Drei-Phasen-Technik zur Gesprächsführung	116
1.7.	Elevator Pitch: In 30 Sekunden Interesse generieren	118
1.7.1.	Den eigenen Elevator Pitch generieren	118
1.8.	Pitch-Präsentation: Mit zielgerichteten Statements überzeugen	120
1.8.1.	Der Einstieg	120
1.8.2.	Das Wichtigste auf den Punkt bringen: Präsentationsstruktur	121
1.9.	Q & A – Redegewandt durch den kritischen Teil	122
1.10.	Der Abschluss	123
	Platzierung und Vertrieb (Petra Horejs)	125
1.	B2C oder B2B – der feine Unterschied	125
2.	Business to Consumer (B2C): Das Geschäft mit dem Endkunden – Definition und Ausrichtung	125
3.	Neukunden vs Bestandskunden – die Bedürfnisse und der Wert des Kunden	127
4.	Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Kundenservice – diese drei Ks gewinnen immer mehr an Bedeutung	130
5.	Direkter Kundenkontakt vs E-Commerce	133
6.	Preisfindung von Produkten und Dienstleistungen	135
	Business-to-Business-Verkauf (Alexander Eigner)	139
1.	Verkaufsmanagementprozess	140
2.	Verkaufstraining/Verkaufsgespräch	143
3.	Verkaufscontrolling	146
	Social Media Marketing (Stephan Hönigsperger/Andreas Zommer)	149
1.	Einleitung	149
1.1.	Was ist Social Media?	149
1.2.	Social-Media-Bereiche	149
1.3.	Herausforderungen	150

2.	Sechs Schritte zur Social-Media-Strategie	151
2.1.	Einleitung	151
2.2.	Ziele definieren	151
2.3.	Zielgruppen und Wettbewerber überprüfen	151
2.4.	Inhalte festlegen und Community Management	152
2.5.	Social-Media-Plattformen bestimmen	152
2.6.	Ressourcen planen	154
2.7.	Monitoring	154
3.	Social-Media-Marketing – Kennzahlen	155
3.1.	Einleitung	155
3.2.	Die wichtigsten Social-Media-Kennzahlen	155
4.	Content	157
4.1.	Content-Kalender	158
4.2.	Content-Strategie	158
4.3.	Content-Ideen	158
5.	Community Management	159
5.1.	Einleitung	159
5.2.	90-9-1-Regel	159
5.3.	Leitung übernehmen	159
5.4.	User-generated Content	159
5.5.	Community-Kenntnis	160
6.	Social-Media-Monitoring	160
7.	Social-Media-Marketing – Briefing	161
7.1.	Einleitung	161
7.2.	Aufbau und Bestandteile eines Briefings	161
8.	Stolperfallen	165
8.1.	Impressum	165
8.2.	Urheberrecht	165
8.3.	Haftung für Nutzer	165
8.4.	Wettbewerbsrecht	166
8.5.	Direktmarketing	166
8.6.	Gewinnspiele	166
	Fundraising (Florian Kandler)	167
1.	Was bedeutet „Fundraising“ in der Start-up-Welt?	167
1.1.	Strategie, Methoden und Mindset	167
2.	Will ich überhaupt Investoren?	168
2.1.	Neue Miteigentümer, neue Spielregeln	169
2.2.	Große Investoren, große Erwartungen. Kleine Investoren, kleine Erwartungen?	169
2.3.	Welche Art von Firma wollen Sie überhaupt gründen?	170
3.	Wollen mich Investoren überhaupt?	171
3.1.	Grundsätzlich finanzierbare Unternehmen	171
3.2.	Derzeit nicht finanzierbare Unternehmen	172

4.	Welche Investoren will ich?	173
4.1.	Arten von Investoren	173
4.1.1.	Family & Friends	174
4.1.2.	Förderungen und Zuschüsse	174
4.1.3.	Akzeleratoren und Inkubatoren	174
4.1.4.	Angel-Investoren	175
4.1.5.	VC – Venture-Capital-Firmen	175
4.1.6.	Corporate Investors	176
4.2.	Was brauchen und wollen Sie – außer Geld?	177
4.2.1.	Ihr Unternehmen und Sie	177
4.2.2.	Jetzt und in der Zukunft	177
4.2.3.	Verfügbarkeit und Ihr Bedarf	178
4.2.4.	Theorie und Praxis	178
4.2.5.	Sprich mit finanzierten Gründern	179
5.	Ihr Fundraising-Masterplan	179
5.1.	Die vier Phasen	179
6.	Der Deal	182
	Finanzierung (Thomas Krenn)	187
1.	Einleitung	187
2.	Finanzierungsnotwendigkeiten und Finanzierungsformen	188
2.1.	Eigen- versus Fremdfinanzierung und Innen- versus Außenfinanzierung	191
2.1.1.	Innenfinanzierung	192
2.1.1.1.	Selbstfinanzierung	193
2.1.1.2.	Finanzierung aus Abschreibungen und Rückstellungen	193
2.1.1.3.	Finanzierung aus Vermögensumschichtung	195
2.1.2.	Außenfinanzierung	196
2.1.2.1.	Beteiligungen und Einlagen	197
2.1.2.2.	Kreditfinanzierungen	198
2.2.	Cashflow	204
2.3.	Sonderformen der Finanzierung	206
2.3.1.	Mezzanine-Finanzierungen	206
2.3.2.	Crowdfunding und Crowdinvesting	208
2.3.2.1.	Typen des Crowdfundings	211
2.3.2.2.	Der Crowdfunding-Prozess	215
2.3.3.	Leasing	215
2.3.4.	Factoring	217
3.	Grundzüge des Ratings	218
3.1.	Basel II und III	220
4.	Wesentliche, für die Kreditvergabe notwendige KPIs	221
4.1.	Innenfinanzierungsgrad	222
4.2.	Schuldentilgungsdauer oder auch dynamischer Verschuldungsgrad	222
4.3.	EBITDA (Earnings before Interest Taxes, Depreciation and Amortisation)	222
4.4.	Kapitalstruktur (Eigenkapital-, Fremdkapitalquote und Verschuldungsgrad)	223

3. Expansionsphase	225
Personalbeschaffung für Unternehmensgründer (Catrin Mayerhofer-Trajkovski)	227
1. Personalmanagementkreislauf	227
2. Personalbeschaffungsprozess (Recruitingprozess)	228
2.1. Personalbeschaffung durch interne Nachbesetzung	229
2.2. Personalbeschaffung durch externe Nachbesetzung	230
2.2.1. Stellenbeschreibung	231
2.2.2. Anforderungsprofil	232
2.2.3. Stellenanzeige/Inserat	233
2.2.4. Suche im Internet	235
3. Personalauswahl	236
3.1. Bewerbungsunterlagen	236
3.2. Vorstellungsgespräch	237
3.3. Testverfahren	240
4. Exkurs: Förderungen	241
Einführung Investition (Georg Mozelt)	243
1. Einleitung und Abgrenzung von Investition	243
2. Arten und Zweck von Investitionen	243
3. Entscheidung und Alternativen	244
4. Statische Investitionsrechenverfahren	245
4.1. Kostenvergleichsrechnung	246
4.2. Gewinnvergleichsrechnung	247
4.3. Rentabilitätsvergleichsrechnung	249
4.4. Amortisationsrechnung	250
5. Dynamische Investitionsrechenverfahren	251
5.1. Kapitalwertmethode	253
5.2. Annuitätenmethode	255
5.3. Methode des internen Zinssatzes	256
5.4. Zusammenfassende Betrachtung der dynamischen Verfahren	257
6. Conclusio	258
Unternehmensplanung und Kostenrechnung (Gregor Seebacher)	261
1. Grundlagen der Buchhaltung und Bilanzierung	261
2. Kostenrechnung als wichtiger Teil des Informationssystems im Unternehmen	264
3. Teil- und Vollkostenrechnung	266
3.1. Kostenstellenrechnung – Wo sind die Kosten entstanden?	267
3.2. Kostenartenrechnung – Welche Kosten sind entstanden?	268
3.3. Kostenträgerrechnung – Wofür sind die Kosten entstanden?	271
3.4. Deckungsbeitragsrechnung	275
3.5. Steuerung und Kontrolle durch die Deckungsbeitragsumsatzfaktoren- rechnung	277
3.5.1. Prozesskostenrechnung	277
3.5.2. Zielkostenrechnung	278
3.5.3. Break-Even-Analyse	278
3.6. Wareneinsatz- und Rohaufschlagsverprobung	281

4.	Unternehmensplanung und Unternehmensführung	281
4.1.	Die Vorausrechnung	282
4.2.	Die strategische Investitionsplanung und Planungsrechnung	282
4.3.	Das Unternehmensbudget	282
4.4.	Das Erstellen eines Finanzplanes, die integrierte Unternehmensplanung	283
4.5.	Der Plan-/Soll-/Ist-Vergleich	283
4.6.	Vorschaurechnung	286
5.	Balanced Scorecard	287
5.1.	Verknüpfung der BSC-Kennzahlen mit der Strategie des Unternehmens	287
6.	Key Performance Indicators (KPIs)	289
6.1.	Auswirkungen auf die Kennzahlen	291
6.2.	Verbesserung der Performance durch die finanzielle Unternehmensführung	294
6.3.	URG-Kennzahlen	295
6.4.	Multiplikatoren für die Unternehmensbewertung	295
7.	Bilanzanalyse als Teil der Unternehmensanalyse	296
7.1.	Das Investment-Memorandum als Informationsgrundlage für Beteiligungs-/ Investmententscheidung	297
7.2.	Die Bilanzanalyse	298
7.3.	Analyse der Vermögensstruktur	299
7.4.	Analyse der Kapitalstruktur	299
7.5.	Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung	300
7.6.	Die Liquiditätsanalyse	300
4.	Organisationsplanung	303
	Unternehmensführung (Sarah Meisenberger)	305
1.	Einleitung	305
2.	Vorstellungskraft	308
2.1.	Kreativität	309
2.2.	Marktkennntnis	310
2.2.1.	Die Zielgruppe und Customer Channels	314
2.2.2.	Der Kundennutzen	314
2.2.3.	Das Alleinstellungsmerkmal	315
3.	Kommunikation	316
3.1.	Sinnhaftigkeit (meaning)	317
3.2.	Beitrag zum Ganzen (contribution)	319
4.	Beharrlichkeit	320
4.1.	Die Prozess-Landkarte Ihres Unternehmens	320
4.2.	Der Aufbau Ihres Unternehmens	321
4.3.	Stellenbeschreibungen und Management by Objectives	322
5.	Unternehmerisches Denken und Handeln	323
5.1.	Unternehmergeist	324
5.2.	Verantwortung	324
5.3.	Wissen	325

6. Unternehmensführung – Erschaffen von wirtschaftlichen Werten	326
6.1. Der Fokus: Kunde	326
6.2. Wiederholen, Fokussieren und Intensivieren	326
Projektmanagement (Thomas Mohl)	329
1. Projektmanagement-Theorie	329
1.1. Definition Projekt	331
1.2. Projekt-Struktur	332
1.2.1. Projekt-Organisation	333
1.2.2. Projektrollen	335
1.3. Projekt-Teilprozesse	335
1.3.1. Vor-Projektstart	336
1.3.2. Projektstart	336
1.3.3. Projektkoordination	337
1.3.4. Projektcontrolling	337
1.3.5. Projektmarketing	337
1.3.6. Projektabschluss	337
1.3.7. Projekt-Nachphase	338
2. Projektmanagement-Praxis	338
2.1. Dimensionen des Projekts	338
2.2. Projektantrag	339
2.3. Umfeldanalyse	340
2.4. Projekt-Struktur	341
2.4.1. Projekt-Struktur-Plan	341
2.4.2. Arbeitspakete	344
2.4.3. Meilensteine und Meilensteinplan	345
2.4.4. Balkendiagramm	347
2.5. Projekt-Risiken-Analyse	348
3. Projekt-Start und -Ende	352
3.1. Projekt-Start-Kultur	352
3.2. Projekt-Abschluss	352
4. Das Wesentliche in Kürze	353
IT-Security (Martin Puaschitz)	355
1. Einleitung	355
2. Sicherheit im Allgemeinen	355
2.1. Management von Daten	356
2.2. Verschiedene Datenarten	357
2.3. Verschiedene Speicherorte	358
2.4. Berechtigungsmanagement	358
3. Sicherheit bei der Datenkontinuität	359
3.1. Redundanz bei Festplatten: RAID	359
3.2. Definition und Nutzen von Back-ups	360
3.3. Einflussfaktoren auf Back-ups	361
3.4. Möglichkeiten von Back-up-Systemen	361

3.5.	Arten von Back-ups	362
3.6.	Spezialitäten von Datenbanken	363
4.	Sicherheit im Netzwerk	363
4.1.	Kabelgebunden vs Wifi-Netze	363
4.2.	Einfluss auf Funk-Qualität in Wohngebäuden	364
4.3.	Definition und Zusammenspiel der Geräte	364
4.4.	Sicherheit bei neuen Geräten	366
5.	Sicherheit bei Passwörtern	366
5.1.	Hauptprobleme bei Passwörtern	366
5.2.	Hintergrund und Angriffsvektoren	367
5.3.	Aktuelle Mindestvoraussetzungen	368
5.4.	Merkbare Passwörter vs Passwortspeicherung	368
5.4.1.	Zwei-Faktoren-Authentifizierung	369
6.	Sicherheit im Basissystem	370
6.1.	Updates und Patch-Management	370
6.2.	Antivirenschutz und Management	371
6.3.	Beispiele des Managements nach Komplexität	372
7.	Sicherheit am Smartphone	373
7.1.	Angriffsmöglichkeiten und Auswirkungen	373
7.2.	Schutzmöglichkeiten sowie Einflussfaktoren	373
8.	Sicherheit bei der Verbindung	375
8.1.	Hintergrund und Definition SSL-Verschlüsselung	375
8.2.	Beispiele abzusichernder Applikationen	376
9.	Sicherheit in der Cloud	378
9.1.	Potenzielle Gefahren und Risiken in der Cloud	378
9.2.	Unternehmerische Verpflichtungen bei Cloud-Nutzung	378
9.3.	Definition von Bandbreite als Voraussetzung	379
10.	Sicherheit bei Spam, Phishing und Viren	380
10.1.	Hintergrund und Anwendungsmöglichkeiten	380
10.2.	Einfache Schutzmaßnahmen	380
10.3.	Sicherheit bei Messaging-Diensten	381
10.4.	Sonderfall Krypto-Trojaner	381
5.	Rechtliche Grundlagen	383
	Compliance (Kathrin Hagenauer/Eva Ritter)	385
1.	Einleitung – Recht und Compliance	385
2.	Unternehmen und Compliance	386
2.1.	Zweck	386
2.2.	Haftung	387
2.2.1.	Unternehmen	387
2.2.2.	Geschäftsleitung	388
2.2.3.	§ 9 VStG-Verantwortlicher	390
2.2.4.	Compliance-Verantwortlicher	390

3.	Compliance-Management-Systeme (CMS)	391
3.1.	Allgemeines	391
3.2.	Prävention	392
3.3.	Compliance-Verantwortlicher – Kompetenzen/Person	393
3.4.	Compliance praktizieren	394
3.4.1.	Tone from the top	394
3.4.2.	Compliance-Richtlinie	394
3.4.3.	Schulungen	395
3.4.4.	Standards und Zertifizierung	396
3.4.5.	Regelmäßige Überprüfung	397
4.	Materielle Compliance-Gebiete im Überblick	397
4.1.	Allgemeiner Überblick	397
4.2.	Arbeitsrecht	398
4.2.1.	Allgemeines	398
4.2.2.	Besondere Themen	399
4.2.3.	Exkurs: Social Media	401
4.3.	Datenschutz	401
4.3.1.	Allgemeines	401
4.3.2.	Umsetzung der DSGVO	401
4.3.3.	Besondere Themen	402
4.4.	Wirtschaftsstrafrecht/Antikorruptionsrecht	403
4.4.1.	Überblick strafrechtlicher Handlungen nach dem StGB	404
4.4.2.	Geschenkannahme/Vorteilsgewährung/Bestechung	404
4.5.	Gesetzlich compliance-relevante Gebiete	405
4.5.1.	Banken/Finanzdienstleister/Wertpapierfirmen	405
4.5.2.	Sonstige	406
5.	Exkurs: Corporate Governance und CSR	406
	Steuern und Abgaben (Werner Fleischmann)	409
1.	Einleitung Steuern und Abgaben	409
2.	Rechtsformen	409
2.1.	Einzelunternehmen	409
2.2.	Personengesellschaften	410
2.2.1.	Offene Gesellschaft (OG)	410
2.2.2.	Kommanditgesellschaft (KG)	410
2.2.3.	Gesellschaft nach bürgerlichem Recht (GesBR)	411
2.2.4.	Atypisch stille Gesellschaft	411
2.3.	Kapitalgesellschaften	411
2.3.1.	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	411
2.3.2.	Aktiengesellschaft (AG)	412
2.3.3.	Spezialfall GmbH & Co KG	412
2.4.	Übersicht der Vor- und Nachteile	412

3.	Steuern und Sozialversicherung	413
3.1.	Einkommensteuer	413
3.1.1.	Die sieben Einkunftsarten	413
3.1.2.	Gewinnermittlung/Überschussermittlung	414
3.1.3.	Steuerberechnung, Steuersatz, Stufentarif	414
3.2.	Körperschaftsteuer	415
3.3.	Umsatzsteuer	416
3.3.1.	Steuerbar/nicht steuerbar, steuerpflichtig/steuerfrei	417
3.3.1.1.	Steuerbare Umsätze	417
3.3.1.2.	Steuerfreie Umsätze	417
3.3.1.3.	Steuerpflichtige Umsätze	418
3.3.2.	Der Regelfall in der Umsatzsteuer	418
3.3.3.	Die Kleinunternehmerregelung	419
3.4.	Sozialversicherung	420
3.4.1.	Höhe und Zusammensetzung der Sozialversicherungsbeiträge	420
3.4.2.	Vorläufige Vorschreibung und Berechnung der Nachzahlungen	420
3.4.3.	Ausnahmen von der Pflichtversicherung	422
4.	Zusammenfassung	423
	Das Recht (Martin Fischer)	425
1.	Das Recht	425
1.1.	Allgemeines	425
1.2.	Der Stufenbau der Rechtsordnung	425
1.3.	Öffentliches Recht und Privatrecht	425
1.4.	Rechtsquellen	425
2.	Das öffentliche Recht	426
2.1.	Verfassungsrechtliche Grundlagen	426
2.2.	Vollziehung	426
2.3.	Rechtsschutzmöglichkeiten	426
2.4.	Exkurs Materiengesetze	427
3.	Das Privatrecht	427
3.1.	Grundzüge des Privatrechtes	427
3.2.	Privatautonomie	427
3.3.	Das Sachenrecht	427
3.3.1.	Das Eigentumsrecht	428
3.3.2.	Das Pfandrecht	428
3.3.3.	Dienstbarkeiten	428
3.4.	Das Schuldrecht	429
3.4.1.	Der Kauf	429
3.4.2.	Der Tausch	429
3.4.3.	Die Schenkung	430
3.4.4.	Die Leihe	430
3.4.5.	Das Darlehen	430
3.4.6.	Der Bestandvertrag	430
3.4.7.	Das Leasing	430

3.4.8. Der Werkvertrag	431
3.4.9. Der Dienstvertrag	431
3.5. Gesetzliches Schuldrecht	431
3.5.1. Schadenersatz	431
3.5.2. Bereicherungsrecht	432
3.5.3. Geschäftsführung ohne Auftrag	432
3.5.4. Gläubigeranfechtung	432
3.6. Sonderprivatrechte	432
3.6.1. Unternehmensrecht	432
3.6.2. Gesellschaftsrecht	433
3.6.3. Konsumentenschutzrecht	433
3.7. Öffentliche Register	434
3.7.1. Das Grundbuch	434
3.7.2. Das Firmenbuch	434
4. Grundzüge des Exekutions- und Insolvenzrechtes	435
4.1. Grundlagen der Exekutionsordnung	435
4.2. Grundlagen der Insolvenzordnung	436
5. Grundzüge des Strafrechtes	436
5.1. Recht zur Sanktion	436
5.2. Strafgesetzbuch und Strafprozessordnung	436
5.3. Verwaltungsstrafverfahren	437
Arbeitsrecht (Petra Laback)	439
1. Rechtsquellen	439
1.1. Rechtswirkungen von Rechtsquellen	439
1.2. Rangordnung/Stufenbau der Rechtsquellen	440
1.3. Europäisches Arbeitsrecht	440
1.4. Kollektivverträge	441
1.5. Betriebsvereinbarungen	441
2. Dienstverhältnis	442
2.1. Wesensmerkmale des Arbeitsverhältnisses	442
2.2. Abgrenzung zu anderen Vertragsverhältnissen	442
2.2.1. Werkvertrag	442
2.2.2. Freier Dienstvertrag	442
3. Personeller Bezugsrahmen	442
3.1. Arbeitgeber	442
3.2. Exkurs: Betriebsübergang	443
3.3. Gliederung der Arbeitnehmer	443
3.4. Besonders geschützte Arbeitnehmer	443
4. Begründung des Arbeitsverhältnisses	443
4.1. Abschluss eines Vertrages	443
4.2. Formvorschriften/Dienstzettel	443
5. Inhalt des Arbeitsverhältnisses	443
5.1. Arbeitspflicht/Entgeltzahlungspflicht	443
5.2. Treuepflicht – Fürsorgepflicht	444
5.3. Entgeltfortzahlung	444

5.4. Gleichbehandlung	444
5.5. Urlaub	444
5.6. Schaden und Haftung	445
6. Beendigung von Arbeitsverhältnissen	445
6.1. Auflösung während der Probezeit	445
6.2. Zeitablauf befristeter Arbeitsverhältnisse	445
6.3. Arbeitgeberkündigung/Arbeitnehmerkündigung	445
6.4. Einvernehmliche Auflösung	446
6.5. Entlassung durch den AG	446
6.6. (Un-/berechtigter) vorzeitiger Austritt durch den AN	446
6.7. Tod des AN	447
6.8. Kündigungs- und Entlassungsschutz	447
7. Arbeitnehmerschutz	447
7.1. Technischer Arbeitnehmerschutz	448
7.2. Arbeitszeit	448
7.3. Verwendungsschutz	449
8. Betriebsrat	449
9. Arbeitsgerichtsbarkeit	449
Stichwortverzeichnis	451