



Kapitel 1: Bereich Absatz

Das Kapitel behandelt die wichtigsten Themen rund um den Absatz von Fahrzeugen, wie Kaufvertrag, Rechnung, Bezahlung, Finanzierung, Leasing, Versicherung und Steuern sowie Werbung und Werbemaßnahmen. Die Themenblöcke des Kapitels können in der Regel individuell behandelt werden, lediglich die Themen 1 „Der Kaufvertrag“ und 2 „Erkennen des Abstraktionsprinzips bei der Kaufhandlung“ sollten zusammenhängend bearbeitet werden.

1. Der Kaufvertrag

Die Schüler erarbeiten, wie ein Kaufvertrag zustande kommt und welche Faktoren bei einer Kaufverhandlung einfließen. Es wird § 433 des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) besprochen. Die behandelten Gesetzestexte können dabei im Gesetzbuch oder auch unter www.gesetze-im-internet.de eingesehen werden.

Auf dem interaktiven Tafelbild *Der Kaufvertrag I* erarbeiten die Schüler anhand des Paragraphen die Pflichten für Verkäufer und Käufer, die sich aus einem Kaufvertrag ergeben. Die *Kopiervorlage 1.1* dient der Ergebnissicherung.

2. Erkennen des Abstraktionsprinzips bei der Kaufhandlung

Die Kaufhandlung lässt sich in ein Verpflichtungsgeschäft und zwei Verfügungsgeschäfte gliedern. Bei einem *Verpflichtungsgeschäft* verpflichtet sich ein Schuldner zur Vornahme eines Tuns, Unterlassens oder Duldens. Im Falle eines Autokaufs stellt die Unterzeichnung des Kaufvertrags das Verpflichtungsgeschäft dar. Die *Verfügungsgeschäfte* bestehen aus der Übereignung des Geldes und der Übereignung des Autos. Das Verpflichtungsgeschäft und die beiden Verfügungsgeschäfte führen ein juristisches Eigenleben und können zeitlich voneinander versetzt ablaufen.

In diesem Zusammenhang sollte der Begriff der Willenserklärung (Antrag § 145 BGB und Annahme § 147 BGB) vom Lehrer erläutert werden: Der Wille des Käufers muss nach außen hin erklärt werden und kann auf mündliche, schriftliche oder elektronische Art erfolgen. Bei einem Autokauf kann man davon ausgehen, dass die Willenserklärung schriftlich abgegeben wird. Eine notarielle Beurkundung ist nicht nötig.

Ebenfalls besprochen werden sollten die Begriffe schuldrechtlicher Vertrag (beim Verpflichtungsgeschäft) und sachenrechtlicher Vertrag (beim Verfügungsgeschäft).

Der *schuldrechtliche Vertrag* wird durch den Kaufvertrag begründet. Für sowohl den Verkäufer als auch den Käufer entstehen Pflichten.

- Pflichten des Verkäufers:
Der Verkäufer muss dem Käufer die Sache übergeben. Dabei muss die verkaufte Sache frei von Sach- und Rechtsmängeln sein, darf also keine Fehler aufweisen. Darüber hinaus muss der Verkäufer dem Käufer das Eigentum an der Sache verschaffen.
- Pflichten des Käufers:
Der Käufer muss den Kaufgegenstand abnehmen und den vereinbarten Kaufpreis zahlen.

Der *sachenrechtliche Vertrag* schafft ein Rechtsverhältnis zwischen Käufer und Sache.

Zudem werden die Begriffe Eigentum und Besitz voneinander abgegrenzt. Der Übereignungsvertrag § 929 BGB und die Besitzabgabe als Realakt § 854 BGB sind hier zu thematisieren.

Auf dem interaktiven Arbeitsblatt *Der Kaufvertrag II* haben die Schüler die Möglichkeit, das Gelernte in einer Übung anzuwenden. Sie sollen die verschiedenen Begriffe eines Kaufvertrages den Schaubildern zuordnen.

Lösung „Der Kaufvertrag I“:

Pflichten des Käufers Sebastian:

- Zahlung des vereinbarten Kaufpreises
- Abnahme des Autos

Pflichten des Verkäufers Autohaus Müller:

- Übergabe und Übereignung des PKW
- Der PKW muss frei von Sach- und Rechtsmängeln sein

Lösung „Der Kaufvertrag II“:

1. Verpflichtungsgeschäft
2. Kaufvertrag
3. Übereignungsvertrag
4. Besitzübergabe des Geldes
5. Autohaus Müller wird Besitzer und Eigentümer des Geldes
6. Sebastian wird Eigentümer und Besitzer des PKW
7. Besitzübergabe des Autos

3. Der Fernabsatzvertrag (§ 312 b-g BGB)

Da heute das Internet und virtuelle Plattformen beim Kauf von Automobilen eine immer wichtigere Rolle spielen, empfiehlt es sich, den Fernabsatzvertrag im Unterricht zu behandeln. Gerade die Rechte des Käufers und die Pflichten des Verkäufers sind von Bedeutung. Die digitalen Tafelbilder *Der Fernabsatzvertrag I+II* ermöglichen eine spielerische Erarbeitung des Themas und führen an die Kernbegriffe des Fernabsatzvertrages heran. Die *Kopiervorlage 1.2* dient der Lernzielkontrolle und der Ergebnissicherung.



Kapitel 1: Bereich Absatz

Lösung „Der Fernabsatzvertrag I“:

Fernabsatzverträge sind Verträge über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen, die zwischen einem Unternehmen und einem Verbraucher unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln abgeschlossen werden. Fernkommunikationsmittel sind Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrages zwischen Verbraucher und Unternehmer eingesetzt werden. Dazu gehören E-Mail, Telefonanrufe, sowie Rundfunk, Tele- und Mediendienste. Dem Verbraucher steht bei einem Fernabsatzvertrag ein Widerrufsrecht zu.

Lösung „Der Fernabsatzvertrag II“:

Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr:

- Der Unternehmer muss dem Kunden angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung stellen, um Eingabefehler vor Abgabe der Bestellung zu erkennen und zu berichtigen und um den Zugang der Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen.
- Die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen müssen abgerufen und gespeichert werden können.

4. Bezahlung der Rechnung

Die Schüler erkennen, wie eine Rechnung aufgebaut ist und sollen lernen die Begriffe Nettorechnungsbetrag, Bruttorechnungsbetrag und Mehrwertsteuer voneinander abzugrenzen. Für den Unterricht ist es sinnvoll, die Ermittlung des Bruttobetrag anhand einer Beispielrechnung durchzuführen.

Bei Barzahlung oder der Bezahlung eines Kaufgegenstandes innerhalb einer bestimmten Frist, können vom Verkäufer Skontoabschlüsse eingeräumt werden. In der Regel beträgt solch ein Skontobetrag 2-3 Prozent. Rabatte werden ebenfalls vom Verkäufer eingeräumt. Sie werden sofort vom Kaufpreis abgezogen.

Mithilfe der *Kopiervorlage 1.3* und den interaktiven Tafelbildern *Bezahlung der Rechnung I+II* können die Schüler Schritt für Schritt erarbeiten, wie sich Rabatte und Skonto auf den Kaufpreis auswirken. Ein kleines Quiz überprüft, ob die Kernaussagen verstanden wurden.

Bei den Rechenaufgaben wird nach zweimaliger Fehleingabe des Ergebnisses auf dem interaktiven Tafelbild ein Lösungsweg aufgezeigt, anhand dessen die Schüler zum richtigen Betrag gelangen können.

Lösung „Bezahlung der Rechnung I“:

- a) 4760 € bzw. 2975 €
- b) 4248 €
- c) 4198 €
- d) 2916 €

Lösung „Bezahlung der Rechnung II“:

- Beim Kauf des PKW kann einem Kunden sowohl Skonto als auch Rabatt eingeräumt werden
→ richtig
- Skonto ist ein Nachlass vom Listenpreis eines Autos
→ falsch
- Der Verkaufs- und der Listenpreis bei einem PKW sind identisch
→ falsch
- Skonto erhält man bei Zahlung innerhalb einer bestimmten Frist
→ richtig

5. Finanzierung eines PKW-Kaufs

Heutzutage gewinnen die Fremdfinanzierung, die Zahlung über Kredit, und das Leasen immer mehr an Bedeutung. Daher ist dieses Thema für Schüler besonders interessant und praxisorientiert.

Ziel des Themas ist es, sich über die Finanzierung eines Autos Gedanken zu machen. Die Schüler sollen die Begriffe Ratendarlehen und Leasing kennenlernen und abgrenzen können. Als Lernzielkontrolle dient das digitale Tafelbild *Finanzierung eines PKW-Kaufs*.

Alternativ können die Schüler den Arbeitsauftrag bekommen, sich bei einem Autohaus vor Ort über die aktuellen Finanzierungsmöglichkeiten für einen Kleinwagen zu erkundigen. Die Ergebnisse könnten in einem Kurzreferat präsentiert werden. Dabei sollen die Finanzierungsmöglichkeiten miteinander vergleichen und gemeinsam diskutiert werden. Die Schüler sollen erarbeiten, welche Art der Finanzierung ihnen am sinnvollsten erscheint. Die *Kopiervorlage 1.4* hilft ihnen dabei. Zur Vertiefung des Themas können außerdem Rechnungen durchgeführt werden, die der auf der Kopiervorlage angegebene ähneln.

Lösung „Finanzierung eines PKW-Kaufs“:

- Der Begriff „Leasing“ ist mit einem „Ratendarlehen“ gleichzusetzen.
→ falsch
- Der Leasingnehmer zahlt für den geleaste PKW monatliche Raten.
→ richtig
- Bei einem Ratendarlehen fallen für den Käufer eines PKW Tilgungszahlungen und Zinszahlungen an. → richtig
- Die Leasingrate setzt sich aus einer monatlichen Zinszahlung und einer jährlichen Tilgungsrate zusammen.
→ falsch



Kapitel 1: Bereich Absatz

- Ein Vorteil des Leasings ist, dass der Leasingnehmer den Kaufpreis nicht am Anfang in einer Summe aufbringen muss.
→ richtig
- Beim Leasen eines PKW kann der Leasingnehmer mit einem kalkulierbaren, regelmäßigen Aufwand rechnen.
→ richtig
- Ist das Ratendarlehen für den PKW bezahlt, wird der Kunde nicht Eigentümer des PKW.
→ falsch
- Bei einem Ratenkredit wird der Fahrzeugbrief bei der finanzierenden Bank als Sicherheit hinterlegt.
→ richtig

6. Versicherung und Steuern

Das interaktive Tafelbild *Versicherung und Steuern* soll den Schülern verdeutlichen, welche steuerlichen Belastungen und Versicherungen für einen PKW anfallen.

Als Einstieg bietet sich ein Arbeitsauftrag an, in dem die Schüler ihre Eltern befragen, wie hoch die steuerliche Belastung bzw. die Kosten für die Kfz-Versicherung sind. Im Unterrichtsgespräch kann dann auf die Kfz-Steuer und die Kfz-Versicherung eingegangen werden.

Die *Kfz-Haftpflichtversicherung* ist eine für zulassungspflichtige Fahrzeuge gesetzliche Pflichtversicherung. Ein Schaden kann beispielsweise bei einem Verkehrsunfall entstehen. Abgedeckt werden:

- Personenschäden (Heilungskosten und Renten bei Invalidität)
- Sachschäden
- Vermögensschäden

Für den Geschädigten ist von Bedeutung, dass er direkt auf Schadensersatz in Form von Geld Anspruch hat.

Bei der Beitragsgestaltung sind die Versicherungsunternehmen weitgehend ungebunden. Auf den Beitrag der Kfz-Versicherung wird ein sogenannter Schadensfreiheitsrabatt eingerechnet. Je länger der Versicherungsnehmer schadensfrei fährt, desto höher wird der Rabatt. Im Falle eines Unfalls wird der Rabatt wieder zurückgestuft.

Die Kaskoversicherung ist eine Versicherung gegen Schäden am Fahrzeug des Versicherten. Sie kommt bei Zerstörung, Beschädigung oder Verlust des Autos auf.

Die sogenannte *Teilkaskoversicherung* kommt in folgenden Fällen auf:

- Brand
- Explosion
- Diebstahl
- unmittelbare Einwirkung von Sturm, Hagel und Blitzschlag

- Zusammenstoß mit Haarwild
- Marderbisschäden
- Glasbruchschäden

Die Jahresbeiträge der Teilkaskoversicherung richten sich nach dem Typ des Autos. Es wird kein Schadensfreirabatt berücksichtigt.

Die *Vollkaskoversicherung* ist eine freiwillige Zusatzversicherung zur Ergänzung der gesetzlich vorgeschriebenen Kfz-Haftpflichtversicherung. Sie beinhaltet neben den Leistungen der Teilkaskoversicherung zusätzlich Schutz bei Vandalismus und Unfallschäden am eigenen Kraftfahrzeug. Dies gilt auch für selbstverschuldete Unfälle.

Die Kraftfahrzeugsteuer wird auf PKW, Motorräder, Wohnmobile und sonstige Zugmaschinen erhoben. Der bloße Besitz eines Fahrzeugs bedeutet jedoch zunächst keine Steuerpflicht. Erst mit der Zulassung des Gefährts zum Straßenverkehr beginnt auch die Zahlungspflicht. Der jeweilige Steuersatz wird anhand des Hubraums und der Schadstoffemission des Fahrzeugs ermittelt. Für Oldtimer mit H-Kennzeichen hingegen gibt es einen Pauschalsatz.

Lösung „Versicherung und Steuern“:

- Die Teilkaskoversicherung ist eine Versicherung, die Schäden an fremden Fahrzeugen abdeckt
→ falsch
- Durch eine Teilkaskoversicherung ist man in folgenden Fällen versichert: Brand, Diebstahl des Fahrzeugs und unmittelbare Einwirkung von Sturm, Hagel und Blitzschlag
→ richtig
- Füge ich dem PKW meiner Eltern einen Schaden mutwillig zu, so zahlt die Teilkaskoversicherung den Schaden
→ falsch
- In einer Vollkaskoversicherung sind Vandalismus und Unfallschäden, die selbst verursacht wurden, nicht versichert
→ falsch
- Der Kfz-Versicherung unterliegt das Halten von inländischen Fahrzeugen zum Verkehr auf öffentlichen Straßen
→ richtig
- Die Kfz-Steuer wird auf das Fahren von Kraftfahrzeugen erhoben
→ falsch

7. Werbung und Werbemaßnahmen

Zur Einführung in das Thema Werbung soll den Schülern mithilfe des interaktiven Tafelbildes *Werbung und Werbemaßnahmen* das AIDA-Prinzip vorgestellt werden. Der Begriff AIDA setzt sich aus den vier englischen Wörtern **A**ttention, **I**nterest, **D**esire und **A**ction zusammen, die das Grundprinzip von



Kapitel 1: Bereich Absatz

Werbung beschreiben: Aufmerksamkeit erregen (Attention), Interesse erzeugen (Interest), einen Besitzwunsch auslösen (Desire) und abschließend den Kauf bewirken (Action).

Das ursprünglich als Anleitung für ein Verkaufsgespräch entwickelte Modell soll die verschiedenen Phasen aufzeigen, durch die ein Verkäufer seinen Kunden im Verkaufsgespräch führen muss, um zum Verkaufsabschluss zu gelangen.

Bei der Abfolge des AIDA-Prinzips ist allerdings auch eine andere Reihenfolge der Werbewirkung möglich. So ist zum Beispiel das Interesse oft nicht die Folge von Aufmerksamkeit für ein Werbemittel, sondern gerade umgekehrt deren Voraussetzung: Ein Verbraucher, der sich für eine bestimmte Kategorie oder Marke interessiert, zeigt eine gesteigerte Aufmerksamkeit, sobald er eine Werbung in dieser Richtung bemerkt.

Für die weitere Erarbeitung des Prinzips und seiner Anwendung ist es sinnvoll, wenn die Schüler Werbefilme für verschiedene PKW aufnehmen oder/und sich Werbeprospekte von verschiedenen Autohäusern besorgen. Gerade der Einstieg mit einem Film eignet sich besonders, um das AIDA-Prinzip darzustellen und zu analysieren.

Durch die Anwendung des Prinzips auf die Werbung eines Autohauses werden die Schüler zur letzten Einheit des Kapitels geführt: dem Überblick über die vier verschiedenen Marketinginstrumente Produktpolitik, Preis- und Konditionenpolitik, Kommunikationspolitik und Distributionspolitik. Die *Kopiervorlage 1.5*, sowie das interaktive Tafelbild *Marketinginstrumente* helfen den Schülern, die Instrumente auf ein Autohaus anzuwenden und mit Beispielen zu bestücken.

Dabei sollten für die einzelnen Instrumente folgende Fragen thematisiert werden:

- Produktpolitik:
 - Wie wird das Produkt gestaltet?
 - Wie ist die Verpackung gestaltet?
 - Ist das Produkt in ein Sortiment eingebettet (Marke)?
 - Gibt es Sondermodelle?
 - Gibt es Produktinnovationen?
- Preis- und Konditionenpolitik:
 - Wie hoch ist der Verkaufspreis?
 - Gibt es Verkaufsaktionen und Rabatte?
 - Gibt es Sonderausstattungen und Sonderpreise?
- Kommunikationspolitik:
 - Welches Werbekonzept verspricht am meisten Erfolg?
 - Wie kann das Image des Unternehmens verbessert werden?
 - Macht das Unternehmen Öffentlichkeitsarbeit? Gibt es Hausmessen usw.?

- Distributionspolitik:
 - Wie gelangt das Produkt an den Kunden?
 - Wie sind die Verkaufsräume gestaltet?
 - Gibt es Händlernetze?

Kopiervorlage 1.5 ist als Zusammenfassung der Marketinginstrumente gedacht. Da der Themenbereich Marketing Schüler in der Regel sehr interessiert, sollte eine komplette Schulstunde darauf verwendet werden.

In diesem Zusammenhang können den Schülern auch verschiedene Arbeitsaufträge gegeben werden. Mögliche Ansatzpunkte sind:

- Untersuchung der Produktpolitik bei den Autohäusern vor Ort.
- Welche Preis- und Konditionenpolitik haben die Autohäuser vor Ort?
- Welche Distributionspolitik führen die Autohäuser durch?
- Wie ist die Distributionspolitik gestaltet?

Je nach Größe des Ortes, der Stadt oder des regionalen Einzugsgebietes ist zu überlegen, ob nur ein Schüler zu dem Interview in das Autohaus geht.

Die Ergebnisse können zum Beispiel in Form von Lernplakaten festgehalten und dann in Kurzreferaten präsentiert werden.

Lösung „Marketinginstrumente“:

Produktpolitik:

- Das Autohaus überlegt, ob es eine weitere Automarke anbieten soll.
- Der Kunde kann den Garantiezeitraum um sechs Monate verlängern.

Preis- und Konditionenpolitik:

- Bei Inzahlunggabe eines Gebrauchtwagens erhält der Kunde einen Rabatt.
- Bei Barzahlung der Reparaturrechnung wird ein Skonto von 2 % eingeräumt.
- Das Autohaus gewährt dem Kunden Müller beim Kauf eines Neuwagens 10 % Rabatt.

Kommunikationspolitik:

- Das Autohaus plant einen Werbeauftritt im Internet.
- Das Autohaus spendet 3.000 € an eine soziale Einrichtung.

Distributionspolitik:

- Das Autohaus überlegt sich, wie der Verkaufsraum gestaltet wird.