

DAA - Wirtschaftslexikon

Unternehmen und Unternehmensmerkmale

■ Unternehmen

Unternehmen sind - wie wir wissen - jene Wirtschaftssubjekte, die im Wirtschaftskreislauf als Nachfrager von Produktionsfaktoren und als Anbieter von Gütern auftreten.

Für betriebswirtschaftliche Erörterungen muss dieser allgemein gehaltene Unternehmensbegriff jedoch weiter präzisiert werden.

Unternehmen sind marktwirtschaftlich agierende Wirtschaftseinheiten, die ökonomisch und juristisch selbständig sind und über eine hinreichende, auf eingebrachten Eigenmitteln beruhende finanzielle Unabhängigkeit verfügen.

Das Handeln von Unternehmen wird - bei freiwilliger Übernahme des Marktrisikos - vom Unternehmenszweck bestimmt und orientiert sich – von ‚Non-Profit-Organisationen‘ abgesehen - an den Erfordernissen und Zielen des erwerbswirtschaftlichen Prinzips.

Die wirtschaftlichen Aktivitäten und Aktionsbereiche der Unternehmen werden dabei von Rahmenbedingungen beeinflusst, die in Gestalt von rechtlichen Regelungen und ordnungspolitischen Mitteln absichern sollen, dass das Handeln der Unternehmen auch dem Gemeinwohl dient.

Unternehmen sind offene Systeme, das heißt, sie stehen mit einer relevanten Umwelt in vielfältigen, wechselseitigen Austauschbeziehungen, aus denen sich wechselseitige Einflussnahmen und Abhängigkeiten begründen.

■ Betriebe

Unternehmen sind - wie dargestellt - durch die Merkmale ökonomische und juristische Selbständigkeit, weitgehend finanzielle Unabhängigkeit u. a. charakterisiert, während wir mit dem Terminus **Betrieb** mehr solche Merkmale wie Standortgebundenheit, technisch-technologische Einheit u. a. verbinden.

Dies soll durch folgende Begriffsbestimmung deutlich werden:

Betriebe sind planvoll organisierte Wirtschaftseinheiten, die an einem definierten Standort gegebene und/oder beschaffte Leistungsfaktoren einsetzen und diese - entsprechend dem Betriebszweck - so miteinander kombinieren, dass Erzeugnisse und Leistungen entstehen, die kundenbezogen oder im freien Angebot einen Bedarf decken und damit marktlich verwertet werden sollen.

Betriebe stellen in produktionstechnischer, organisatorischer und auch in sozialer Hinsicht gegenüber ihrer Umwelt eine weitgehend homogene Einheit dar, die in der Regel auch äußerlich erkennbar ist und eine eindeutige Zuordnung zu Branchen (Industrie mit ihren verschiedenen Zweigen, Handwerk, Handel, Verkehr u. a.) erlaubt.

■ Merkmale von Unternehmen - Überblick

Die grundlegende Merkmale eines Unternehmens beziehen sich folgende Sachverhalte:

- Unternehmenszweck (Funktion des Unternehmens),
- Standort und Wirkungsraum des Unternehmens,
- Rechtsform des Unternehmens,
- Eigenmittelausstattung,
- Realisierung eines Leistungsprozesses,
- freiwillige Übernahme des Marktrisikos,
- Vorhandensein bestimmter Rahmenbedingungen für das Wirtschaften der Unternehmen.

Dazu folgende Modelldarstellung:

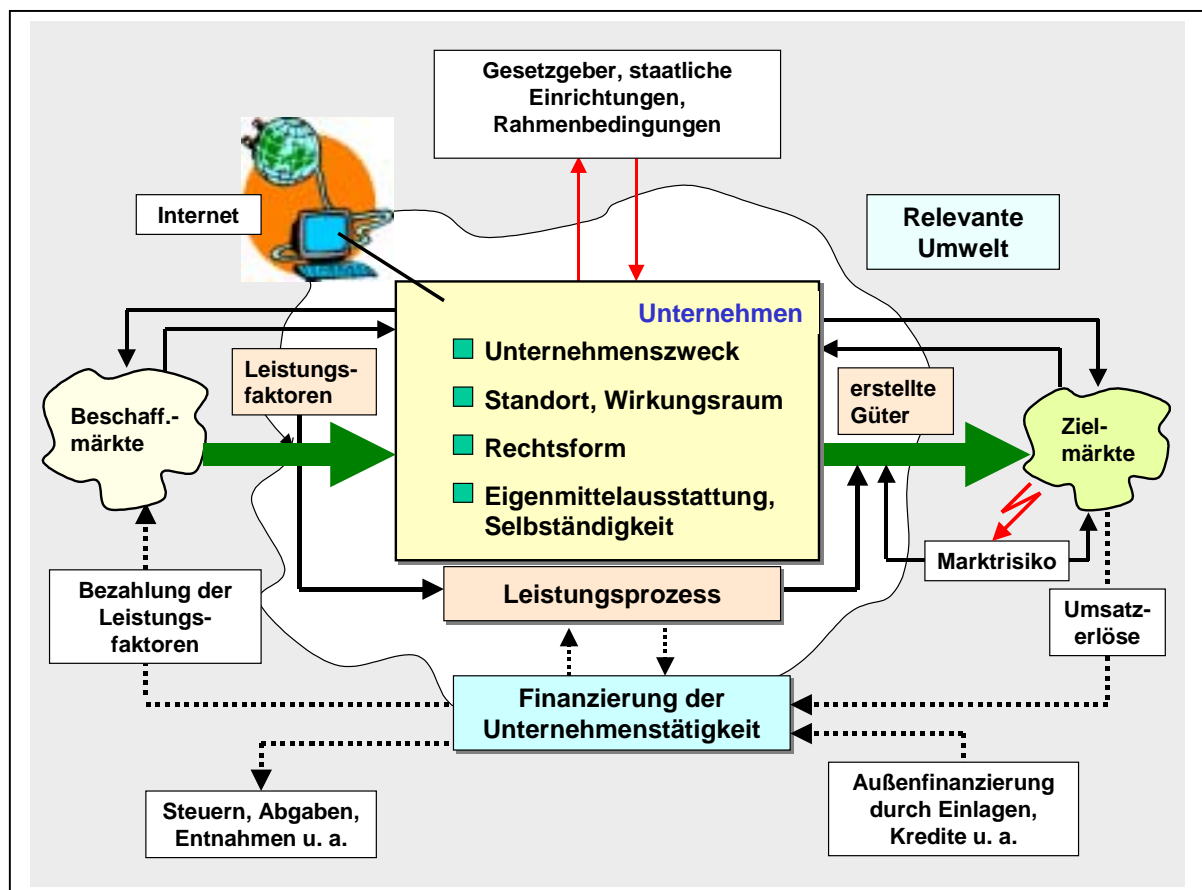


Abb. 1: Merkmale von Unternehmen

■ Unternehmenszweck

Der Unternehmenszweck ist der sachliche Gegenstand der gesamten Unternehmenstätigkeit und bestimmt damit den Inhalt des Geschäftsbetriebes des Unternehmens.

Bei privaten Unternehmen muss der Unternehmenszweck im Bereich der Wirtschaft liegen und auf die Erstellung und marktliche Verwertung von Gütern im Sinne der Fremdbedarfsdeckung ausgerichtet sein.

Die Angabe eines klar umrissenen Unternehmenszwecks ist Voraussetzung dafür, dass eine Anmeldung zur Eröffnung eines Gewerbebetriebes (Handelsgewerbe) von den zuständigen Stellen (Gewerbeamt, Finanzamt, Industrie- und Handelskammer, Handwerkskammer u. a.) angenommen wird.

Bei der Wahl und bei der Umsetzung seines Unternehmenszwecks ist das Unternehmen relativ autonom, d. h. es liegt in dieser Hinsicht keine Fremdbestimmung vor (Grundsatz der Gewerbefreiheit).

Der Unternehmenszweck bestimmt Art und Umfang des einzurichtenden Geschäftsbetriebes des Unternehmens als Kaufmann, was zugleich mit der Klärung des Sachverhalts zu verbinden ist, ob dieser Geschäftsbetrieb in einer kaufmännischen Art und Weise einzurichten ist oder nicht (vgl. § 1 HGB sowie § 14 GewO.)

■ Standort und Wirkungsraum

Als **Standort** eines Unternehmens gilt der geographisch bestimmte Ort, an dem das Unternehmen seine Leistungsfaktoren zum Einsatz bringt, um Ertragsgüter entsprechend seinem Unternehmenszweck zu erstellen.

Besteht ein Unternehmen aus mehreren Unternehmensteilen mit unterschiedlichen Standorten, gilt der Sitz der Unternehmensleitung als Standort des Unternehmens.

Als **Standortfaktoren** werden all jene Sachverhalte und Gegebenheiten in Betracht gezogen, deren ortsspezifisches Wirken signifikanten Einfluss auf die Wahl des konkreten Standortes für die Gründung bzw. Neuansiedlung eines Unternehmens und damit auf die Verwirklichung seiner ökonomischen, sozialen und ökologischen Ziele ausübt.

Dabei werden aufwandswirksame, personalwirtschaftliche sowie ertragswirksame Faktoren in einen Zusammenhang gebracht.

Als **Wirkungsraum** von Unternehmen ist sowohl der geographisch bestimmbare Aktionsradius im Handeln des betreffenden Unternehmens als auch die damit im Zusammenhang stehende Kombination von Produkten und Märkten innerhalb dieses Aktionsradiuses zu verstehen.

Der Wirkungsraum kann damit lokal, regional oder auf die nationale Volkswirtschaft begrenzt sein oder sich gar global gestalten.

Mit der Schaffung des Europäischen Binnenmarktes hat sich der Wirkungsraum auch für klein- und mittelständische Unternehmen erheblich erweitert.

Durch Geschäftsaktivitäten über Internet (Stichwort "E-Commerce") steht auch dem kleinsten Unternehmen ein globaler Wirkungsraum offen!

■ Rechtsform

Die Entscheidung über die Rechtsform gehört – zusammen mit der Bestimmung des Unternehmenszwecks und der Festlegung des Standortes des Unternehmens – zu den so genannten konstitutiven Entscheidungen der Gründung bzw. Umwandlung eines Unternehmens

Die Entscheidung zur Rechtsform eines Unternehmens bezieht sich auf die Wahl einer gesetzlich zulässigen Form der Ausgestaltung der Handlungs- und Entscheidungskompetenzen im Inneren des Unternehmens (Fragen der Geschäftsführungsbefugnisse) sowie der Beziehungen des Unternehmens nach außen (Fragen der Vertretung des Unternehmens gegenüber Dritten, Haftung für eingegangene Verbindlichkeiten).

■ Eigenmittelausstattung

Die Ausstattung eines Unternehmens mit Eigenmitteln bildet a) die Haftungsgrundlage gegenüber Gläubigern und b) die Handlungsgrundlage für die Inangasetzung und das Aufrechterhalten seines Geschäftsbetriebes.

Höhe und sachliche Ausgestaltung der Eigenmittelausstattung wird maßgeblich durch die gewählte Rechtsform des Unternehmens bestimmt.

Die entsprechende Mittelbereitstellung in Form von Geld oder in Form von geldwerten Sachgütern oder Rechten wird als Einlagenfinanzierung (der Gründer des Unternehmens) bezeichnet.

Kommen später weitere Eigentümer hinzu, dann sprechen wir von Formen der Beteiligungsfinanzierung.

■ Realisierung eines Leistungsprozesses

Gegenstand und Inhalt des Leistungsprozesses von Unternehmen ist ein kundenorientierter, planvoller Einsatz der beschafften und verfügbaren Ressourcen (Leistungsfaktoren) mit dem Ziel, die für die Fremdbedarfsdeckung entwickelten und erstellten Güter auf den Absatzmärkten zu Umsätzen zu führen und dabei solche Gewinne zu erwirtschaften, die es dem Unternehmen ermöglichen, einen sich selbst tragenden Kapital-Kreislauf zu sichern und sich im marktwirtschaftlichen Leistungs- und Preiswettbewerb zu behaupten.

Der Form nach handelt es sich dabei um eine Transformation von zu beschaffenden Input-Gütern (Sachgüter, Dienstleistungen, Rechte u. a.) in verkaufsfähige Output-Güter (Sachgüter, Dienstleistungen, Rechte u. a.), vermittelt durch die ausführende und die disponierende/steuernde Tätigkeit des Menschen.

Diese Transformation führt – betriebswirtschaftlich gesehen und berechnet – zu einer Wertschöpfung, wenn der realisierte Output (= Ertrag als Werteausstoß) größer ist als die Summe der im Geldausdruck bewerteten, von anderen Unternehmen bezogenen Vorleistungen (= Input).

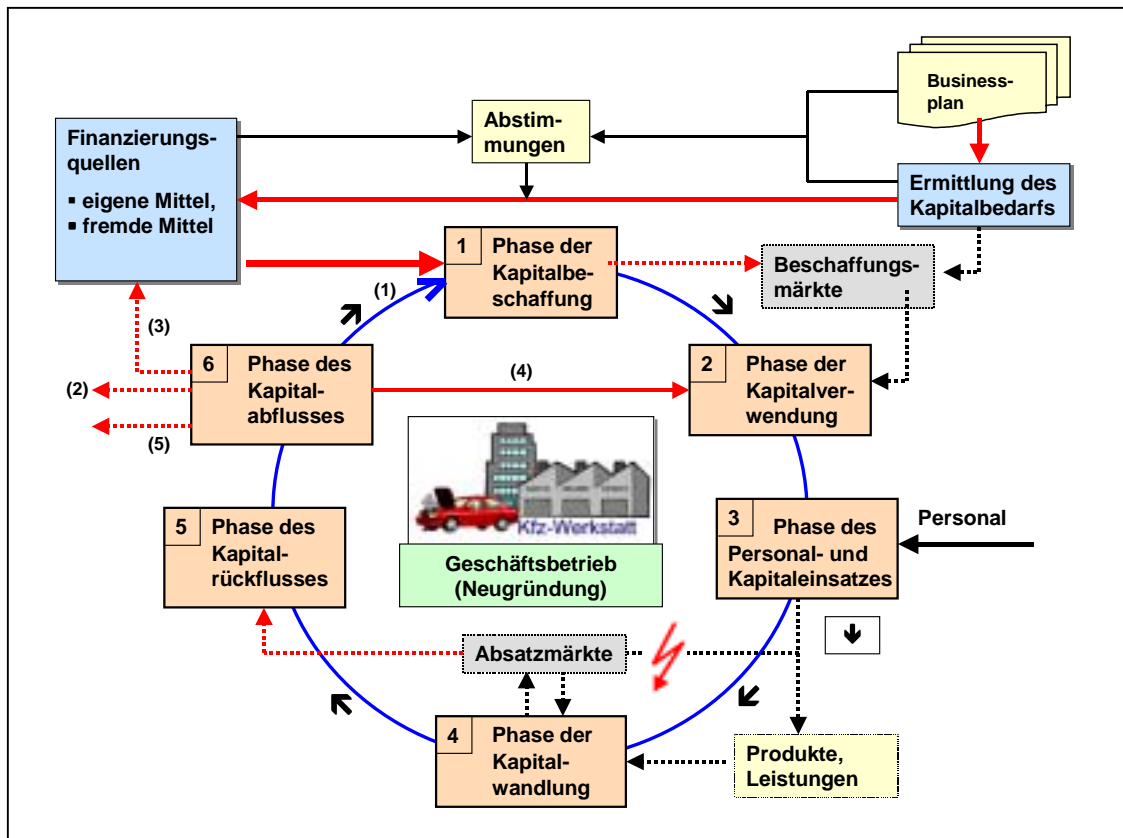


Abb. 2: Kreislaufmodell

■ Freiwillige Übernahme des Marktrisikos

Freiwillige Übernahme des Marktrisikos bedeutet:

Jedes Unternehmen kann und muss selbst entscheiden, mit welchem Produkt es auf welchen Märkten agieren will, um zu kostendeckenden und gewinnbringenden Umsätzen zu gelangen.

Dass dies in Anbetracht hart umkämpfter Märkte mit einem hohen Risiko verbunden ist, zeigt die tägliche Wirtschaftspraxis.

Dies Marktrisiko wird in dem Maße gemindert, wie es dem betreffenden Unternehmen gelingt, Kundenwünsche zielgenau zu erkennen und entsprechende Bedürfnisse mit Produkten des Unternehmens auch nachhaltig zu befriedigen.

Mit der Schaffung des Europäischen Binnenmarktes und durch die Prozesse der Globalisierung der Wirtschaft hat das Merkmal "Marktrisiko" eine neue Dimension erhalten:2

Auf der einen Seite haben sich Chancen eröffnet, den bisherigen Wirkungsraum im Absatzgeschäft zu erweitern, auf der anderen Seite werden Unternehmen aber damit konfrontiert, dass in den angestammten Märkten (im bisherigen Wirkungsraum eines Unternehmens) neue Wettbewerber aktiv werden, so dass bisherige Marktanteile schrumpfen können (siehe die Situation auf dem Automobilmarkt oder auf dem Markt für Produkte der Solarindustrie)!

Je härter der Wettbewerb um Kundenaufträge wird, um so deutlicher zeigt sich, dass letztlich nur folgende Handlungsweise Erfolg bringt:

Unternehmen müssen zeigen, welchen Nutzen der Kunde aus einem vom Unternehmen im Tauschprozess auf Zielmärkten angebotenen Produkt für sich ziehen kann.

Dieser Nutzen, also der Erfolg des Kunden, ist zum Ausgangspunkt und Maßstab für das eigene Handeln bei der Umsetzung eines Auftrages zu machen!

Mit Einmal-Geschäften kann aber kein selbsttragender Umsatzprozess erreicht werden!

Kunden sind nur durch konsequente Umsetzung der versprochenen Leistung zu überzeugen; erst dann bringt Kundenzufriedenheit nicht nur Wiederhol-Geschäfte, sondern führt auch zu neuen Kunden!

■ Rahmenbedingungen für die Tätigkeit von Unternehmen

Rahmenbedingungen (im hier betrachteten Sinne) sind Sachverhalte bzw. Faktoren, die im Umfeld des Unternehmens auftreten bzw. wirken und die einerseits unternehmerisches Risiko und unternehmerische Freiheiten fördern, andererseits aber auch mehr oder weniger stark die unternehmerischen Aktivitäten begrenzen.

Als derartige Rahmenbedingungen sind vor allem zu nennen:

- die Wirtschaftsordnung im betreffenden Land,
- die Gesetzgebung auf gesellschaftsrechtlichen, handelsrechtlichen, steuerrechtlichem, arbeitsrechtlichen, umweltrechtlichen und anderen Gebieten,
- die Ausgestaltung der Europäischen Union und das Wirtschaften unter Euro-Bedingungen,
- die Wirkungen aus der zunehmenden Internationalisierung (Globalisierung) der Wirtschaft,
- die zunehmende Bedeutung der Information und des Informations- bzw. Wissensmanagements für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen,
- der schrittweise Übergang zur Nutzung internationaler Standards der Rechnungslegung (IFRS bzw. US-GAAP),
- die Wirkungen aus neuen Eigenkapitalregelungen für Kreditinstitute (Stichworte „Basel III“ und „Rating“)

u. a.

Ende des Skripts