

„Einsteigen“ in die Welt der Wirtschaft



Die Vermittlung ökonomischen Wissens im Spannungsfeld zwischen traditioneller Wirtschaftslehre und Postwachstumsdebatte – Eine Schulbuchanalyse

12. österreichischer Wirtschaftspädagogik-Kongress

Klara Hinterhölzl

Der „Einstieg“ in die Wirtschaftslehre

– ökonomischer Anfangsunterricht als...



systematische
Einführung

Orientierungshilfe

Fundament für weiteren
Wissenserwerb

- **Ökologische Perspektive?**
- **Wachstumskritik?**
- **Ganzheitliche Perspektive auf das Leben?**

Irgendwann ist es genug

Wer wünscht sich nicht mehr Geld und Güter? Doch die Hoffnung, dass wachsender Wohlstand auf Dauer glücklicher macht, ist vergeblich: Glück wächst nicht, wenn das Einkommen steigt, sagen US-Forscher.

Von *Christian Weber*



Verbrannte Erde: Der gute Boden geht verloren

Die Bodenressourcen der Welt geraten immer mehr unter Bedrängnis. Jeden Tag werden in Österreich rund 30 Fußballfelder verbaut.



Wachstumsparadigma vs. Wachstumskritik

Zentrales Forschungsinteresse

- Paradigmatische Ausrichtung der in Österreich zugelassenen BWL- Bücher?
 - wachstumsparadigmatische Botschaft iSd traditionellen Wirtschaftslehre
 - wachstumskritische Botschaft iSd Postwachstumdiskurses



Untersuchungsmaterial

„Praxisblicke Betriebswirtschaft“ : BWL Buch Trauner Verlag – Handelsakademie

Gesamtanalyse : Seite 7 – 53

Kapitel I „Die Wirtschaft betrifft uns alle“

Kapitel II „Ein Praxisblick ins Unternehmen“

„Betriebswirtschaft“: BWL Buch Manz Verlag – Handelsakademie (Jahrgang I):

Gesamtanalyse Seite 1 – 44

Kapitel I: „Einführung“

Kapitel II: „Die Wirtschaft“

„Wirtschaft gestalten I“: BWL Buch ÖBV Verlag – Handelsakademie (Jahrgang I):

Gesamtanalyse Seite 6 – 65

Kapitel I: „Wirtschaft geht uns alle an“

Kapitel II: „Mit Ideen die Wirtschaft gestalten“

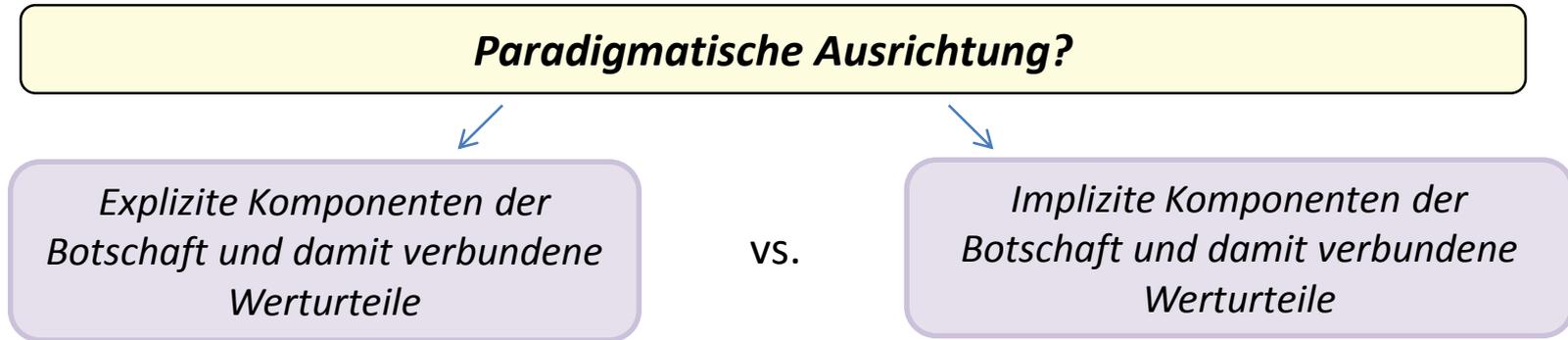
Kapitel III: „(Ein-)Blick in Unternehmen“

Untersuchungsmethodik 1/2

System von 16 Kategorien zur Identifizierung von Fundstellen, z. B.

<i>Kategorie 2: Bedürfnisse sind unbegrenzt</i>	<i>Kategorie 2: Soziale Prozesse maßgeblich für Bedürfnisentstehung verantwortlich</i>
<i>Kategorie 4: Bedürfnisse als Ausgangspunkt und Ziel wirtschaftlichen Handelns</i>	<i>Kategorie 4: Gewinnstreben als Motiv unternehmerischer Aktivität</i>
<i>Kategorie 5: Bedürfnisbefriedigung durch (wirtschaftliche) Güter</i>	<i>Kategorie 5: Bedürfnisbefriedigung nicht zwingend durch Konsumgüter</i>
<i>Kategorie 8: Relative Ressourcenknappheit aufgrund unbegrenzter menschlicher Bedürfnisse</i>	<i>Kategorie 8: Absolute Güterknappheit als ökologisch und ökonomisch schwerwiegender Aspekt</i>
<i>Kategorie 10: Ökonomisches Prinzip als Inbegriff ganzheitlicher Rationalität</i>	<i>Kategorie 10: Individuelle Zielverfolgung als Verursacher negativer Wirkungen aus gesamtgesellschaftlicher Sicht</i>
<i>Kategorie 16: „Umweltschonendes“ und unbedenkliches Wachstum realisierbar</i>	<i>Kategorie 16: Wachstumsparadigma und Umweltschutzgedanke kaum vereinbar</i>

Untersuchungsmethodik 2/2



„Verschleierte Werturteile“ als analytische Herausforderung, z. B.

- Verschweigen von Fern- und Nebenwirkungen (vgl. Chmielewicz, 1970)
- Abschieben von Handlungsanforderungen an Dritte (vgl. Fingerle & Gerdsmeier, 1987)
- Appellieren an konsensfähige, aber inhaltlich leer dargestellte Werte („Leerformeln“) (vgl. Chmielewicz, 1970)

2 Wirtschaften



Die Welt bietet viele Möglichkeiten, was man alles tun oder kaufen könnte. Es gibt sicher viele Orte, an die Sie gerne reisen würden. Da Sie aber nicht unbegrenzt Zeit und Geld zur Verfügung haben (in der Wirtschaft wird von knappen Mitteln oder Ressourcen gesprochen), können Sie nicht alles besitzen oder machen, was Sie interessiert (Stichwort: Bedürfnisse). Daher müssen Sie auswählen, entscheiden und mit Ihren Ressourcen haushalten (Stichwort: Bedarf). In diesem Zusammenhang wird auch vom **ökonomischen Prinzip** gesprochen:

- **Minimalprinzip:** „Mit dem geringstmöglichen Aufwand ein bestimmtes Ziel erreichen.“ Z. B. Christoph möchte eine digitale Kamera (in einer bestimmten Qualitätsstufe) möglichst preisgünstig kaufen.
- **Maximalprinzip:** „Mit einem bestimmten Aufwand ein möglichst hohes Ziel erreichen.“ Z. B. Nina hat 400,00 EUR für den Kauf einer digitalen Kamera. Sie analysiert den Markt mit Hilfe von Testberichten und kauft das leistungsstärkste Produkt in dieser Preisklasse.

ARBEITSAUFGABE 3: Entscheiden heißt wählen



Sich für oder gegen etwas zu entscheiden, ist eine Aus-Wahl und damit oft auch eine Ab-Wahl. Das macht die Sache schwierig: Wenn Sie sich z. B. für einen „ruhigen“ Abend zu Hause entscheiden, entscheiden Sie sich gegen die Party bei Ihren Freunden.

- Warum müssen in bestimmten Situationen Entscheidungen getroffen werden?
- Gehen Sie auf das Startfeld, machen Sie eine Situation nach der anderen durch und treffen Sie Ihre Entscheidung.
- Welche Hilfestellung kann Ihnen das ökonomische Prinzip (Minimal- und Maximalprinzip) bieten?

Variante zu b) Sie können die Übung auch mit Klassenkollegen und -kolleginnen durchführen. Sie brauchen dazu Figuren und einen Würfel. Wenn Sie eine Fragestellung nicht lösen bzw. eine Entscheidung nicht treffen können, geht es zurück an den Start. Viel Erfolg!



➔ „Bedürfnisse sind unbegrenzt.“ (ÖBV, 10)

Primärbedürfnisse		Sekundärbedürfnisse	
Grundbedürfnisse (Existenzbedürfnisse)		Kulturbedürfnisse	Luxusbedürfnisse
Die Befriedigung dieser Bedürfnisse ist lebenswichtig.		Die Befriedigung dieser Bedürfnisse ist für das Überleben nicht wichtig, sondern wünschenswert.	
Beispiele Bedürfnis nach Nahrung, Wohnung, Bekleidung, Sicherheit und Zuwendung.		Beispiele Bedürfnis nach Bildung, Konzerten, Sport und Reisen.	Beispiele Bedürfnis nach Markenkleidung oder einer Luxusvilla.

Die Reihenfolge, in der die Bedürfnisse befriedigt werden, ist bei jedem Menschen anders. Diese individuelle Bedürfnisskala bestimmt die Rangfolge der Bedürfnisbefriedigung. Sind die Bedürfnisse der dringlichsten Stufe erfüllt, rücken die Bedürfnisse der nächsten Stufe in den Vordergrund.

Aufgabenstellungen – „Bedürfnisse“

- Schreiben Sie zehn eigene Bedürfnisse auf und kennzeichnen Sie die Bedürfnisse mit „P“ für Primärbedürfnisse und „S“ für Sekundärbedürfnisse.
- Bedürfnisse wandeln sich im Laufe der Zeit. Natürlich haben die Familie, Freunde, Berufskollegen, Nachbarn und nicht zuletzt die Werbung Einfluss darauf, was ein Mensch als lebensbereichernd ansieht. Nennen Sie konkrete Beispiele für Bedürfnisse, die sich im Laufe der Zeit gewandelt haben oder Ihrer Ansicht nach wandeln werden.

1.2 Bedarf und Nachfrage

Unternehmen reagieren auf die Bedürfnisse durch ein **Angebot** an Gütern, aber sie versuchen auch, die Bedürfnisse zu beeinflussen (z. B. in der Werbung).

Man bekommt Güter nur selten geschenkt. Es ist ein Preis dafür zu zahlen. Dazu ist Geld nötig, das nicht unbegrenzt zur Verfügung steht. Der Mensch kann sich also in der Regel nur einen Teil der Bedürfnisse finanziell leisten. Nur soweit der Einzelne über **Kaufkraft** (Einkommen) verfügt, können die Wünsche erfüllt werden. Die Bedürfnisse, die sich der Mensch finanziell leisten kann, nennt man **Bedarf**.

Üblicherweise wird aber vom verfügbaren Einkommen, das vor allem aus Arbeit erzielt wird, nicht alles ausgegeben. Ein Teil wird gespart. Deshalb kann wiederum nur ein Teil des Bedarfs befriedigt werden. Den auf dem Markt auftretenden Bedarf nennt man **Nachfrage** nach einem Gut.



Beispiel
 Der 14-jährige Marco hat Hunger (**Bedürfnis**) und geht zu McDonald's, um etwas zu essen. Er kauft von seinem Taschengeld (**Kaufkraft**) einen Big Mac (**Bedarf**) zu essen. Er kauft von seinem Taschengeld (**Kaufkraft**) einen Big Mac (**Bedarf**) zu essen. (Der Big Mac wird von Marco **nachgefragt** und von McDonald's **angeboten**).



Ob McDonald's die Bedürfnisse Marcos durch Werbung beeinflusst hat?

Alle Übersichten des Buches finden Sie als PPT-Präsentation auf der CD-ROM.

Warum können wir nicht all unsere Bedürfnisse befriedigen?

„Die Befriedigung dieser Bedürfnisse [Kultur- und Luxusbedürfnisse] ist für das Überleben nicht wichtig, sondern wünschenswert.“ (Trauner, 11)

„Natürlich haben die Familie, Freunde, Berufskollegen, Nachbarn und nicht zuletzt die Werbung Einfluss darauf, was ein Mensch als lebensbereichernd ansieht.“ (Trauner, 11)

3.2 Wirtschaftsteilnehmer

Jeder von Ihnen ist Wirtschaftsteilnehmer! Unter Wirtschaftsteilnehmern versteht man alle Personen und Institutionen, die am Wirtschaftsleben teilnehmen.

Wirtschaftsteilnehmer



Unternehmen (Betriebe) produzieren Sachgüter bzw. stellen Dienstleistungen bereit, um die Bedürfnisse ihrer Kunden befriedigen zu können. Die Nachfrager ihres Angebots sind Haushalte (Verbraucher) und andere Unternehmen. Unternehmen, an denen der Staat nicht beteiligt ist, werden als **private** oder **privatwirtschaftliche Unternehmen** bezeichnet.

Private Haushalte können sich aus einer oder mehreren Personen (Beispiel: Familie Berger) zusammensetzen. Die Haushalte verdienen durch ihre Arbeit Geld. Dieses verwenden sie, um Sachgüter und Dienstleistungen zu erwerben oder um es zu sparen.

Auch der **Staat** hat Anteil an der Wirtschaft, indem er mit Gesetzen regelnd eingreift. Er erhält für seine Leistungen Abgaben. Näheres erfahren Sie im Abschnitt über Wirtschaftsordnungen im Kapitel „Der Markt“.

Banken (Kreditinstitute) nehmen finanzielle Mittel (Geld) von Haushalten, Unternehmen sowie vom Staat als Geldanlage entgegen. Sie stellen diesen aber auch finanzielle Mittel in Form von Krediten zur Verfügung. Banken sorgen mit ihren Finanzdienstleistungen für einen funktionierenden Wirtschaftskreislauf.

3.3 Wirtschaftskreislauf

Die Wirtschaft funktioniert wie ein Kreislauf nach dem Prinzip „geben und nehmen“ zwischen den Wirtschaftsteilnehmern. Die Wirtschaftsteilnehmer sind durch Beziehungen miteinander verbunden.

Das Zusammenwirken aller beteiligten Wirtschaftsteilnehmer kann stark vereinfacht in einem sogenannten **Wirtschaftskreislauf** dargestellt werden.

Institution = (öffentl.) Einrichtung.



Welcher Wirtschaftsteilnehmer sind Sie?



Mit welchen Wirtschaftsteilnehmern hatten Sie bereits Kontakt? Wie?



Übrigens: Es gibt auch **öffentliche Unternehmen**. Sie stellen hauptsächlich öffentliche Güter für die Allgemeinheit bereit (Energie, Wasser, Bildung, Sicherheit). Mehr darüber erfahren Sie in einem späteren Jahrgang. In diesem Band betrachten wir in erster Linie private Unternehmen und private Haushalte!



Eine animierte Version des Wirtschaftskreislaufs finden Sie auf der CD-ROM.



„Die Wirtschaft funktioniert wie ein Kreislauf nach dem Prinzip „geben und nehmen“ zwischen den Wirtschaftsteilnehmern.“
(Trauner, 17)

Um Produkte und Dienstleistungen erstellen zu können, brauchen Unternehmen neben der menschlichen Arbeitskraft Maschinen und verschiedene Materialien (z. B. Rohstoffe). Ein Schokoladenproduzent braucht neben seinen Mitarbeitern auch Maschinen und die Zutaten für Schokolade, z. B. Kakaobutter, Zucker, Nüsse. Diese stehen in der Regel nicht unbegrenzt zur Verfügung. Und die Menschen haben ebenfalls nur begrenzte Mittel, sich Produkte und Dienstleistungen zu kaufen.

Die Mittel, die zur Bedürfnisbefriedigung zur Verfügung stehen, sind daher begrenzt. Man muss daher genau planen, welche Mittel für die Produktion eingesetzt werden können und sollen. Wirtschaften bedeutet daher auch, die begrenzt vorhandenen Mittel sorgfältig geplant für das Wecken und Erfüllen der (unbegrenzt vorhandenen) Bedürfnisse der Menschen einzusetzen.

Übungsbeispiele

Ü 2.03: Geburtstagsparty

Sie möchten für einen Freund eine Geburtstagsparty inkl. Torte und Geschenken organisieren und haben dafür ca. 100 Euro zur Verfügung. Erklären Sie anhand dieses Beispiels, was Wirtschaften bedeutet.

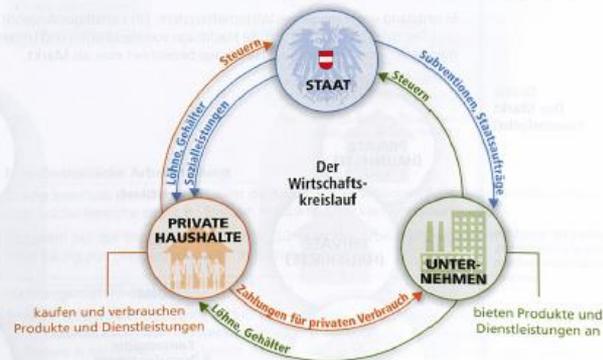
Ü 2.04: Weitere Bedürfnisarten

Überlegen und diskutieren Sie, was die folgenden Bedürfnisse von den bisher behandelten unterscheidet und ob sie auch mit Wirtschaft zu tun haben können:

- das Bedürfnis, mit anderen zu reden oder von anderen anerkannt zu werden
- das Bedürfnis, seine Meinung frei zu äußern oder in der Gemeinschaft mitbestimmen zu können

2 Der Wirtschaftskreislauf [The circular flow of economic activity]

Zur Wirtschaft gehört neben den privaten Haushalten und den Unternehmen auch der Staat. Alle drei erbringen für die jeweils anderen bestimmte Leistungen und bekommen dafür Geld.



Unternehmen produzieren (z. B. Kleidung) und erstellen Dienstleistungen (z. B. Beratung), um die zahlreichen Bedürfnisse der Menschen zu befriedigen. Sie sind damit wichtige Beteiligte am Wirtschaftsgeschehen. Unternehmen bekommen für ihre Produkte oder Dienstleistungen Geld. Damit bezahlen sie alles, was sie zur Erstellung ihrer Leistung benötigen. Denn sie benötigen Maschinen und Materialien, die sie von anderen Unternehmen kaufen.

Viele Unternehmen beschäftigen Mitarbeiter. Diese Mitarbeiter kommen aus den privaten Haushalten. Sie erhalten für ihre Arbeitsleistung Geld, das sie wieder ausgeben, um Produkte oder Dienstleistungen von den Unternehmen zu kaufen.

Grafik Wirtschaftskreislauf

In der Wirtschaft spielen Sie vier Rollen: Konsument/in, Mitarbeiter/in, Unternehmer/in, Mitglied der Gesellschaft. Damit können Sie in mehrfacher Hinsicht Wirtschaftsteilnehmer sein!

2 Die Wirtschaft

➔ „Diese [Rohstoffe] stehen in der Regel nicht unbegrenzt zur Verfügung.“ (Manz, 9)

3 Zielkonflikte in größeren Wirtschaftsräumen [Conflicting goals in larger economic areas]

Noch komplizierter wird es in größeren Wirtschaftsräumen, wie etwa der Europäischen Union oder gar der „Weltwirtschaft“. Schon innerhalb einer Volkswirtschaft sind die einzelnen Wirtschaftsteilnehmer oft nicht bereit, auf einzelwirtschaftliche Vorteile zugunsten von volkswirtschaftlichen Zielsetzungen zu verzichten. Im Bereich der Weltwirtschaft geht es jedoch auch darum, auf volkswirtschaftliche Vorteile zugunsten ärmerer Länder zu verzichten.

Zum Ausgleich verschiedener Interessen müssen Kompromisse gefunden werden.

Beispiele

- Eigentlich müsste man auf viele Rohstoffe, z.B. auf Kaffee, hohe Abgaben einheben und diese den Produktionsländern zuführen, da die Preise für die Landwirte und die Löhne für die Landarbeiter in den Entwicklungsländern weitaus geringer sind als die Preise von Fertigprodukten. Die Verschuldung dieser Länder steigt daher ständig an. Derartige Abgaben sind jedoch innerhalb der entwickelten Volkswirtschaften kaum durchzusetzen.
- Betriebsansiedlungen in den ehemaligen Ostblockländern (z. B. in Rumänien oder Bulgarien) helfen diesen Ländern, die Umwandlung ihrer Wirtschaft zu einer ökosozialen Marktwirtschaft schneller durchzuführen. Sie gefährden jedoch Arbeitsplätze (z. B. in der österreichischen Textil- oder Nahrungsmittelindustrie).
- Andererseits gibt es viele soziale und umweltpolitische Schutzvorschriften in anderen Ländern nicht (z. B. geringere Löhne, weniger Urlaub, längere Arbeitszeiten in den wirtschaftlich aufstrebenden asiatischen Ländern wie China, Vietnam, Taiwan, Südkorea). Die Unternehmen dieser Länder haben daher einzelwirtschaftliche Vorteile und gefährden ganze Industriezweige in Ländern mit besserer Sozialpolitik und besseren Umweltschutzvorschriften.

4 Welche Ziele verfolgt der Konsument? [Consumer goals]

Schließlich sorgt die Wirtschaft für die Befriedigung der Bedürfnisse der Letztverbraucher. Die Frage ist daher: Ist der Letztverbraucher bereit, Einschränkungen in Kauf zu nehmen, damit volkswirtschaftliche Ziele besser erreicht werden, oder handelt er auch „einzelwirtschaftlich“, d. h., versucht er, seinen persönlichen Nutzen zu maximieren?

Der Konsument hat großen Einfluss auf die Wirtschaft.

Beispiele

- Konsumentenvertreter begrüßen Preissenkungen durch erhöhte Konkurrenz, gleichzeitig werden jedoch heimische Textilbetriebe oder die Landwirtschaft durch den Preisdruck geschädigt.
- Autobesitzer wehren sich gegen Erhöhungen der Abgaben auf Treibstoff und die Mautpflicht auf Autobahnen und vermehren die Umweltbelastung durch Abgase.
- Zweifelhäuserbesitzer wehren sich gegen Beschränkungen und Abgaben auf Zweitwohnsitze und begünstigen die Zersiedelung der Landschaft.

Üben – Anwenden

ABCD

Ü 2.41: Planung nach dem Wirtschaftlichkeitsprinzip

Nehmen Sie an, Sie wollen eine Party für etwa 20 Gäste veranstalten. Sie haben vor, Brötchen und Getränke zu servieren. Zunächst soll heiße Musik gespielt werden, später soll es gemütlicher werden. Sie wollen die Räume schmücken und die Nachbarn sollen verständigt werden, dass es etwas laut werden wird.



„Die Frage ist daher, ist der Letztverbraucher bereit, Einschränkungen in Kauf zu nehmen, damit volkswirtschaftliche Ziele besser erreicht werden, oder handelt er auch „einzelwirtschaftlich“, d. h., versucht er, seinen persönlichen Nutzen zu maximieren?“ (Manz, 38)

3 Unternehmen zwischen ökonomischer, ökologischer und sozialer Dimension

Wir leben in einer Zeit des Wandels: Umweltbelastung, zunehmend größere soziale Unterschiede und die schwierige Beschäftigungssituation erfordern die Zielsetzung, nachhaltig zu wirtschaften.

Nachhaltigkeit bedeutet, dass ein Unternehmen die Bedürfnisse seiner Kunden so befriedigt, dass auch künftige Generationen noch immer die Möglichkeiten haben, ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Nachhaltigkeit erstreckt sich neben der Umwelt auch auf soziale und wirtschaftliche Gerechtigkeit.



Ökonomische Dimension:

- Gewinnorientierung
- Produktivität
- Erfolgspotenziale/
Wettbewerbsfähigkeit

Nachhaltigkeit durch
Interessenausgleich
(Zieloptimierung)



Ökologische Dimension:

- Naturschonung
- Rohstoffschonung
- Emissionsminderung
- Wahrung menschlicher
Lebensgrundlagen
- Lebensqualität sichern

Soziale Dimension:

- Arbeitsmotivation
- faire Arbeitsbedingungen
- Mitbestimmung
- Arbeitsplatzsicherheit
- gesellschaftliche
Verantwortung

Wirtschaft und Nachhaltigkeit, passt das? Nachhaltigkeit und Wirtschaft stehen nicht im Widerspruch zueinander, vielmehr ergeben sich große Chancen für die zukünftige Entwicklung der Gesellschaft und Wirtschaft. Warum gibt es trotzdem Umweltverschmutzung?

62

„Nachhaltigkeit und Wirtschaft stehen nicht im Widerspruch zueinander, vielmehr ergeben sich große Chancen für die zukünftige Entwicklung der Gesellschaft und Wirtschaft.“ (ÖBV, 62)

Gesamtbefund

- Grundgerüst und „roter Faden“ der inhaltlichen Darstellung in allen drei Werken traditionell wachstumsparadigmatisch geprägt
 - Manz: Tendenz zur „Aufweichung“ traditioneller „Grundtatbestände“ in den Kategorien 2 („Natur menschlicher Bedürfnisse) und 10 (Sicht auf das Rationalprinzip)
- Wachstumsrelativierung und -kritik in Form von additiven Randnotizen (v. a. bei Manz und ÖBV)

Fachdidaktische Herausforderungen

- exemplarische Ausarbeitung eines (postwachstumsorientierten) Lehrbuch-Einstiegs Kapitels
- konstruktive Auseinandersetzung mit ökonomischen „Grundtatbeständen“ im Sinne der traditionellen Wirtschaftslehre unter dem Aspekt ihrer ökologischen Auswirkungen

LITERATUR

Chmielewicz, K. (1970). *Forschungskonzeptionen der Wirtschaftswissenschaft*. Stuttgart: C. E. Poeschl Verlag.

Fingerle, K., Gerdsmeyer, G. (1987). *Die Umwelt der Wirtschaftslehrbücher*. In K. Fingerle (Hrsg.), *Umwertlernen in der beruflichen Bildung* (S. 51 – 69). Stuttgart: Franz Steiner Verlag Wiesbaden GmbH.

Paech, N. (2014). *Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in die Postwachstumsökonomie*. (7. Aufl.). München: oekom verlag.

Reetz, L., Witt, R. (1974). *Berufsausbildung in der Kritik: Curriculumanalyse Wirtschaftslehre*. Hamburg: Hoffman und Campe Verlag.

Stauss, B. (1982). *Grundtatbestände des Wirtschaftens: Eine Problematisierung von „Selbstverständlichkeiten“ aus ökologischer Perspektive*. Zeitschrift für Wirtschafts- und Berufspädagogik 78 (12), 904 – 920.

Liste der Schulbücher:

Wirtschaft gestalten I. Verfasserinnen und Verfasser: Johannes Linder, Gerald Fröhlich, Peter Krauskopf. – 2. Auflage. – Wien: Österreichischer Bundesverlag Schulbuch GmbH & Co. KG, 2014

Praxisblicke Betriebswirtschaft I. Verfasserinnen und Verfasser: Monika Ellmer u.a., - 1. Auflage. (aktualisierter Druck) – Linz: TRAUNER Verlag + Buchservice GmbH, 2016

Betriebswirtschaft I. Verfasserinnen und Verfasser: Bettina Greimel-Fuhrmann u.a., - 1. Auflage. – Wien: MANZ Verlag Schulbuch GmbH, 2015

**VIELEN DANK FÜR
IHRE AUFMERKSAMKEIT!**

