

Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
<b>I. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</b>	<b>1</b>
1. Grundbegriffe	1
2. Rechtsformen der privatwirtschaftlichen Betriebe	8
2.1 Handelsregister	9
2.2 Einzelunternehmung	9
2.3 Personengesellschaften	10
2.4 Kapitalgesellschaften	14
2.5 Nicht-kapitalistische Körperschaften	19
3. Standortbestimmung und Unternehmensverbindungen	22
<b>II. Betriebliches Management</b>	<b>27</b>
1. Unternehmensziele	27
1.1 Zielarten	27
1.2 Anforderungen an ein Zielsystem	28
1.3 Zielbildungsprozess	29
1.4 Praxisorientierte Zielsysteme	31
2. Managementfunktionen	36
2.1 Begriff und Merkmale des Managements	36
2.2 Planung	36
2.3 Führung	42
2.4 Organisation	46
3. Managementsysteme	49
3.1 Planungs- und Kontrollsysteme	49
3.2 Organisationssysteme	52
3.2.1 Spezialisierung	52
3.2.2 Koordination	55
3.2.3 Leitungssysteme	55

3.2.4 Entscheidungsdelegation	57
3.2.5 Formalisierung	58
3.3 Personal-(Führungs-)system	60
3.4 Informationssystem	68
3.5 Management by Konzepte	71
3.5.1 Management by Exception (MbE)	71
3.5.2 Management by Delegation (MbD)	72
3.5.3 Management by Objektives (MbO)	72
3.5.4 Management by System (MbS)	73
<b>III. Kosten- und Leistungsrechnung</b>	<b>77</b>
1. Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	77
1.1 Stellung der Kostenrechnung im Rechnungswesen	77
1.2 Zwecke und Teilgebiete der Kostenrechnung	78
1.3 Grundbegriffe der Kostenrechnung	80
1.4 Überblick über Kostenrechnungssysteme	81
2. Kostenartenrechnung	84
2.1 Ermittlung einiger Kostenarten	86
2.1.1 Werkstoffkosten	86
2.1.2 Betriebsmittelkosten	87
2.1.3 Kalkulatorische Kosten	91
3. Kostenstellenrechnung	96
3.1 Aufgaben der Kostenstellenrechnung	96
3.2 Gliederung der Kostenstellen	96
3.3 Ablauf der Kostenstellenrechnung im Betriebsabrechnungsbogen	97
3.3.1 Verteilung der primären Gemeinkosten	98
3.3.2 Verrechnung innerbetrieblicher Leistungen	98
3.3.3 Bildung von Kalkulationssätzen	102
4. Kostenträgerrechnung	105
4.1 Begriff und Aufgaben der Kostenträgerrechnung	105
4.2 Divisionskalkulation	106
4.3 Zuschlagskalkulation	106

<b>IV. Produktion</b>	<b>111</b>
1. Grundbegriffe der Produktion	111
1.1 Produktion im produktiven System	111
1.2 Typisierung der Produktion	111
1.3 Produktionsfaktoren und Produkte	113
2. Produktions- und Kostenfunktionen	116
2.1 Substitutionale Produktionsfunktionen	117
2.1.1 Klassisches Ertragsgesetz	117
2.1.2 Cobb/Douglas-Produktionsfunktion	121
2.2 Limitationale Produktionsfunktionen	122
2.2.1 Leontief-Produktionsfunktion	122
2.2.2 Die Gutenberg-Produktionsfunktion	124
3. Produktionsplanung	128
3.1 Teilebedarfsrechnung	128
3.2 Produktionsprogrammplanung	129
<b>V. Finanzierung</b>	<b>137</b>
1. Grundbegriffe der Finanzierung	137
1.1 Gliederung von Zahlungsströmen	137
1.2 Bestimmungsgrößen des Kapital-, Finanz- und Geldbedarfs	138
1.3 Charakterisierung von Eigen- und Fremdkapital	139
1.4 Finanzierungsformen im Überblick	140
2. Außenfinanzierung (externe Finanzierung)	142
2.1 Beteiligungsfinanzierung	142
2.2 Fremdfinanzierung	146
2.2.1 Langfristige Kreditfinanzierung	146
2.2.2 Kurzfristige Kreditfinanzierung	147
2.3 Sonderformen der Außenfinanzierung	148
2.3.1 Factoring	149
2.3.2 Leasing	150
3. Innenfinanzierung (interne Finanzierung)	152
3.1 Cash-Flow-Finanzierung	152
3.1.1 Finanzierung durch einbehaltene Gewinne	152

3.1.2 Finanzierung durch Abschreibungsgegenwerte	152
3.1.3 Finanzierung durch Rückstellungsgegenwerte	153
3.2 Vermögensumschichtung	154
<b>VI. Investitionsrechnungen</b>	<b>157</b>
1. Grundbegriffe der Investitionsrechnung	157
2. Statische Verfahren der Investitionsrechnung	160
2.1 Kostenvergleichsrechnung	161
2.2 Gewinnvergleichsrechnung	163
2.3 Rentabilitätsvergleichsrechnung	164
2.4 Amortisationsvergleichsrechnung	164
3. Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung	167
3.1 Kapitalwertmethode	168
3.2 Annuitätenmethode	170
3.3 Interner Zinsfuß	171
<b>VII. Marketing</b>	<b>175</b>
1. Grundbegriffe des Marketings	175
2. Marktforschung	182
2.1 Grundbegriffe und Aufgaben der Marktforschung	182
2.2 Arten der Marktforschung	183
2.3 Marktforschungsprozess	185
3. Einsatz der Marketinginstrumente	187
3.1 Einführung	187
3.2 Produkt- und Sortimentspolitik	190
3.2.1 Ziele der Produkt- und Sortimentspolitik	190
3.2.2 Entscheidungstatbestände der Leistungs politik	192
3.2.3 Produktlebenszyklus	193
3.2.4 Programmstrukturanalysen	194
3.2.5 Portfolioanalyse	195
3.2.6 Markenartikelpolitik	196
3.2.7 Verpackungspolitik	196
3.2.8 Sortimentspolitik	197

3.2.9 Kundendienstpolitik	198
3.3 Distributionspolitik	200
3.3.1 Absatzwege	201
3.3.2 Handelsfunktionen	202
3.3.3 Reisender vs. Handelsvertreter	203
3.3.4 Marketinglogistik	205
3.4 Kommunikationspolitik	209
3.4.1 Werbung	210
3.4.2 Verkaufsförderung	212
3.4.3 Persönlicher Verkauf	213
3.4.4 Öffentlichkeitsarbeit	213
3.5 Preis- und Konditionenpolitik	216
3.5.1 Marktformen	216
3.5.2 Preis-Absatz-Funktion	217
3.5.3 Elastizität der Nachfrage	218
3.5.4 Preisbildung im Polypol	219
3.5.5 Aktive Preispolitik (Monopol)	220
3.5.6 Praxisorientierte Preisfindung	222
3.5.7 Konditionenpolitik	225
3.5.8 Absatzkreditpolitik	226
<b>VIII. Lösungshinweise zu ausgewählten Aufgaben</b>	<b>231</b>
<b>IX. Sachregister</b>	<b>245</b>