
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VI
Herausgeber	XV
Mitwirkende Autoren	XVI
Teil A: Einführung	1
A.1 Aufbau des Buches	1
A.2 Grundlagen und Ziele der Betriebswirtschaftslehre	3
A.2.1 Lernziele	3
A.2.2 Wirtschaftliches Denken und Handeln	3
A.2.2.1 Wirtschaften als Treffpunkt von Bedürfnissen und Gütern	4
A.2.2.2 Das ökonomische Prinzip	5
A.2.3 Produktionsfaktoren als Voraussetzung	7
A.2.4 Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre	8
A.2.4.1 Begriff	8
A.2.4.2 Gliederung der Betriebswirtschaftslehre	10
A.2.4.3 Umfeld und Ziele des Betriebes	10
A.2.5 Wirtschaftssektoren und Gliederung der Wirtschaft	12
A.2.6 Rechtsform und Standort: Grundlegende Entscheidungen	14
A.2.6.1 Rechtsform der Unternehmung	14
A.2.6.2 Standortwahl	16
A.2.7 Rahmenbedingungen des Wirtschaftens	17
A.2.7.1 Marktbe­griff	17
A.2.7.2 Marktformen	17
A.2.7.3 Interessengruppen des Unternehmens	18
A.2.8 Zusammenfassung	19
A.2.9 Kontrollfragen	20
A.2.10 Keywords	20
A.2.11 Literatur	20
Teil B: Güterwirtschaftlicher Kreislauf	23
B.1 Materialwirtschaft und Produktion	23
B.1.1 Lernziele	23
B.1.2 Materialwirtschaft	23
B.1.2.1 Begriff	23
B.1.2.2 Materialarten	24
B.1.2.3 Materialbedarfsermittlung	25
B.1.2.3.1 Materialklassifizierung	25
B.1.2.3.2 Ermittlung des Materialbedarfs	28
B.1.2.3.3 Materialbeschaffung	34
B.1.2.4 Materiallagerung	40
B.1.2.5 Lieferantenauswahl	42
B.1.2.6 Logistik	45

- B.1.3 Produktion 46
 - B.1.3.1 Produktionsprozess 46
 - B.1.3.2 Fertigungstypen 47
 - B.1.3.3 Organisationsformen der Fertigung 48
 - B.1.3.4 Produktionsplanung und -steuerung (PPS) 49
- B.1.4 Zusammenfassung 55
- B.1.5 Kontrollfragen 56
- B.1.6 Keywords 57
- B.1.7 Literatur 57
- B.2 Marketing und Vertrieb 59
 - B.2.1 Lernziele 59
 - B.2.2 Das moderne Unternehmen und seine Umwelt 59
 - B.2.3 Marketingmanagement im Unternehmen 61
 - B.2.3.1 Was ist Marketing? 61
 - B.2.3.2 Marketing und seine Aufgaben im Unternehmen 62
 - B.2.4 Marktbearbeitung 64
 - B.2.4.1 Situationsanalyse 64
 - B.2.4.2 Definition der Marketingziele 65
 - B.2.4.3 Marketingstrategieentwicklung 67
 - B.2.4.3.1 Marktfeldstrategien 67
 - B.2.4.3.2 Marktsegmentierungsstrategien 68
 - B.2.4.3.3 Wettbewerbsstrategien 69
 - B.2.4.4 Die Auswahl der Marketinginstrumente 71
 - B.2.4.4.1 Produktpolitik 73
 - B.2.4.4.2 Preispolitik (Kontrahierungspolitik) 74
 - B.2.4.4.3 Distributionspolitik 75
 - B.2.4.4.4 Kommunikationspolitik 77
 - B.2.4.5 Evaluation und Kontrolle 77
 - B.2.5 Marktforschung – Erfassen von Marktinformationen 78
 - B.2.6 Marketingplanung – Organisation und Koordination der Marketingaktivitäten 83
 - B.2.7 Internationales Marketing 84
 - B.2.8 Aktuelle Entwicklungen im Marketingmanagement 89
 - B.2.9 Zusammenfassung 91
 - B.2.10 Kontrollfragen 91
 - B.2.11 Keywords 92
 - B.2.12 Literatur 92
- Teil C: Rechnungswesen und Finanzwirtschaft 95**
 - C.1 Buchhaltung, Bilanzierung und Bilanzanalyse 95
 - C.1.1 Lernziele 95
 - C.1.2 Einführung 96
 - C.1.2.1 Einnahmen-Ausgaben-Rechnung 96
 - C.1.2.2 Grundbegriffe und System der doppelten Buchhaltung 97
 - C.1.2.3 Das Wesen der Bilanz 100
 - C.1.2.4 Das Wesen der Gewinn- und Verlustrechnung 102

C.1.2.5	Kontenrahmen und Kontenplan	103
C.1.2.6	Der Buchungskreislauf	104
C.1.2.7	Doppelte Gewinnermittlung	106
C.1.3	Der Jahresabschluss und seine Aufgaben	107
C.1.3.1	Adressaten, Bestandteile und Ablauf des Jahresabschlusses	107
C.1.3.2	Inventur und Inventar	109
C.1.3.3	Bewertungsgrundsätze	110
C.1.4	Aufbau und Inhalt der Bilanz	112
C.1.4.1	Anlagevermögen	112
C.1.4.2	Umlaufvermögen	115
C.1.4.3	Fremdkapital	118
C.1.4.4	Eigenkapital	120
C.1.5	Aufbau und Inhalt der Gewinn- und Verlustrechnung	123
C.1.5.1	Kontenform	123
C.1.5.2	Staffelform	123
C.1.6	Bilanzanalyse	124
C.1.6.1	Analyse des Kapitals	124
C.1.6.2	Analyse des Vermögens	125
C.1.6.3	Analyse der Liquidität	125
C.1.6.4	Analyse der Rentabilität	127
C.1.6.5	Analyse der Umschlagshäufigkeiten	128
C.1.7	Zusammenfassung	130
C.1.8	Kontrollfragen	131
C.1.9	Keywords	132
C.1.10	Literatur	133
C.2	Kostenrechnung und Controlling	135
C.2.1	Lernziele	135
C.2.2	Einführung	135
C.2.3	Kostenrechnung	136
C.2.3.1	Abgrenzung der Kostenrechnung von der Buchhaltung	136
C.2.3.2	Betriebsüberleitung	137
C.2.3.3	Kostenartenrechnung	142
C.2.3.3.1	Klassifizierung nach der Art der verbrauchten Produktionsfaktoren	142
C.2.3.3.2	Klassifizierung nach der Zurechenbarkeit zu Produkten	142
C.2.3.3.3	Klassifizierung nach der Abhängigkeit von der Beschäftigung	143
C.2.3.4	Kostenstellenrechnung	144
C.2.3.5	Kostenträgerrechnung	145
C.2.3.6	Kostenträgererfolgsrechnung	150
C.2.3.7	Periodenerfolgsrechnung	152
C.2.3.8	Zusammenfassung der Kostenrechnungsstufen	153

- C.2.3.9 Entscheidungsrechnung 155
 - C.2.3.9.1 Entscheidungsunterstützung in der Preispolitik 155
 - C.2.3.9.2 Entscheidungsunterstützung in der Mengenplanung
(Break-Even-Analyse) 158
 - C.2.3.9.3 Entscheidungsunterstützung in der Programmplanung 160
- C.2.4 Controlling 162
 - C.2.4.1 Der Controlling-Begriff 162
 - C.2.4.2 Controlling-Ziele 163
 - C.2.4.3 Operatives und strategisches Controlling 164
 - C.2.4.4 Instrumente des operativen Controllings 165
 - C.2.4.4.1 Budgetierung 166
 - C.2.4.4.2 Abweichungsanalyse 170
- C.2.5 Zusammenfassung 174
- C.2.6 Kontrollfragen 176
- C.2.7 Keywords 177
- C.2.8 Literatur 178
- C.3 Investition und Finanzierung 179
 - C.3.1 Lernziele 179
 - C.3.2 Grundlegende Begriffe 179
 - C.3.3 Grundlagen der Investitionsrechnung 180
 - C.3.3.1 Problemlösungsprozess der Investition 180
 - C.3.3.2 Statische Investitionsrechenverfahren 182
 - C.3.3.2.1 Kostenvergleichsrechnung 183
 - C.3.3.2.2 Gewinnvergleichsrechnung 183
 - C.3.3.2.3 Renditevergleichsrechnung 184
 - C.3.3.2.4 Beurteilung der statischen Investitionsrechenverfahren 185
 - C.3.3.3 Dynamische Investitionsrechenverfahren 185
 - C.3.3.3.1 Finanzmathematik 185
 - C.3.3.3.2 Kapitalwert 187
 - C.3.3.3.3 Dynamische Amortisationsrechnung 188
 - C.3.3.3.4 Interne Zinssatz-Methode 189
 - C.3.3.3.5 Annuitätenmethode 190
 - C.3.3.4 Risikoberücksichtigung in der Investitionsrechnung 191
 - C.3.3.4.1 Sensitivitätsanalyse 191
 - C.3.3.4.2 Korrekturverfahren 192
 - C.3.4 Finanzierungsarten 194
 - C.3.4.1 Beteiligungsfinanzierung 196
 - C.3.4.2 Innenfinanzierung 200
 - C.3.4.2.1 Selbstfinanzierung 200
 - C.3.4.2.2 Finanzierung aus Abschreibungsgegenwerten 201
 - C.3.4.2.3 Finanzierung aus Rückstellungen 202
 - C.3.4.2.4 Cashflow und Geldflussrechnung 202
 - C.3.4.3 Langfristige Fremdfinanzierung 205
 - C.3.4.3.1 Langfristiger Bankkredit 206
 - C.3.4.3.2 Anleihen 208

C.3.4.4	Kurzfristige Fremdfinanzierung	210
C.3.4.4.1	Lieferantenkredit	210
C.3.4.4.2	Kundenkredit	211
C.3.4.4.3	Diskontkredit	211
C.3.4.4.4	Kontokorrentkredit	212
C.3.4.5	Sonstige Formen der Finanzierung	212
C.3.4.5.1	Leasing	212
C.3.4.5.2	Factoring	213
C.3.4.5.3	Subventionen	214
C.3.4.5.4	Crowdfunding	214
C.3.5	Leverage-Effekt	215
C.3.6	Liquidität und kurzfristige Finanzplanung	216
C.3.7	Zusammenfassung	218
C.3.8	Kontrollfragen	220
C.3.9	Keywords	220
C.3.10	Literatur	221
C.4	Unternehmensbesteuerung	223
C.4.1	Lernziele	223
C.4.2	Einführung und Grundlagen	224
C.4.2.1	Rolle der Steuern	224
C.4.2.2	Begriff der Steuern und Abgaben	224
C.4.2.3	Überblick über die wichtigsten Steuern im Unternehmensbereich	226
C.4.2.4	Gewinnermittlung im Unternehmen	227
C.4.3	Einkommensteuer	228
C.4.3.1	Grundlagen und Wesen, Steuerpflicht	228
C.4.3.2	Einkunftsarten	228
C.4.3.3	Steuertarif	229
C.4.4	Körperschaftsteuer	230
C.4.4.1	Grundlagen und Wesen	230
C.4.4.2	Steuertarif, Steuerpflicht	231
C.4.5	Umsatzsteuer	232
C.4.5.1	Grundlagen und Wesen	232
C.4.5.2	Steuerbare Umsätze und Steuerbefreiungen	234
C.4.5.3	Steuersätze und Rechnungen	235
C.4.6	Sonstige Steuern und Abgaben	236
C.4.6.1	Kapitalertragsteuer	236
C.4.6.2	Sozialversicherung bzw lohnabhängige Abgaben	237
C.4.7	Zusammenfassung	237
C.4.8	Kontrollfragen	238
C.4.9	Keywords	239
C.4.10	Literatur	239

- Teil D: Management 241
- D.1 Personalwesen, Führung und Organisation 241
 - D.1.1 Lernziele 241
 - D.1.2 Organisation 242
 - D.1.2.1 Aufbauorganisation 242
 - D.1.2.1.1 Einliniensystem 244
 - D.1.2.1.2 Mehrliniensystem 245
 - D.1.2.1.3 Stab-Linien-Organisation 245
 - D.1.2.1.4 Spartenorganisation und funktionale Organisation 246
 - D.1.2.1.5 Matrixorganisation 247
 - D.1.2.1.6 Projektorganisation 248
 - D.1.2.2 Ablauforganisation 249
 - D.1.3 Führung und Management 250
 - D.1.3.1 Begriff des Managements und der Führung 250
 - D.1.3.2 Managementebenen 252
 - D.1.3.3 Führungsstile 253
 - D.1.3.4 Managementtechniken 255
 - D.1.4 Personalmanagement 257
 - D.1.4.1 Personalbedarf 259
 - D.1.4.2 Personalbeschaffung und Personalauswahl 262
 - D.1.4.3 Motivation 266
 - D.1.4.3.1 Bedürfnishierarchie nach Maslow 267
 - D.1.4.3.2 Zwei-Faktoren-Theorie nach Herzberg 268
 - D.1.4.3.3 Equity-Theorie nach Adams 269
 - D.1.4.4 Personaleinsatz 271
 - D.1.4.5 Entlohnung und Anreizsysteme 272
 - D.1.4.6 Personalentwicklung 274
 - D.1.4.7 Personalbeurteilung 276
 - D.1.5 Zusammenfassung 277
 - D.1.6 Kontrollfragen 279
 - D.1.7 Keywords 279
 - D.1.8 Literatur 280
- D.2 Strategisches Management 283
 - D.2.1 Lernziele 283
 - D.2.2 Einleitung 284
 - D.2.2.1 Vision, Mission, Unternehmensleitbild 286
 - D.2.2.2 Shareholder oder Stakeholder 288
 - D.2.3 Das externe und interne Umfeld der Strategie 291
 - D.2.3.1 Analyse der globalen Umwelt 291
 - D.2.3.2 Branchenanalyse 293
 - D.2.3.3 Unternehmenskultur 298
 - D.2.4 Strategische Fähigkeiten und Wettbewerbsvorteile 300
 - D.2.4.1 Generische Wettbewerbsstrategien nach Porter 301
 - D.2.4.2 SWOT-Analyse 302

D.2.4.3 Kernkompetenzanalyse – VRIO	305
D.2.4.4 Wertekette	306
D.2.5 Umsetzung der Strategie und Entwicklung des Unternehmens	308
D.2.5.1 Strategische Entwicklungen	308
D.2.5.2 Portfolio Analyse – BCG Matrix	309
D.2.5.3 Balanced Scorecard	312
D.2.6 Zusammenfassung	316
D.2.7 Kontrollfragen	317
D.2.8 Keywords	318
D.2.9 Literatur	319
Stichwortverzeichnis	321

Das Streben nach Klarheit und Lesbarkeit veranlasst uns dazu, im Text auf die gleichberechtigte Nennung aller Geschlechter zu verzichten. Sämtliche personenbezogene Hauptwörter beziehen sich gleichermaßen auf die Entsprechungen anderer Geschlechter.