

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	1
1.1 Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre	1
1.1.1 Grundlagen des Wirtschaftens	1
1.1.1.1 Bedürfnisse	1
1.1.1.2 Wirtschaftsgüter	3
1.1.1.3 Das ökonomische Prinzip	4
1.1.2 Träger der Wirtschaft	5
1.1.2.1 Haushalte	5
1.1.2.2 Betriebe	6
1.1.3 Betrieblicher Umsatzprozess	7
1.1.4 System der betrieblichen Produktionsfaktoren	8
1.1.5 Betriebstypologie	9
1.1.5.1 Unterteilung von Unternehmen nach der Güterart	10
1.1.5.2 Unterteilung von Unternehmen nach der Größe	11
1.1.5.3 Unterteilung von Unternehmen nach der regionalen Präsenz	12
1.1.6 Stakeholder	12
1.2 Betriebswirtschaftslehre im System der Wissenschaften	14
1.2.1 Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft	14
1.2.2 Eingliederung der Betriebswirtschaftslehre in das System der Wissenschaften	15
1.2.3 Erkenntnis- und Erfahrungsobjekt der Betriebswirtschaftslehre	16
1.2.4 Erkenntnisziele der Betriebswirtschaftslehre	17
1.2.5 Gliederung der Betriebswirtschaftslehre	17
1.2.5.1 Institutionelle Gliederung	17
1.2.5.2 Funktionelle Gliederung	18
1.2.5.3 Genetische Gliederung	18
2 Konstitutive Entscheidungen und Organisation	21
2.1 Grundlagen der Entscheidungstheorie	22
2.2 Grundelemente entscheidungstheoretischer Modelle	23
2.2.1 Entscheidungen unter Sicherheit	25
2.2.2 Entscheidungen unter Risiko	25
2.2.3 Entscheidungen unter Unsicherheit	27
2.3 Standortentscheidungen	29
2.3.1 Ziele von Standortentscheidungen	29
2.3.2 Betriebliche Standortfaktoren	30

2.4	Rechtsformentscheidungen.....	31
2.4.1	Ziele und Auswahlkriterien der Rechtsformenwahl	31
2.4.2	Einzelunternehmen	35
2.4.3	Personengesellschaften.....	36
2.4.3.1	Gesellschaft bürgerlichen Rechts	37
2.4.3.2	Offene Handelsgesellschaft.....	38
2.4.3.3	Kommanditgesellschaft	39
2.4.3.4	Stille Gesellschaft.....	40
2.4.4	Kapitalgesellschaften	41
2.4.4.1	Gesellschaft mit beschränkter Haftung.....	41
2.4.4.2	Aktiengesellschaft	42
2.5	Organisation.....	43
2.5.1	Ziele und Begriff der Organisation	43
2.5.2	Aufbauorganisation	44
2.5.3	Organisationsformen	46
2.5.3.1	Einliniensystem und Mehrliniensystem	46
2.5.3.2	Stablinienorganisation	47
2.5.3.3	Spartenorganisation	48
2.5.3.4	Matrixorganisation	49
2.5.4	Ablauforganisation.....	50
2.6	Unternehmensverbindungen.....	51
2.6.1	Ziele von Unternehmenszusammenschlüssen.....	52
2.6.2	Einteilung von Unternehmenszusammenschlüssen	53
2.6.2.1	Einteilung nach der Art der verbundenen Wirtschaftsstufen	53
2.6.2.2	Einteilung nach der wirtschaftlichen und der rechtlichen Selbständigkeit.....	55
2.6.3	Kooperationsformen	56
2.6.3.1	Gelegenheitsgesellschaften	56
2.6.3.2	Interessengemeinschaften	57
2.6.3.3	Kartelle.....	58
2.6.3.4	Gemeinschaftsunternehmen	58
2.6.3.5	Franchising	59
2.6.3.6	Strategische Allianzen	59
2.6.4	Konzentrationsformen	60
2.6.4.1	Konzern.....	60
2.6.4.2	Fusion.....	61
3	Marketing.....	65
3.1	Grundlagen.....	65
3.2	Konsumentenverhalten	68
3.2.1	Komplexe kognitive Vorgänge.....	70
3.2.2	Komplexe aktivierende Vorgänge	72
3.2.3	Involvement	76

3.2.4	Vorwissen	80
3.2.5	Entscheidungsverhalten	83
3.3	Marktsegmentierung.....	96
3.3.1	Basis-Segmentierungskriterien im B2C-Bereich	98
3.3.1.1	Geographische Segmentierung	99
3.3.1.2	Soziodemographische Segmentierung	100
3.3.1.3	Psychographische Segmentierung	101
3.3.1.4	Verhaltensorientierte Segmentierung.....	103
3.3.2	Sonderformen der Segmentierung im B2C-Bereich	105
3.3.2.1	Soziale Schichtung.....	105
3.3.2.2	Familien-Lebenszyklus.....	105
3.3.2.3	Mikrogeographische Segmentierung	107
3.3.2.4	Lifestyle-Typologien	108
3.3.2.5	Benefit Segmentation	110
3.3.2.6	Single-Source-Ansatz mittels Verbraucherpanel.....	111
3.3.3	Marktsegmentierung im B2B-Bereich	113
3.3.3.1	Segmentierungskriterien im B2B-Bereich	117
3.3.3.2	Besonderheiten im Dienstleistungsbereich.....	119
3.3.3.3	Besonderheiten im Handel.....	122
3.4	Marktforschung	128
3.4.1	Aufgabe und Systematik der Marktforschung	129
3.4.2	Marktforschungsprozess.....	132
3.4.3	Gütekriterien der Marktforschung	137
3.4.4	Auswahlverfahren in der Marktforschung	141
3.4.5	Datenanalyse.....	149
3.4.5.1	Uni- und bivariate Datenanalyse	151
3.4.5.2	Multivariate Datenanalyse.....	152
3.4.5.2.1	Faktorenanalyse.....	153
3.4.5.2.2	Clusteranalyse.....	155
3.4.5.2.3	Multidimensionale Skalierung	156
3.4.5.2.4	Kontrastgruppenanalyse	157
3.4.5.2.5	Diskriminanzanalyse	158
3.4.5.2.6	Conjoint Analyse	160
3.5	Produktpolitik.....	162
3.5.1	Markenpolitik.....	165
3.5.1.1	Grundlagen der Markenführung	166
3.5.1.2	Besonderheiten von Online-Marken.....	168
3.5.1.3	Besonderheiten im internationalen Marketing	170
3.5.2	Programmpolitik	174
3.5.3	Produktinnovation	177
3.6	Preispolitik.....	184
3.6.1	Preisbündelung und Preisdifferenzierung	186
3.6.2	Preisstrategien.....	188

3.6.3	Ansatzpunkte zur Bestimmung des optimalen Angebotspreises	190
3.6.3.1	Kostenorientierte Bestimmung des Angebotspreises	191
3.6.3.2	Nachfrageorientierte Bestimmung des Angebotspreises	194
3.6.3.3	Wettbewerbsorientierte Bestimmung des Angebotspreises	197
3.6.3.4	Integrative Bestimmung des Angebotspreises.....	198
3.7	Kommunikationspolitik	199
3.7.1	Kommunikationswirkung.....	203
3.7.1.1	Werbewirkungsmodelle	205
3.7.1.1.1	Das Hierarchy of Effects-Modell	205
3.7.1.1.2	Das Elaboration Likelihood-Modell	211
3.7.1.1.3	Das Modell der Wirkungspfade	217
3.7.2	Information Overload	222
3.7.2.1	Die Medienumwelt des Konsumenten.....	224
3.7.2.2	Information Overload in der Marketingforschung	228
3.7.3	Instrumente der Kommunikationspolitik.....	231
3.7.3.1	Werbung	234
3.7.3.2	Public Relations	236
3.7.3.2.1	Ziele der PR	238
3.7.3.2.2	Instrumente der PR	238
3.7.3.3	Verkaufsförderung	240
3.7.3.4	Corporate Identity	241
3.7.3.5	Sponsoring.....	242
3.7.3.6	Product Placement.....	264
3.7.3.7	Event-Marketing.....	280
3.7.4	Messung der Kommunikationswirkung.....	292
3.8	Distributionspolitik	297
3.8.1	Absatzorgane	298
3.8.2	Absatzwege	301
3.8.3	Dynamik in der Distributionspolitik	303
3.8.3.1	Handels- und Herstellermarken	308
3.8.3.2	Entwicklung der SB-Warenhäuser und Supermärkte.....	310
3.8.3.3	Trends im Lebensmitteleinzelhandel	312
4	Investition und Finanzierung	317
4.1	Investition	317
4.1.1	Grundlagen der Investitionsplanung	317
4.1.2	Investitionsarten	318
4.1.3	Investitionsrechnung im Zahlungstableau	319
4.1.4	Statische Verfahren der Investitionsrechnung.....	322
4.1.4.1	Kostenvergleichsrechnung.....	323
4.1.4.2	Gewinnvergleichsrechnung.....	325
4.1.4.3	Rentabilitätsvergleichsrechnung.....	326

4.1.4.4	Amortisationsrechnung.....	327
4.1.4.5	Bewertung der statischen Verfahren	329
4.1.5	Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung.....	330
4.1.5.1	Kapitalwertmethode	334
4.1.5.2	Annuitätenmethode	337
4.1.5.3	Interne Zinsfußmethode.....	339
4.1.5.4	Beurteilung der dynamischen Investitionsrechenverfahren.....	342
4.2	Finanzierung	343
4.2.1	Corporate Finance	344
4.2.2	Formen der Finanzierung.....	347
4.2.3	Liquidität	354
4.2.4	Cashflow	356
4.2.5	Kreditrisiko.....	358
4.2.6	Bewertung von Finanztiteln.....	360
4.2.6.1	Technische Analyse.....	360
4.2.6.2	Fundamentalanalyse	361
4.2.6.3	Portfoliotheorie und Capital Asset Pricing Model	363
5	Das betriebliche Rechnungswesen.....	367
5.1	Internes Rechnungswesen.....	367
5.1.1	Grundlagen.....	367
5.1.1.1	Unterteilung von Kostenrechnungssystemen.....	368
5.1.1.2	Vorgehensweise bei der Kostenrechnung	368
5.1.2	Kostentheorie	370
5.1.3	Kalkulation	370
5.1.3.1	Kostenartenrechnung.....	370
5.1.3.1.1	Kostenermittlung.....	371
5.1.3.1.2	Kostencharakterisierung	374
5.1.3.2	Kostenstellenrechnung	376
5.1.3.2.1	Bildung und Strukturierung von Kostenstellen	376
5.1.3.2.2	Verrechnung der Kostenträgergemeinkosten	378
5.1.3.2.3	Verrechnung innerbetrieblicher Leistungen	378
5.1.3.2.4	Ermittlung von Kalkulationsätzen.....	380
5.1.3.3	Kostenträgerrechnung	381
5.1.3.3.1	Divisionskalkulation	382
5.1.3.3.2	Äquivalenzziffernkalkulation.....	382
5.1.3.3.3	Zuschlagskalkulation.....	383
5.1.3.4	Erfolgsrechnungen	385
5.1.3.4.1	Erfolgsrechnungen auf Vollkostenbasis.....	385
5.1.3.4.2	Erfolgsrechnungen auf Teilkostenbasis	386
5.2	Externes Rechnungswesen.....	390

5.2.1	Grundbegriffe	391
5.2.2	Aufgaben des externen Rechnungswesens	393
5.2.3	Jahresabschluss	394
5.2.3.1	Bilanz	395
5.2.3.1.1	Bilanzpositionen der Aktivseite	397
5.2.3.1.2	Bilanzpositionen der Passivseite	398
5.2.3.2	Gewinn- und Verlustrechnung	399
5.2.3.3	Anhang und Lagebericht	401
5.2.4	Grundlagen internationaler Rechnungslegung	402
6	Materialwirtschaft	405
6.1	Grundbegriffe	405
6.2	Ziele der Materialwirtschaft	406
6.3	Beschaffung	407
6.3.1	Insourcing versus Outsourcing	407
6.3.2	ABC-Analyse	408
6.3.3	XYZ-Analyse	411
6.3.4	Bestellpolitik	411
6.3.4.1	Bereitstellungsprinzipien	411
6.3.4.2	Optimale Bestellmenge	412
6.4	Logistik	413
7	Produktion	417
7.1	Grundlagen	417
7.2	Gestaltungsmöglichkeiten von Produktionssystemen	419
7.2.1	Festlegung des Prozesstyps der Produktion	419
7.2.2	Festlegung des Organisationstyps der Produktion	419
7.3	Produktionstheorie	420
7.3.1	Substitutionale Produktionsfunktionen	421
7.3.2	Limitationale Produktionsfunktionen	422
7.3.3	Produktionsfunktion vom Typ A (Ertragsgesetz)	423
	Literaturverzeichnis	429
	Stichwortverzeichnis	471