

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Einführung und Überblick über das Buch	VII
Abkürzungsverzeichnis	XV

Erstes Kapitel

Grundlagen, Abgrenzungen und Sichtweisen

A. Gegenstand	1
B. Grundlegende Sichtweisen	1
I. Erkenntnisobjekt der BWL: Wirtschaften in Betrieben	1
II. Funktionen bzw. Aktivitäten von Betrieben und Unternehmen	5
III. Ausgewählte Erklärungsansätze der Betriebswirtschaftslehre	6
C. Unternehmen als Werte schaffende Systeme	8
I. Traditionelle Wertschöpfungskette als Ausgangspunkt	8
II. Neustrukturierung der Leistungs- bzw. Wertschöpfungsprozesse	11
1. Modifizierte, prozessuale Wertschöpfungskette	11
2. Marktbearbeitungs- und Supply Chain-Prozesse	12
3. Wertschöpfungssysteme, alternative Wertkettenmodelle und -dekomposition	15
III. Ansatzpunkte des wirtschaftlichen Handelns von Unternehmen	19
1. Unternehmensziele: Orientierung am Gewinnziel	19
2. Unternehmensstrategien: Effizienz und Effektivität im Wettbewerb	21
D. Fallstudie: Zara	25
I. Darstellung des Unternehmens	25
II. Geschäftsmodell: Integrierte, reaktionsschnelle Value Chain	26
III. Fazit und Ausblick	32
E. Literatur und Übungsfragen	33

Zweites Kapitel

Marktbearbeitungs-Prozess: Marketing als Wertschöpfungsaktivität

A. Gegenstand	35
B. Einführende Grundlagen	35
I. Von der Absatzwirtschaft zum marktorientierten Führungskonzept	35

II.	Bedeutung und Zielsetzungen des Marketing	37
C.	Kaufverhaltens- und Marktforschung als Grundlagen des Marketing	43
I.	Käuferverhalten	43
II.	Marktforschung	50
D.	Entscheidungsfelder im Strategischen Marketing	52
I.	Phasen der strategischen Marketingplanung	52
II.	Bestimmung der strategischen Stoßrichtung	54
III.	Umwelt- und Unternehmensanalysen.....	57
E.	Entscheidungsfelder in den Instrumentalbereichen	64
I.	Ziele und Strategien der Marktbearbeitung	64
II.	Marketing-Mix	68
1.	Überblick.....	68
2.	Produktpolitik.....	69
3.	Preis- und Konditionenpolitik (Kontrahierungspolitik)	75
4.	Kommunikationspolitik	80
5.	Distributionspolitik.....	83
F.	Fallstudie: Marketing der Sparkasse	86
I.	Darstellung des Unternehmens	86
II.	Marketing bei der Sparkasse	87
III.	Fazit und Ausblick.....	90
G.	Literatur und Übungsfragen	91

Drittes Kapitel

Marktbearbeitungs-Prozess: Innovation/Forschung & Entwicklung als Wertschöpfungsaktivität

A.	Gegenstand	93
B.	Einführende Grundlagen	93
I.	Ziele, Bedeutung und Entwicklungstendenzen von Innovation und F&E.....	93
II.	Quellen der Innovation.....	96
C.	Arten von Innovationen	98
D.	Phasen eines systematischen Innovationsprozesses	100
I.	Überblick.....	100
II.	Strategische Planungsphase (Feststellung der strategischen Stoßrichtung).....	102
1.	Suchfeldanalyse und Trendanalyse.....	102

2. Kompetenzanalyse	105
III. Realisierungsphase	106
1. Ideenfindung.....	106
2. Entwicklung.....	112
IV. Implementierungsphase.....	117
1. Markterprobung.....	117
2. Markteinführung.....	119
E. Fallstudie: Innovationsmanagement bei Schreiner Group GmbH & Co. KG.....	124
I. Darstellung des Unternehmens	124
II. Von der Technologie zur Innovation.....	125
III. Fazit und Ausblick.....	128
F. Literatur und Übungsfragen	129

Viertes Kapitel

Interdependenzen zwischen den Marktbearbeitungs-Prozessen

A. Gegenstand	131
B. Bedeutung der Verknüpfung von F&E/Innovation und Marketing.....	131
C. Literatur und Übungsfragen	137

Fünftes Kapitel

Supply Chain-Prozess: Operationen als Wertschöpfungsaktivität

A. Gegenstand	139
B. Einführende Grundlagen.....	139
I. Ziele, Begriffe und Entwicklungstendenzen in der industriellen Produktion... 139	
II. Industrielle Produktionsentscheidung als Basis: Planungsprozess	141
1. Überblick	141
2. Aufstellung des Produktionsprogramms	143
3. Fertigungsplanung und -durchführung: Planung der Fertigungsverfahren.....	148
C. Entscheidungen der traditionellen Produktionstheorie	150
I. Grundbegriffe	150
II. Grundlagen von Produktionsfunktionen.....	152
III. Substitutionale Produktionsfunktion – Grundmodell.....	154
IV. Limitationale Produktionsfunktion – Grundmodell	158
D. Entscheidungen der produktionsorientierten Kostentheorie.....	159

I.	Kostenisoquanten und Wirkung von Faktorpreisänderungen	159
II.	Minimalkostenkombination und Kostenminimum bei substitutionalen Funktionen	162
III.	Linearer Kostenverlauf.....	164
IV.	Ertragsgesetzlicher Kostenverlauf	165
V.	Kostenzentrierte Ableitung unternehmerischer Entscheidungspunkte	167
E.	Charakteristika der Leistungserstellung bei Dienstleistungsunternehmen.....	169
I.	Definitionsansätze und Grundverständnis von Dienstleistungen.....	169
II.	Besonderheiten der Leistungserstellung bei Dienstleistungen.....	170
III.	Individualisierung des Leistungserstellungsprozesses	172
F.	Fallstudie: Fertigungsprozesse bei der Gildemeister AG	176
I.	Darstellung des Unternehmens	176
II.	Leitlinien der Fertigung und Montagesysteme.....	177
III.	Fazit und Ausblick.....	180
G.	Literatur und Übungsfragen	181

Sechstes Kapitel

Supply Chain-Prozess: Logistik als Wertschöpfungsaktivität

A.	Gegenstand	183
B.	Einführende Grundlagen.....	183
I.	Ziele, Bedeutung und Entwicklungstendenzen	183
II.	Teilsysteme der betriebswirtschaftlichen Logistik	186
C.	Entscheidungsbestandteile im Logistiksystem	189
I.	Überblick	189
II.	Strukturen des Logistiksystems als Basisentscheidung.....	191
III.	Lagerhaussysteme	193
IV.	Bestandsmanagement.....	197
V.	Transportsysteme	201
VI.	Weitere Entscheidungsbestandteile	204
D.	Fallstudie: IT-Unterstützung logistischer Prozesse: SAP und Humana.....	207
I.	Darstellung der Unternehmen	207
II.	SAP Extended Warehouse Management.....	210
III.	Fazit und Ausblick.....	213
E.	Literatur und Übungsfragen	213

Siebentes Kapitel**Supply Chain-Prozess: Beschaffung als Wertschöpfungsaktivität**

A. Gegenstand	215
B. Einführende Grundlagen	215
I. Grundbegriffe und Ziele.....	215
II. Bedeutung und Entwicklungstendenzen.....	218
C. Entscheidungstatbestände in der Beschaffung	220
I. Beschaffung vs. Eigenerstellung als Basisentscheidung.....	220
II. Beschaffungsstrategien (Sourcing-Konzepte)	223
III. Entscheidungen im Beschaffungsprozess.....	225
1. Überblick.....	225
2. Ermittlung und Spezifikation des Güterbedarfs	227
3. Suche nach potentiellen Märkten und Lieferanten.....	230
4. Einholen und Bewerten von Angeboten sowie Objektrealisation	236
D. Fallstudie: Beschaffung bei der Nestlé Deutschland AG	238
I. Darstellung des Unternehmens	238
II. Strategien, Prozesse und Lieferantenmanagement.....	239
III. Fazit und Ausblick.....	243
E. Literatur und Übungsfragen	244

Achtes Kapitel**Interdependenzen zwischen Supply Chain-Prozessen**

A. Gegenstand	245
B. Bedeutung der Verknüpfung von Produktion, Logistik und Beschaffung	245
C. Literatur und Übungsfragen	253
Literaturverzeichnis.....	255
Stichwortverzeichnis.....	263