

Inhaltsverzeichnis

I. Problemstellung und Gang der Untersuchung	13
II. Die Bedeutung der Kosten- und Leistungsrechnung in Handelsbetrieben	16
A. <i>Die Ursachen der Geringschätzung der Kosten- und Leistungsrechnung im Handelsbetrieb</i>	16
1. Das Handelsspannenprozentdenken	16
2. Betriebsvergleich und Kennzahlen	16
3. Verbundbeziehungen und „kalkulatorischer Ausgleich“	17
4. Produktlebenszyklus	18
5. Preisuntergrenze	18
B. <i>Die Stichhaltigkeit der vorgebrachten Argumente</i>	19
III. Der Handelsbetrieb	21
A. <i>Die definitorische Abgrenzung des Handelsbetriebes</i>	21
1. Handel im funktionellen und im institutionellen Sinne	21
2. Gegenstand des Handels	23
3. Die Handelsfunktionen	23
4. Die Einteilung der Handelsbetriebe	24
B. <i>Die Leistungserstellung im Handelsbetrieb</i>	25
1. Die Leistungserstellung als Kombinationsprozeß	25
2. Der Handelsbetrieb als Dienstleistungsbetrieb	27
3. Die Handelsware als Regiefaktor	30
4. Die Handelsware als Elementarfaktor im Kombinationsprozeß	31

<i>C. Die Konsequenzen der Leistungserstellungsanalyse für die Kosten- und Leistungsrechnung im Handelsbetrieb</i>	34
1. Die Handelsware als Kostenträger	34
2. Die Zurechenbarkeit der Kosten eines Handelsbetriebes auf die handelsbetriebliche Leistung	37
a) Allgemeines	37
b) Das Durchschnittsprinzip	37
c) Das Proportionalitätsprinzip	38
d) Der Begriff Verursachung	40
(1) Das kausale Verursachungsprinzip	40
(2) Das finale Verursachungsprinzip	43
e) Die Verursachung im Leistungsprozeß	44
(1) Die Leistungserstellung als Kausalprozeß	44
(2) Die Leistungserstellung als Finalprozeß	46
f) Das Identitätsprinzip von Riebel	48
g) Zusammenfassung	51
IV. Die Kostenrechnung im Absatzbereich von stoffumwandelnden Produktionsunternehmen	53
<i>A. Die Zweckmäßigkeit der Berücksichtigung der Erkenntnisse der „industriellen Vertriebskostenrechnung“</i>	53
<i>B. Die Vertriebskosten</i>	54
1. Der Begriff der Vertriebskosten	54
a) Einzelwirtschaftliche Vertriebskosten	54
b) Die Kosten der absatzwirtschaftlichen Betätigung	55
c) Die gesamtwirtschaftlichen Vertriebskosten	56
2. Die Eigenart der Vertriebskosten	56
3. Die konventionelle Behandlung der Vertriebskosten	57
4. Die Entwicklung der Vertriebskostenrechnung	58
<i>C. Die Vertriebskostenartenrechnung</i>	59
1. Grundsätzliches	59
2. Die Gliederung der Vertriebskosten	61
a) Gliederung nach der Art der verbrauchten Kostengüter ...	61

Inhaltsverzeichnis	9
b) Gliederung nach der Zurechenbarkeit	62
(1) Direkt zurechenbare Kosten	62
(2) Indirekt zurechenbare Kosten	63
(3) Nicht zurechenbare Kosten	64
<i>D. Die Vertriebskostenstellenrechnung</i>	64
1. Zweck der Vertriebskostenstellenrechnung	64
2. Mögliche Vertriebskostenstellen	66
3. Bezugsgrößen in Vertriebskostenstellen	70
a) Kostenstellen der Verkaufsabwicklung	71
b) Akquisitorische Stellen	72
c) Vertriebsleitung	73
4. Der Zusammenhang zwischen Bezugsgrößenwahl und unterschiedlichen Kostenträgern	73
<i>E. Die Vertriebskostenträgerrechnung</i>	76
<i>F. Absatzsegmentenerfolgsrechnung und selektive Absatzpolitik</i>	78
1. Absatz- und Marktsegmentierung	78
2. Praktisch relevante Absatzsegmente	80
3. Überschneidungen der Absatzsegmente	82
<i>G. Die Vertriebsfolgerrechnung</i>	84
1. Mehrfach parallele (alternative) und mehrdimensionale (simultane) Erfolgsrechnung	84
2. Beispiel zur zweidimensionalen Vertriebsfolgerrechnung	87
3. Die simultane Vertriebsfolgerrechnung bei Kundengruppen-, Produktgruppen- und Absatzgebietssegmenten unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Fixkostenzurechnung	90
a) Die Aggregationsalternativen	91
b) Die aggregationsbezogene Fixkostenkategorisierung	94
c) Demonstrationsbeispiel	97
(1) Beispielangaben	97
(2) Lösungstabellen	98
(3) Kommentar	105

V. Die Kosten- und Leistungsrechnung im Handelsbetrieb	110
A. Die Kostenarten	112
1. Die Warenkosten	112
a) Die Einsatzermittlung	113
(1) Die Wareneinsatzermittlung über die Stichtagsinventur	113
(2) Die Mengenskontration	113
(3) Die Wertskontration	114
(aa) Die Block- und die laufende Skontration	114
(bb) Grundbeispiele	114
(aaa) Angaben	114
(bbb) Lösung	115
(ccc) Kommentar	116
(cc) Die Berücksichtigung von Preisänderungen	117
(aaa) Generelle Preissenkung	117
(bbb) Spezielle Preisänderungen	119
(4) Permanente Inventur und Wertskontration	120
b) Die Bewertung	121
2. Die Handlungskosten	123
B. Kapazität und Beschäftigung im Handelsbetrieb	125
1. Die Kapazität	125
a) Inhaltliche Präzisierung	125
b) Die Kapazitätsdeterminanten	126
c) Teilbereichskapazitäten	129
d) Qualitative und quantitative Kapazität	130
e) Die Kapazitätsmessung	130
2. Die Beschäftigung	134
a) Abgrenzung zur Kapazität	134
b) Der Umsatz als Beschäftigungsmaßstab	135
c) Die sprungfixen Kosten	137
C. Die Kostenstellenrechnung	139
1. Die Bedeutung der Kostenstellenrechnung für den Handelsbetrieb	139
2. Die Bildung von Kostenstellen	140
3. Die innerbetriebliche Leistungsverrechnung	142
D. Die Kostenträgerrechnung	144

<i>E. Die Erfolgsrechnung</i>	148
1. Die Stückerfolgsrechnung	148
2. Die Periodenerfolgsrechnung	150
a) Die Gestaltungsalternativen	150
(1) Das Verkaufswertverfahren	151
(2) Das Einstandswertverfahren	151
(3) Das Verfahren der laufenden Bestandsaufnahme	152
b) Sortimentspolitik und kalkulatorischer Ausgleich	154
c) Rentabilitätsberechnungen	156
VI. Zusammenfassung	161
VII. Literaturverzeichnis	168
<i>A. Bücher</i>	168
<i>B. Zeitschriften</i>	172