

Inhaltsübersicht

Vorwort	15
Teil I Unternehmerische Ausrichtung	25
Kapitel 1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	27
Kapitel 2 Business Modelling und Start-up-Management	55
Kapitel 3 Strategisches Management	103
Teil II Primäre Funktionen	143
Kapitel 4 Marketing	145
Kapitel 5 Sales	179
Kapitel 6 Materialwirtschaft, Logistik und Supply Chain Management	215
Kapitel 7 Produktion	267
Kapitel 8 Finanzwirtschaft	305
Teil III Unterstützende Funktionen	347
Kapitel 9 Externes Rechnungswesen – Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss	349
Kapitel 10 Internes Rechnungswesen – Kostenrechnung und Controlling	401
Kapitel 11 Organisation	445
Kapitel 12 Human Resource Management	479
Kapitel 13 Leadership	511
Die Autoren	544
Glossar	551
Register	579

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	15
Vorwort zur dritten Auflage	15
Vorwort zur zweiten Auflage	15
Vorwort zur ersten Auflage	15
Inhalte und Struktur	16
Aufbau des Buches: Die Funktionen eines Unternehmens	16
Primäre Funktionen	18
Unterstützende Funktionen	18
Danksagungen	20
Autorenverzeichnis	21
Teil I Unternehmerische Ausrichtung	25
Kapitel 1 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	27
1.1 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	28
1.1.1 Definitionen und Abgrenzung	28
1.1.2 Entstehung der Betriebswirtschaftslehre	28
1.2 Wieso gibt es Unternehmen?	29
1.3 Bedürfnisse und Güter	30
1.3.1 Bedürfnisse	30
1.3.2 Güter	31
1.4 Die Träger der Wirtschaft	32
1.4.1 Nach Standort	33
1.4.2 Nach Branche	35
1.4.3 Nach der Rechtsform	35
1.4.4 Nach Unternehmensgröße	38
1.4.5 Nach räumlicher Struktur	40
1.5 Entscheidungstheorien	41
1.5.1 Die Prinzipien des betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns	41
1.5.2 Auswahl von unternehmerischen Optionen	42
Kapitel 2 Business Modelling und Start-up-Management	55
2.1 Einführung	56
2.1.1 Unternehmer als Treiber des ständigen Wandels in der Wirtschaft	56
2.1.2 Was versteht man unter Entrepreneurship, einem Entrepreneur und einer Innovation?	57
2.1.3 Was braucht man für die Gründung eines Unternehmens?	59

2.2	Business Idea Generation/Geschäftsideenentwicklung	60
2.2.1	Was ist eine Geschäftsidee?	60
2.2.2	Was macht eine potenzialträchtige Geschäftsidee aus?.....	61
2.2.3	Was ist Design Thinking?	63
2.3	Business Model Design/Geschäftsmodellentwicklung	72
2.3.1	Begriffsdefinition Business Model	72
2.3.2	Business Model Canvas	73
2.4	Start-up-Management	76
2.4.1	Erfolgsfaktoren von Start-up-Unternehmen.....	76
2.4.2	Businessplanning: Pitch Deck vs. Businessplan	78
2.4.3	Lean Start-up.....	82
2.4.4	Entrepreneurial Finance	84
2.5	Fazit.....	87

Kapitel 3 Strategisches Management 103

3.1	Grundlagen und Rolle des strategischen Managements	104
3.1.1	Herkunft und historische Entwicklungsphasen des strategischen Denkens.....	104
3.1.2	Begrifflichkeiten des strategischen Managements.....	106
3.1.3	Wie entwickelt man eine Strategie?.....	108
3.2	Die wesentlichen Ansätze des strategischen Managements	110
3.2.1	Marktorientierter Ansatz: von außen nach innen (outside-in) ...	112
3.2.2	Ressourcenorientierter Ansatz: von innen nach außen (inside-out)	119
3.3	Grundlegende strategische Herausforderungen.....	123
3.3.1	Wahl der Wachstumsstrategie	124
3.3.2	Wahl der Wachstumsoption	125
3.3.3	Wahl der internationalen Strategie	127
3.3.4	Optionen sozialer Verantwortung	130

Teil II Primäre Funktionen 143

Kapitel 4 Marketing 145

4.1	Grundlagen	146
4.1.1	Ziele und Aufgaben.....	146
4.1.2	Forschungsansätze des Marketings	147
4.2	Das Käuferverhalten	150
4.2.1	Ausgangspunkt und Grundlage	150
4.2.2	Faktoren des Konsumverhaltens	151
4.2.3	Definition des Kaufverhaltens	153
4.3	Der Marketingplan als Grundlage für die Marketingstrategie.....	154
4.3.1	Schritt 1: SWOT-Analyse	154
4.3.2	Schritt 2: Festlegung der Marketingziele	156
4.3.3	Schritt 3: Planung der Marketingstrategie	157

4.3.4	Schritt 4: Marketing-Mix	160
4.3.5	Schritt 5: Budget	167
4.3.6	Schritt 6: Kontrolle durch Marktforschung	167
4.4	Online-Marketing	168
4.4.1	Was ist Online-Marketing?	168
4.4.2	Elemente des Online-Marketings	168
Kapitel 5 Sales		179
5.1	Grundlagen von Sales	180
5.1.1	Was versteht man unter dem Begriff Sales?	180
5.1.2	Abgrenzung von Marketing und Sales	180
5.1.3	Die verschiedenen Elemente von Sales	181
5.2	Einfluss des operativen Marketings auf Sales	184
5.2.1	Place (Distributionspolitik)	186
5.2.2	Produkt	189
5.2.3	Preis	190
5.2.4	Promotion	190
5.3	Salesaktivitäten	191
5.3.1	Aufbau eines Salesteams	191
5.3.2	Leitung des Salesteams	199
5.3.3	Verkaufsgespräch	202
Kapitel 6 Materialwirtschaft, Logistik und Supply Chain Management		215
6.1	Überblick und Abgrenzung	216
6.2	Materialwirtschaft	218
6.2.1	Stücklisten	218
6.2.2	Bedarfsermittlung	221
6.2.3	Teileklassifizierung	222
6.2.4	Bestellverfahren	223
6.2.5	Lieferantenmanagement	225
6.3	Logistiksysteme	228
6.3.1	Grundlagen und Abgrenzung	228
6.3.2	Transportsysteme	233
6.3.3	Umschlagsysteme	241
6.3.4	Lagersysteme	243
6.3.5	Kommissionierung	247
6.3.6	Logistik-Controlling	249
6.3.7	IT-Systeme in der Logistik	251
6.4	Supply Chain Management (SCM)	254

Kapitel 7	Produktion	267
7.1	Grundlagen	268
7.1.1	Begrifflichkeiten	268
7.1.2	Produktionsfunktionen	270
7.2	Historische Entwicklung des Produktionsmanagements	272
7.3	Rolle der Produktion im Unternehmen	274
7.3.1	Produktionstypen	275
7.3.2	Produktionsstrategien	275
7.4	Produktionsprozess und -kosten	279
7.4.1	Produktionsprozess	279
7.4.2	Produktionskosten: Break-even-Analyse	282
7.5	Grundlagen der Lagerplanung	284
7.5.1	Lagerbestand	285
7.5.2	Bedarfsverlauf und Gütertypisierung	286
7.5.3	Lagerplanungssystem	287
Kapitel 8	Finanzwirtschaft	305
8.1	Ursprünge und Merkmale	306
8.1.1	Geschichtliche Entwicklung	306
8.1.2	Definition	307
8.1.3	Charakteristika und Abgrenzungen	308
8.2	Grundlagen	309
8.2.1	Discounting	309
8.2.2	Kredit und Anlage	310
8.2.3	Substituierung	313
8.2.4	Berechnung des Barwertfaktors	315
8.3	Investitionsentscheidungen	318
8.4	Finanzierungsentscheidungen	322
8.4.1	Interdependenzen zur Rechnungslegung und zum Jahresabschluss	322
8.4.2	Finanzplan	324
8.4.3	Optimale Bilanzsteuerung	327
8.5	Risikomanagement	329
8.5.1	Soll-Ist-Vergleich	329
8.5.2	Berechnung der Standardabweichung	331
8.5.3	Klassifizierung und Bewertung des Risikos	334
8.6	Fazit	336

Teil III Unterstützende Funktionen. 347

**Kapitel 9 Externes Rechnungswesen – Buchführung, Bilanzierung
und Jahresabschluss 349**

9.1	Einführung in das betriebliche Rechnungswesen.	350
9.1.1	Aufgaben und Zwecke des betrieblichen Rechnungswesens.	350
9.1.2	Teilbereiche des betrieblichen Rechnungswesens	350
9.1.3	Begriffliche Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens.	352
9.2	Grundlagen des externen Rechnungswesens	352
9.2.1	Aufgaben des externen Rechnungswesens	352
9.2.2	Adressaten des externen Rechnungswesens	353
9.2.3	Rechtsgrundlagen des externen Rechnungswesens	354
9.2.4	Bestandteile des externen Rechnungswesens	355
9.3	Grundlagen der Buchführung	356
9.3.1	Konto, Sollbuchung, Habenbuchung.	357
9.3.2	Arten von Geschäftsvorfällen I – Bilanzbuchungen	359
9.3.3	Arten von Geschäftsvorfällen II – Erfolgswirksame Buchungen in der Gewinn- und Verlustrechnung (GuV).	367
9.3.4	Kontenrahmen und Organisation der Buchführung.	369
9.4	Bilanzierung und Jahresabschluss.	370
9.4.1	Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung	370
9.4.2	Grundzüge der Bilanzierung nach deutschen Rechnungs- legungsvorschriften	373
9.4.3	Grundzüge des Jahresabschlusses	377
9.5	Besonderheiten des externen Rechnungswesens nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS)	388
9.5.1	Grundlagen der internationalen Rechnungslegung.	388
9.5.2	Wesentliche Bilanzierungsgrundsätze nach IFRS.	389

**Kapitel 10 Internes Rechnungswesen – Kostenrechnung und
Controlling 401**

10.1	Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	402
10.1.1	Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung	402
10.1.2	Begriffliche Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	403
10.1.3	Gestaltungsvarianten der Kosten- und Leistungsrechnung	405
10.2	Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung.	407
10.2.1	Vollkostenrechnung	407
10.2.2	Teilkostenrechnung	414
10.2.3	Ausblick auf weitere Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung	417
10.3	Grundlagen des Controllings	419
10.3.1	Begriffsbestimmung Controlling	419
10.3.2	Funktionen des Controllings	420
10.3.3	Abgrenzung des Controllings von anderen Unternehmensfunktionen	421
10.3.4	Organisation des Controllings	422

10.4	Darstellung grundlegender Controllingaufgaben.	423
10.4.1	Zur Wechselwirkung zwischen Unternehmensführung und Controlling.	423
10.4.2	Unterstützung bei der strategischen Ausrichtung des Unternehmens.	424
10.4.3	Koordination der operativen Unternehmensplanung	425
10.4.4	Erstellung des Berichtswesens	428
10.5	Darstellung ausgewählter Controllinginstrumente	430
10.5.1	SWOT-Analyse	430
10.5.2	Durchführung von Abweichungsanalysen.	431
10.5.3	Kennzahlen und Kennzahlensysteme	433
10.5.4	Balanced Scorecard als Beispiel eines integrierten Controllinginstruments.	437

Kapitel 11 Organisation 445

11.1	Was ist eine Organisation im institutionellen Sinne?	446
11.2	Warum ist Organisation im Sinne von organisieren wichtig?	446
11.3	Ein historischer Überblick von institutionellen Organisationen	447
11.4	Rechtliche Eigentumsverhältnisse	448
11.5	Wer besitzt Organisationen?	449
11.6	Corporate Governance in entwickelten Kapitalmärkten.	449
11.7	Aufbauorganisation	453
11.7.1	Zentralisierung/Dezentralisierung	454
11.7.2	Formalisierung	455
11.7.3	Hierarchieebenen	456
11.7.4	Idealtypische Organisationsformen	457
11.7.5	Weitere Arten von Organisationsstrukturen	460
11.8	Organisationen und Organisationsleben	463
11.9	Erstellen und Entwickeln einer Organisationsstruktur.	464
11.10	Organisationen im 21. Jahrhundert – die Auswirkungen der Technologie.	465
11.10.1	Klassische IT-Systeme	465
11.10.2	Neue Technologien und neue Arbeitsweisen in Organisationen	467
11.10.3	Strukturierung entlang der agilen Methodik	467

Kapitel 12 Human Resource Management 479

12.1	Grundlagen	480
12.1.1	Ursprung	480
12.1.2	Rolle im Unternehmen	483
12.2	Aufgabengebiete des Human Resource Management	485
12.2.1	Administrative Aufgabe	485
12.2.2	Befriedigung von Ansprüchen	486
12.2.3	Kompetenzmanagement	487

12.3	HRM-Funktionen	489
12.3.1	Einstellungsprozess	489
12.3.2	Personalbewertung	495
12.3.3	Vergütung	500
12.4.	Aktuelle Trends	501
 Kapitel 13 Leadership		511
13.1	Warum Führung in Unternehmen?	512
13.2	Akzeptanz, Abgrenzung und Funktion von Führung	513
13.2.1	Akzeptanz von Führung	513
13.2.2	Führungsfunktionen	514
13.2.3	Die Abgrenzung zwischen Unternehmens- und Mitarbeiterführung	515
13.3	Motivation	516
13.4	Führungsstile: Führung als „Stil“?	517
13.4.1	Eindimensionale Führungsstile	518
13.4.2	Zweidimensionaler Führungsstil: Verhaltensgitter nach Blake und Mouton	521
13.4.3	Dreidimensionale bzw. situative Führungsstile	522
13.4.4	Managementmodelle	528
13.5	Führung in der Praxis	530
13.5.1	Wie werde ich ein „guter“ Vorgesetzter?	530
13.5.2	Führungserfolg messen	533
 Die Autoren		544
 Glossar		551
 Register		579