

# Inhalt

Symbolverzeichnis.....	15
<b>I. Teil: Grundlagen der Entscheidungen im Produktionsbereich und im Absatzbereich .....</b>	<b>17</b>
A. Zielfunktion .....	18
1. Elemente der Zielfunktion .....	18
2. Gewinnziel .....	19
B. Nebenbedingungen .....	22
1. Gesamtwirtschaftliche und rechtliche Beschränkungen .....	22
2. Beschränkungen beim Mitteleinsatz .....	23
3. Verhalten relevanter Wirtschaftssubjekte .....	23
C. Instrumente .....	24
1. Instrumente der Kostengestaltung .....	25
2. Instrumente der Erlösgestaltung .....	25
D. Aufbau des Lehrbuchs.....	26
E. Kontrollfragen.....	27
F. Weiterführende Literatur.....	27
<b>II. Teil: Entscheidungen im Produktionsbereich .....</b>	<b>28</b>
A. Produktionsfunktion und Kostenfunktion .....	28
1. Produktionsfunktion .....	28
a) Grundlagen.....	28
aa) Produktion .....	28
aaa) Produktionsfaktoren.....	29
bbb) Produkte .....	31
ccc) Produktionsverfahren.....	33
bb) Produktionstheorie .....	39
b) Grundbegriffe.....	41
aa) Durchschnittsproduktivität.....	41
bb) Grenzproduktivität.....	42
cc) Skalenerträge .....	42

c) Typen von Produktionsfunktionen .....	43
aa) Produktionsfunktion vom Typ A .....	43
bb) Produktionsfunktion vom Typ B .....	46
cc) Produktionsfunktion vom Typ C .....	50
dd) Weiterentwicklungen von Produktionsfunktionen .....	55
2. Kostenfunktion .....	57
a) Grundlagen .....	57
aa) Kosten .....	57
bb) Kostentheorie .....	59
b) Grundbegriffe .....	60
aa) Durchschnittskosten .....	61
bb) Differenzkosten .....	62
cc) Grenzkosten .....	62
dd) Kostenelastizität .....	63
c) Typen von Kostenfunktionen .....	63
aa) Fixe und variable Kosten .....	64
aaa) Fixe Kosten .....	64
bbb) Variable Kosten .....	66
bb) Kostenverläufe .....	69
aaa) Linearer Kostenverlauf .....	69
bbb) „Ertragsgesetzlicher“ Kostenverlauf .....	69
ccc) Beziehungen zwischen Typen von Produktions- funktionen und Kostenfunktionen .....	72
3. Übungsaufgaben und Kontrollfragen .....	74
4. Weiterführende Literatur .....	77
B. Gestaltung der Kosten .....	78
1. Bestimmungsgrößen der Kosten .....	78
2. Nebenbedingungen .....	81
a) Gesamtwirtschaftliche und rechtliche Beschränkungen .....	81
b) Stand der Technik .....	83
c) Verhalten der Marktpartner auf dem Beschaffungsmarkt .....	84
3. Instrumente der Kostengestaltung .....	84
a) Faktorpreise .....	84
aa) Einfluß der Faktoreinsatzmengen auf die Faktorpreise .....	85
bb) Einfluß der Leistungszeit auf die Faktorpreise .....	87
b) Faktoreinsatzmengen .....	89
aa) Bedeutung der Faktorpreise für den Einsatz der Pro- duktionsfaktoren .....	89
aaa) Isoquanten .....	89

bbb) Minimalkostenkombination .....	96
ccc) Wirkung von Preisänderungen .....	101
bb) Bedeutung der Ausbringungsmenge für den Einsatz der Produktionsfaktoren .....	105
aaa) Ausbringungsunabhängige Kosten .....	105
bbb) Variationsformen .....	106
ccc) Kostenverlauf bei Variation der Einsatzzeit .....	109
ddd) Kostenverlauf bei Variation der Einsatzgeschwin- digkeit .....	111
eee) Kostenverlauf bei Variation der Einsatzdimension .....	115
cc) Bedeutung der Ausbringungsmengenrelation bei gege- benem Produktionsprogramm .....	117
aaa) Mehrprodukt- und Mehrverfahrensunterneh- mungen .....	117
bbb) Kostenverlauf bei zeitlich gestaffelter Produktion .....	121
ccc) Kostenverlauf bei Simultanproduktion .....	127
c) Produktionsverfahren .....	132
aa) Änderung von Produktionsverfahren .....	132
bb) Kriterien der Verfahrenswahl .....	134
aaa) Produktionswirtschaftliche Kriterien .....	134
bbb) Absatz-, investitions- und personalwirtschaftliche Kriterien .....	141
d) Produktionsprogramm .....	143
4. Abstimmung der Entscheidungen im Produktionsbe- reich .....	146
5. Übungsaufgaben und Kontrollfragen .....	147
6. Weiterführende Literatur .....	151

### **III. Teil: Entscheidungen im Absatzbereich** 152

A. Absatzfunktion und Erlösfunktion .....	152
1. Absatzfunktion .....	152
2. Erlösfunktion .....	153
a) Grundlagen .....	153
aa) Erlöse .....	153
bb) Absatztheorie .....	153
b) Grundbegriffe .....	154
aa) Durchschnittserlös, Differenzlerlös, Grenzerlös .....	155
bb) Nachfrageelastizität .....	156
c) Typen von Erlösfunktionen .....	157

3. Übungsaufgaben und Kontrollfragen .....	160
4. Weiterführende Literatur .....	160
<b>B. Gestaltung der Erlöse .....</b>	<b>161</b>
1. Bestimmungsgrößen der Erlöse .....	161
2. Nebenbedingungen.....	162
a) Gesamtwirtschaftliche und rechtliche Beschränkungen ...	162
b) Der Markt .....	164
aa) Abgrenzung des Marktes .....	164
bb) Struktur des Marktes .....	165
aaa) Homogenität des Marktes.....	165
bbb) Anzahl und relative Größe der Marktteilnehmer	166
cc) Marktsegmentierung.....	167
c) Verhalten der Nachfrager .....	169
aa) Einfluß der Bedürfnisstruktur .....	169
bb) Bedeutung der Preise .....	172
cc) Wirkungen des Umfangs der verfügbaren Mittel .....	173
dd) Bedeutung der Struktur des Marktes.....	174
d) Verhalten der Mitanbieter.....	175
aa) Bedeutung der Homogenität des Marktes .....	175
bb) Bedeutung von Anzahl und relativer Größe der Markt-	
teilnehmer .....	177
aaa) Polypolitische Marktstruktur .....	177
bbb) Oligopolistische Marktstruktur .....	179
ccc) Monopolistische Marktstruktur .....	182
cc) Marktveränderungen und Anbieterverhalten.....	183
3. Absatzpolitische Instrumente .....	184
a) Systematik.....	184
b) Mengenpolitik .....	185
c) Preispolitik .....	187
aa) Preispolitische Gestaltungsmöglichkeiten .....	187
bb) Bedeutung der Marktstruktur für die Preispolitik ...	189
aaa) Preispolitik auf einem Polypolmarkt .....	189
bbb) Preispolitik auf einem Oligopolmarkt.....	190
ccc) Preispolitik auf einem Monopolmarkt .....	192
cc) Preisdifferenzierung .....	192
dd) Vertikale Preisbildung .....	196
aaa) Vertikale Preisbildung ohne Preisbindung.....	196
bbb) Vertikale Preisbildung mit Preisbindung .....	199
d) Produkt- und Programmpolitik.....	199
aa) Produktpolitik .....	200
aaa) Produkteigenschaften.....	200

bbb) Produktinnovation, Produktvariation und Produktelimination.....	201
bb) Programmpolitik.....	202
cc) Wirkungen.....	203
aaa) Wirkungen auf die Erlöse.....	203
bbb) Wirkungen auf die Kosten.....	207
ccc) Wirkungen auf die Nettoerlöse.....	208
e) Werbung.....	210
aa) Aufgaben.....	210
bb) Werbeplanung.....	211
cc) Wirkungen.....	213
aaa) Wirkungen auf die Erlöse.....	213
aaaa) Umfang der Werbewirkung.....	214
bbbb) Ermittlung der Werbewirkung.....	216
bbb) Wirkungen auf die Kosten und die Nettoerlöse.....	218
f) Distributionspolitik.....	219
aa) Aufgaben.....	219
bb) Wahl der Absatzwege.....	219
cc) Gestaltung der Distributionslogistik.....	221
dd) Wirkungen auf die Kosten und die Nettoerlöse.....	222
4. Abstimmung der Entscheidungen im Absatzbereich (Marketing-Mix).....	225
5. Übungsaufgaben und Kontrollfragen.....	227
6. Weiterführende Literatur.....	230

**IV. Teil: Abstimmung der Entscheidungen im Produktionsbereich und im Absatzbereich** 231

A. Gewinnfunktion.....	231
B. Simultane produktionswirtschaftliche und absatzwirtschaftliche Entscheidungen.....	235
1. Mengenzpolitik bei temporaler, intensiver und dimensionaler Variation im Produktionsbereich einer Einproduktunternehmung.....	235
2. Preispolitik bei Variation der Einsatzzeit im Produktionsbereich einer Einproduktunternehmung.....	242
3. Mengenzpolitik einer Mehrproduktunternehmung.....	244
4. Einsatz der Werbung bei dimensionaler und intensiver Variation im Produktionsbereich.....	249

## 14 Inhalt

5. Preispolitik bei Änderung der Fertigungsverfahren....	251
6. Programmpolitik bei Änderung der Fertigungsverfahren .....	257
C. Übungsaufgaben und Kontrollfragen .....	262
D. Weiterführende Literatur.....	268
Literaturverzeichnis .....	269
Stichwortverzeichnis.....	275