

Michael Bernecker

**Grundlagen
der Betriebswirtschaftslehre**

johanna
Verlag

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
I. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	1
1. Grundbegriffe	1
2. Rechtsformen der privatwirtschaftlichen Betriebe	8
2.1 Handelsregister	9
2.2 Einzelunternehmung	9
2.3 Personengesellschaften	10
2.4 Kapitalgesellschaften	14
2.5 Nicht-kapitalistische Körperschaften	20
3. Standortbestimmung und Unternehmensverbindungen	23
II. Betriebliches Management	27
1. Unternehmensziele	27
1.1 Zielarten	27
1.2 Anforderungen an ein Zielsystem	28
1.3 Zielbildungsprozess	29
1.4 Praxisorientierte Zielsysteme	31
2. Managementfunktionen	36
2.1 Begriff und Merkmale des Managements	36
2.2 Planung	36
2.3 Führung	42
2.4 Organisation	46
3. Managementsysteme	49
3.1 Planungs- und Kontrollsysteme	49
3.2 Organisationssysteme	52
3.2.1 Spezialisierung	52
3.2.2 Koordination	55
3.2.3 Leitungssysteme	55

3.2.4 Entscheidungsdelegation	58
3.2.5 Formalisierung	58
3.3 Personal-(Führungs-)system	60
3.4 Informationssystem	68
3.5 Management by Konzepte	71
3.5.1 Management by Exception (MbE)	71
3.5.2 Management by Delegation (MbD)	72
3.5.3 Management by Objektives (MbO)	72
3.5.4 Management by System (MbS)	73
III. Kosten- und Leistungsrechnung	75
1. Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	75
1.1 Stellung der Kostenrechnung im Rechnungswesen	75
1.2 Zwecke und Teilgebiete der Kostenrechnung	76
1.3 Grundbegriffe der Kostenrechnung	78
1.4 Überblick über Kostenrechnungssysteme	79
2. Kostenartenrechnung	82
2.1 Ermittlung einiger Kostenarten	84
2.1.1 Werkstoffkosten	84
2.1.2 Betriebsmittelkosten	85
2.1.3 Kalkulatorische Kosten	89
3. Kostenstellenrechnung	94
3.1 Aufgaben der Kostenstellenrechnung	94
3.2 Gliederung der Kostenstellen	94
3.3 Ablauf der Kostenstellenrechnung im Betriebsabrechnungsbogen	95
3.3.1 Verteilung der primären Gemeinkosten	96
3.3.2 Verrechnung innerbetrieblicher Leistungen	96
3.3.3 Bildung von Kalkulationssätzen	100
4. Kostenträgerrechnung	103
4.1 Begriff und Aufgaben der Kostenträgerrechnung	103
4.2 Divisionskalkulation	104
4.3 Zuschlagskalkulation	104

IV. Produktion	109
1. Grundbegriffe der Produktion	109
1.1 Produktion im produktiven System	109
1.2 Typisierung der Produktion	109
1.3 Produktionsfaktoren und Produkte	111
2. Produktions- und Kostenfunktionen	114
2.1 Substitutionale Produktionsfunktionen	115
2.1.1 Klassisches Ertragsgesetz	115
2.1.2 Cobb/Douglas-Produktionsfunktion	119
2.2 Limitationale Produktionsfunktionen	120
2.2.1 Leontief-Produktionsfunktion	120
2.2.2 Die Gutenberg-Produktionsfunktion	122
3. Produktionsplanung	126
3.1 Teilebedarfsrechnung	126
3.2 Produktionsprogrammplanung	127
V. Finanzierung	135
1. Grundbegriffe der Finanzierung	135
1.1 Gliederung von Zahlungsströmen	135
1.2 Bestimmungsgrößen des Kapital-, Finanz- und Geldbedarfs	136
1.3 Charakterisierung von Eigen- und Fremdkapital	137
1.4 Finanzierungsformen im Überblick	138
2. Außenfinanzierung (externe Finanzierung)	140
2.1 Beteiligungsfinanzierung	140
2.2 Fremdfinanzierung	144
2.2.1 Langfristige Kreditfinanzierung	144
2.2.2 Kurzfristige Kreditfinanzierung	145
2.3 Sonderformen der Außenfinanzierung	146
2.3.1 Factoring	147
2.3.2 Leasing	148
3. Innenfinanzierung (interne Finanzierung)	150
3.1 Cash-Flow-Finanzierung	150
3.1.1 Finanzierung durch einbehaltene Gewinne	150

3.1.2 Finanzierung durch Abschreibungsgegenwerte	150
3.1.3 Finanzierung durch Rückstellungsgegenwerte	151
3.2 Vermögensumschichtung	152
VI. Investitionsrechnungen	153
1. Grundbegriffe der Investitionsrechnung	153
2. Statische Verfahren der Investitionsrechnung	156
2.1 Kostenvergleichsrechnung	157
2.2 Gewinnvergleichsrechnung	159
2.3 Rentabilitätsvergleichsrechnung	160
2.4 Amortisationsvergleichsrechnung	160
3. Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung	163
3.1 Kapitalwertmethode	164
3.2 Annuitätenmethode	166
3.3 Interner Zinsfuß	167
VII. Marketing	171
1. Grundbegriffe des Marketings	171
2. Marktforschung	178
2.1 Grundbegriffe und Aufgaben der Marktforschung	178
2.2 Arten der Marktforschung	179
2.3 Marktforschungsprozess (5 D's der Marktforschung)	181
3. Einsatz der Marketinginstrumente	183
3.1 Einführung	183
3.2 Produkt- und Sortimentspolitik	186
3.2.1 Ziele der Produkt- und Sortimentspolitik	186
3.2.2 Entscheidungstatbestände der Leistungs politik	186
3.2.3 Produktlebenszyklus	188
3.2.4 Programmstrukturanalysen	189
3.2.5 Portfolioanalyse	190
3.2.6 Markenartikel politik	191
3.2.7 Verpackungspolitik	192
3.2.8 Sortimentspolitik	193

3.2.9 Kundendienstpolitik	194
3.3 Distributionspolitik	196
3.3.1 Absatzwege	197
3.3.2 Handelsfunktionen	198
3.3.3 Reisender vs. Handelsvertreter	199
3.3.4 Marketinglogistik	201
3.4 Kommunikationspolitik	205
3.4.1 Werbung	206
3.4.2 Verkaufsförderung	208
3.4.3 Persönlicher Verkauf	209
3.4.4 Öffentlichkeitsarbeit	209
3.5 Preis- und Konditionenpolitik	212
3.5.1 Marktformen	212
3.5.2 Preis-Absatz-Funktion	213
3.5.3 Elastizität der Nachfrage	214
3.5.4 Preisbildung im Polypol	215
3.5.5 Aktive Preispolitik (Monopol)	216
3.5.6 Praxisorientierte Preisfindung	218
3.5.7 Konditionenpolitik	221
3.5.8 Absatzkreditpolitik	222
VIII. Lösungshinweise zu ausgewählten Aufgaben	225
IX. Sachregister	237