

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

Begründet von Handelsschul-Direktor Dipl.-Hdl. Friedrich Hutkap †

Verfasser:

Dr. Hermann Speth, Dipl.-Hdl.

Hartmut Hug, Dipl.-Hdl.

Martina Lennartz, Dipl.-Math.oec.

Michael Schmidthausen

Jörg Hegewald, Dipl.-Hdl.

Aloys Waltermann, Dipl.-Kfm. Dipl.-Hdl.

Fast alle in diesem Buch erwähnten Hard- und Softwarebezeichnungen sind eingetragene Warenzeichen.

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 60 a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

Umschlagfoto: © Andres Rodriguez – Fotolia.com

Seite 25: © thomaslerchphoto – Fotolia.com

Seite 26: www.nrw.de (Landtag Nordrhein-Westfalen)

Für die Überlassung weiterer Bildrechte bedanken wir uns bei
Johann Georg Weber, Stahl- und Metallbau, Argenbühl
Biedenkapp Stahlbau GmbH, Wangen im Allgäu
Grunwald GmbH, Wangen im Allgäu

* * * * *

4. Auflage 2020

© 2013 by MERKUR VERLAG RINTELN

Gesamtherstellung:

MERKUR VERLAG RINTELN Hutkap GmbH & Co. KG, 31735 Rinteln

E-Mail: info@merkur-verlag.de

lehrer-service@merkur-verlag.de

Internet: www.merkur-verlag.de


ISBN 978-3-8120-0620-0

Vorwort

Das vorliegende Lehrbuch richtet sich **exakt** nach dem aktuellen **Bildungsplan für die Höhere Berufsfachschule („HöHa“)**, Bereich Wirtschaft und Verwaltung, Betriebswirtschaftslehre mit Rechnungswesen, in **Nordrhein-Westfalen** (gültig seit 1. August 2018).

Das Lehrbuch umfasst die **Handlungsfelder 1 bis 4 (Anforderungssituation 4.1)**. Für die Handlungsfelder 4 (Anforderungssituation 4.2) bis 7 wurde ein zweiter Band (Merkurbuch 0621) und ein passgenaues Arbeitsheft (Merkurbuch 1621) herausgebracht.

Für Ihre Arbeit mit dem vorgelegten Lehrbuch möchten wir auf Folgendes hinweisen:

- Von den Autoren wurde bewusst darauf geachtet, dass die im Bildungsplan aufgeführten **Kompetenzen** inhaltlich **vollständig und umfassend** thematisiert werden. Zudem gewährleistet das mit dem Lehrbuch abgestimmte **Arbeitsheft (Merkurbuch 1620)** weitere Möglichkeiten des Kompetenztrainings.
- Um die **Bearbeitung der Übungsaufgaben** zu erleichtern und die Präsentation von Arbeitsergebnissen methodisch variieren zu können, stehen für die Schülerinnen, Schüler und Lehrkräfte für geeignete Aufgaben **digitale Vorlagen im PDF-Format** bereit (gekennzeichnet mit dem Symbol ). Die Vorlagen finden Sie unter **www.merkur-verlag.de**, Schlagwort „0620“, Schaltfläche „Download“.
- Um dem **Konzept des kompetenzorientierten Unterrichts** gerecht zu werden, bietet das Lehrbuch berufsbezogene Situationen und Aufgaben in vorgegebenen Unternehmen aus verschiedenen Branchen an, die die Schülerinnen und Schüler – nach der Aneignung des entsprechenden Fachwissens – möglichst selbstständig oder in der Gruppe bearbeiten sollen. Die Schülerinnen und Schüler sollen dadurch eine umfassende berufliche, gesellschaftliche und personale Handlungskompetenz erwerben.
- Das Buch orientiert sich **konsequent** an den im Bildungsplan vorgegebenen **Handlungsfeldern und Zielen**.
- Die vom Bildungsplan in den einzelnen Handlungsfeldern geforderten umfassenden **Anforderungssituationen (AS)** werden in einzelne Situationen aufgliedert und wichtigen Themenbereichen vorangestellt. Damit wird den Schülerinnen und Schülern der Einstieg in komplexe Lerninhalte erleichtert. Als Bezugspunkt für die Situationen dienen die **Modellunternehmen** des vorangestellten fiktiven Gewerbeparks. Über **Impulse** wird in problemorientierter Weise in Themen eingeführt. Weiterführende **Handlungsaufträge** gewährleisten den Erwerb von **Handlungskompetenz** am Abschluss der jeweiligen Lerneinheit.
- Die Lerninhalte werden zu Einheiten zusammengefasst, die sich jeweils in die Bereiche **Anforderungssituation** (mit Impulsen und kompetenzorientierten Handlungsaufgaben) – **Stoffinformation – Zusammenfassungen – Übungsaufgaben** aufgliedern. Viele Merksätze, Beispiele und Schaubilder veranschaulichen die praxisbezogenen Lerninhalte.
- **Fachwörter, Fachbegriffe** und **Fremdwörter** werden grundsätzlich im Text oder in Fußnoten erklärt.
- Ein ausführliches **Stichwortverzeichnis** hilft Ihnen dabei, Begriffe und Erläuterungen schnell aufzufinden.
- Wo immer möglich und sinnvoll, werden die Elemente der **Buchführung** in die übrigen BWL-Inhalte **integriert**. Durch die Verbindung von betriebswirtschaftlichen Inhalten und denen des Rechnungswesens wird das Denken in Zusammenhängen geschult. Die Einführungskapitel zur Buchführung sind bewusst in kleinere Lernschritte aufgeteilt worden. So wird erreicht, dass die Schülerinnen und Schüler die Grundzusammenhänge genau erkennen.
Als **unterstützende Anschauungshilfe** werden in der Einführungsphase im Buchführungsteil bei allen Einführungsbeispielen folgende Farben beim Buchen verwendet: Aktivkonten: grün, Passivkonten: rot, Aufwendungen: violett, Erträge: blau.

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser

Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibung des Industrie- und Gewerbeparks Soest und seiner Unternehmen

1	Grundkonzept des Industrie- und Gewerbeparks Soest	15
2	Exemplarisches Unternehmensportrait der dort angesiedelten Weber Metallbau GmbH	15
3	Überblick über weitere im Industrie- und Gewerbepark angesiedelte Unternehmen (Auswahl)	21

Handlungsfeld 1: Unternehmensstrategien und Management

Anforderungssituation 1.1

Situation 1: Handels- und Industrieunternehmen anhand ihres Leistungsprozesses und ihrer Verflechtung auf den Märkten gegenüberstellen und in einem Flyer präsentieren		23
1	Ein Unternehmen untersuchen, es im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang beschreiben sowie verschiedene Unternehmenstypen beschreiben	24
1.1	Ein Unternehmen untersuchen und es im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang beschreiben	24
1.1.1	Begriffe Betriebswirtschaftslehre und Unternehmen	24
1.1.2	Stellung des Unternehmens im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang am Beispiel des Industriebetriebs beschreiben	25
1.1.3	Verschiedene Unternehmenstypen vergleichen	27
1.1.4	Betriebliche Leistungsfaktoren	30
Situation 2: Voraussetzungen zum Unternehmer über die Erstellung einer Checkliste prüfen		33
1.2	Geschäftsidee des Unternehmens nachvollziehen, die persönlichen und sachlichen Voraussetzungen überprüfen und die Chancen und Risiken beurteilen ...	33
1.2.1	Eine Geschäftsidee entwickeln	34
1.2.2	Voraussetzungen für eine Unternehmensgründung prüfen	34
1.2.2.1	Persönliche und fachliche Voraussetzungen	34
1.2.2.2	Sachliche Voraussetzungen	36
1.2.3	Chancen und Risiken der unternehmerischen Selbstständigkeit beurteilen	40
2	Handelsrechtliche Grundlagen der Unternehmung beschreiben	42
2.1	Kaufmann	42
2.2	Handelsregister	44
2.3	Firma	45
3	Wahl der Rechtsform als eine wesentliche Gründungsentscheidung nachvollziehen	48
3.1	Einzelunternehmung	48
Situation 3: Personengesellschaft gründen		50
3.2	Offene Handelsgesellschaft (OHG)	51
3.2.1	Begriff, Gründung und Firma	51
3.2.2	Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Vertretung, Haftung, Gewinn- und Verlustbeteiligung	51
3.2.3	Vor- und Nachteile der OHG	54

3.3	Kommanditgesellschaft (KG)	57
3.3.1	Begriff, Gründung und Firma	57
3.3.2	Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Vertretung, Haftung, Gewinn- und Verlustbeteiligung	58
3.3.3	Vor- und Nachteile der KG	59
Situation 4: Kapitalgesellschaft gründen		61
3.4	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	62
3.4.1	Begriff, Gründung und Firma	62
3.4.2	Eigenkapitalaufbringung	63
3.4.3	Haftung	64
3.4.4	Gewinn- und Verlustbeteiligung	64
3.4.5	Organe der GmbH	65
3.4.6	Bedeutung der GmbH	65
3.5	Aktiengesellschaft (AG)	67
3.5.1	Begriff, Gründung und Firma	67
3.5.2	Eigenkapitalaufbringung, Haftung, Gewinn- und Verlustbeteiligung	68
3.5.3	Organe der AG	68
3.5.4	Bedeutung der AG	69
Situation 5: Rechtsform auswählen		71
3.6	Rechtsformwahl und -umwandlung als Entscheidungsproblem	71
Situation 6: Geschäftsprozesse modellieren		74
4	Organisationsformen nachvollziehen und die Bildung von Geschäftsprozessen untersuchen	76
4.1	Organisationsformen nachvollziehen	76
4.1.1	Begriff Organisation und deren Voraussetzungen	76
4.1.2	Aufgabenorientierte Organisation	76
	4.1.2.1 Überblick	76
	4.1.2.2 Aufbauorganisation	77
4.2	Geschäftsprozesse untersuchen	84
4.2.1	Optimierung der Arbeitsabläufe durch die Bildung von Geschäftsprozessen	84
4.2.2	Auswirkungen der Geschäftsprozessbildung auf die Organisationsform nachvollziehen	88
4.2.3	Betriebliche Wertschöpfung als Differenz zwischen den abgegebenen Leistungen und den übernommenen Leistungen (Vorleistungen) beschreiben	89
5	Betriebliche Wertschöpfungsprozesse durch das Rechnungswesen abbilden	94
5.1	Bereiche des Rechnungswesens erklären	94
Situation 7: Konto Kasse führen		95
5.2	In die Buchführung über das Konto Kasse einführen	98
Situation 8: Inventur durchführen und Inventar erstellen		102
5.3	Inhaltlicher Zusammenhang zwischen Inventur, Inventar und Bilanz beschreiben ...	103
5.3.1	Inventur	103
	5.3.1.1 Ablauf der Inventur	103
	5.3.1.2 Zielsetzung der Inventur	104
5.3.2	Inventar	104
5.3.3	Bilanz	107
	5.3.3.1 Gesetzliche Grundlagen zur Aufstellung der Bilanz	107
	5.3.3.2 Gegenüberstellung von Inventar und Bilanz	110
	5.3.3.3 Zusammenhang zwischen Inventur, Inventar, Bilanz und Buchführung ...	110
	5.3.3.4 Wertveränderungen der Bilanzposten durch Geschäftsvorfälle (vier Grundfälle)	112

Situation 9: Bilanz in Konten auflösen	116	
5.4	Buchungen auf Bestandskonten durchführen	116
5.4.1	Von der Bilanz zu den Konten	116
5.4.2	Buchungen auf Aktivkonten (Vermögenskonten)	118
5.4.2.1	Begriffsklärungen, Buchungsregeln und die einseitigen Buchungen auf den Aktivkonten (Vermögenskonten)	118
5.4.2.2	Überleitung zum System der doppelten Buchführung	119
5.4.3	Buchungen auf Passivkonten (Schuldkonten)	123
5.4.4	Buchungssatz	126
5.4.4.1	Einfacher Buchungssatz ohne Buchungen nach Belegen	126
5.4.4.2	Einfacher Buchungssatz mit Buchungen nach Belegen	128
5.4.4.3	Zusammengesetzter Buchungssatz	132
5.4.5	Weg von der Eröffnungs- zur Schlussbilanz beschreiben	134
5.4.5.1	Eröffnung und Abschluss der Bestandskonten (Eröffnungsbilanzkonto und Schlussbilanzkonto)	134
5.4.5.2	Zusammenhang zwischen Bestandskonten, Inventur, Inventar und Bilanz	138
5.5	Organisation der Buchführung nutzen	140
5.5.1	Bücher der Buchführung	140
5.5.2	Kontenrahmen als Organisationsmittel der Buchführung	142
5.5.2.1	Allgemeines zum Kontenrahmen	142
5.5.2.2	Bedeutung des Kontenrahmens	142
5.5.2.3	Vom Kontenrahmen zum Kontenplan	142
5.5.2.4	Aufbau des branchenübergreifenden Schulkontenrahmens für Nordrhein-Westfalen	144
Situation 10: Auf dem Konto Eigenkapital buchen	146	
5.6	Buchungen auf Ergebniskonten (Erfolgskonten) durchführen	147
5.6.1	Aufwendungen, Erträge, Aufwandskonten, Ertragskonten	147
5.6.2	Buchungen auf den Ergebniskonten	149
5.6.2.1	Buchungsregeln für die Ergebniskonten und Beispiele für die Buchungen von Aufwendungen und Erträgen	149
5.6.2.2	Buchungen bei der Beschaffung von Werkstoffen und Handelswaren und dem Verkauf von eigenen Erzeugnissen	152
5.6.3	Abschluss der Aufwands- und Ertragskonten über das Gewinn- und Verlustkonto	158
5.7	Geschäftsgang zur Ermittlung des Ergebnisses darstellen	161
5.8	Verbrauch an Werkstoffen mit Bestandsveränderungen berechnen und buchen	164
5.9	Buchungen auf Bestands- und Erfolgskonten mit Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer) erfassen	169
5.9.1	Aufbau der Umsatzsteuer	169
5.9.2	Buchhalterische Erfassung der Umsatzsteuer bei den Grundfällen (Einkauf von Werkstoffen und Handelswaren sowie Verkauf von Fertigerzeugnissen und Handelswaren)	172
5.9.3	Ermittlung und Buchung der Zahllast	178

Anforderungssituation 1.2

Situation 1: Unternehmensleitbild entwerfen	180	
6	Konzepte der Unternehmensführung erarbeiten und Unternehmensphilosophien, -leitbilder und -ziele untersuchen und bewerten	181
6.1	Konzepte der Unternehmensführung erarbeiten	181

6.2	Unternehmensphilosophien, -leitbilder und -ziele auswerten und mit denen anderer Unternehmen vergleichen	182
6.2.1	Unternehmensphilosophie, Unternehmensleitbild	182
6.2.2	Unternehmensziele untersuchen und hierbei den Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit beachten	184
6.3	Zielkonflikte zwischen den Ansprüchen verschiedener Interessengruppen sichtbar machen	186
Situation 2: Konflikte managen		190
7	Führungsstile vergleichen und Vor- und Nachteile herausarbeiten	192
7.1	Begriffe Leitung und Führung	192
7.2	Führungsstile	193
7.3	Bedeutung von Information und Kommunikation im Rahmen des Konfliktmanagements erkennen	194
7.4	Bei einem Konflikt Lösungsstrategien entwerfen und sich auf eine gemeinsame Vorgehensweise einigen	195
Situation 3: Aufgaben des Controllings wahrnehmen		199
8	Controlling als Konzept zur Unterstützung der Unternehmensleitung herausarbeiten	200
8.1	Begriff Controlling	200
8.2	Aufgaben des Controllings	200
8.3	Arten des Controllings	201

Handlungsfeld 2: Beschaffung

Anforderungssituation 2.1

Situation 1: Beschaffungsmärkte erforschen		203
1	Beschaffungsmärkte erforschen	203
1.1	Begriff Beschaffung	203
1.2	Begriff und Bereiche der Beschaffungsmarktforschung	204
1.3	Wertschöpfung mithilfe der Beschaffung	207
Situation 2: Angebote vergleichen		209
2	Angebotsvergleich erstellen	209
2.1	Grundsätzliches	209
2.2	Einfaktorenvergleich mit Bezugskalkulation	209
2.3	Mehrfaktorenvergleich (Scoringmodell)	210
Situation 3: Nachhaltig wirtschaften		214
3	Nachhaltigkeit der Beschaffung untersuchen	214
3.1	Ökologische Ausrichtung der Beschaffung	215
3.2	Soziale Ausrichtung der Beschaffung am Beispiel des „Fairen Handels“	217
Situation 4: Sich für ein Bestellverfahren entscheiden		220
4	Beschaffungsziele begründen	221
5	Beschaffungsverfahren anwenden	222
5.1	Bestellpunkt- und Bestellrhythmusverfahren	222

Situation 5: Material just in time beschaffen	225
5.2 Just-in-time-Beschaffung	226
Situation 6: Über „make or buy“ entscheiden	228
6 Eigenfertigung oder Fremdbeschaffung (make or buy) begründen	228

Anforderungssituation 2.2

Situation 1: Optimale Bestellmenge bestimmen	231
7 Optimale Bestellmenge (Mengenplanung) bestimmen	231
Situation 2: Beschaffungsvorgang durchführen	235
8 Einen Beschaffungsvorgang beschreiben	235
8.1 Darstellung eines exemplarischen Beschaffungsvorgangs	235
8.2 Alternative Beschaffungswege vergleichen	241
8.2.1 Beschaffung über elektronische Marktplätze	241
8.2.2 Supply-Chain-Management	242
8.2.3 Beschaffung über eine Warenplattform im Internet	243
8.3 Ökologischer Hintergrund	244
Situation 3: ABC-Analyse durchführen	248
9 ABC-Analyse anwenden	250
Situation 4: Lagerbestände prüfen	254
10 Bereitstellungsfähigkeit von Materialien mithilfe von Kennziffern prüfen	254
10.1 Begriff und Aufgaben des Lagers	254
10.2 Prüfung der Lagerbestände nach ihrer Verfügbarkeit mithilfe von Kennziffern	255
10.2.1 Mindest-, Melde- und Höchstbestand	255
10.2.2 Gliederung der Lagerbestände nach ihrer Verfügbarkeit	256
10.2.3 Vorteile einer verfeinerten Lagerbestandsführung	258
Situation 5: Belegorientierte Wertströme im Rahmen der Beschaffung erfassen und dokumentieren	260
11 Belegorganisierte Wertströme im Rahmen der Beschaffung dokumentieren	261
11.1 Buchhalterische Behandlung von Sofortnachlässen und Bezugskosten	261
11.2 Rücksendungen an den Lieferer	264
11.3 Preisnachlässe von Lieferanten	266
11.4 Abschluss der Unterkonten Bezugskosten und Nachlässe	270
Situation 6: Beschaffungscontrolling durchführen	273
12 Wirtschaftlichkeit von Beschaffungsentscheidungen überprüfen	273
12.1 Beschaffungscontrolling und Wirtschaftlichkeit	273
12.2 Ausgewählte Kennziffern aus dem Beschaffungsbereich	275

Handlungsfeld 3: Leistungserstellung

Anforderungssituation 3.1

1	Leistungserstellungsprozess als Kernprozess eines Industrieunternehmens	277
	Situation 1: Ideen generieren und bewerten	278
2	Ein Leistungskonzept von der Ideenfindung bis zur Herstellungsreife erstellen	279
2.1	Grundlegende Phasen der Leistungsentwicklung beschreiben	279
2.1.1	Innovationen – Grundlage des Wohlstands	279
2.1.2	Innovationsprozess	280
2.1.3	Innovationsanlässe	280
2.1.4	Bestimmung des Zielmarktes	281
2.2	Methoden und Anlässe der Ideengewinnung und -bewertung erklären	282
2.2.1	Ideengewinnung	282
2.2.2	Ideenbewertung und Ideenauswahl	284
2.3	Ein Leistungskonzept entwerfen	285
	Situation 2: Erzeugnisplanung durchführen	290
2.4	Konstruktionsprozesse und die Erstellung von Produktdokumenten beschreiben	292
2.4.1	Ziel der Produktdokumentation	292
2.4.2	Konstruktionszeichnung	293
2.4.3	Grafischer Baum (Erzeugnisstruktur)	295
2.4.4	Stücklisten	296
2.4.5	Arbeitsplan	297

Anforderungssituation 3.2

	Situation: Fertigungstechnische Rahmenbedingungen vergleichen	300
3	Bei unterschiedlichen fertigungstechnischen Rahmenbedingungen alternative Fertigungsverfahren planen und beurteilen	302
3.1	Unterschiedliche fertigungstechnische Rahmenbedingungen als Gründe für die Festlegung auf ein Fertigungsverfahren bewerten	302
3.2	Unterschiedliche Fertigungsverfahren gliedern	303
3.2.1	Fertigungsverfahren nach dem Grad der Automatisierung	303
3.2.2	Fertigungsverfahren nach der Häufigkeit der Prozesswiederholung (Fertigungstypen)	304
3.2.3	Fertigungsverfahren nach der Anordnung der Betriebsmittel im Produktionsprozess (Organisationstypen)	305
3.2.4	Optimale Losgröße berechnen	309
3.3	Nachhaltigkeit im Rahmen der Leistungserstellung beurteilen	313
3.3.1	Bedeutung der Nachhaltigkeit	313
3.3.2	Lösungsansätze	314

Anforderungssituation 3.3

	Situation: Qualitätssicherungsverfahren anwenden	318
4	Leistungserstellungsprozesse unter dem Gesichtspunkt der Qualitätssicherung und Wirtschaftlichkeit beurteilen	319
4.1	Kontroll- und Qualitätssicherungsverfahren vergleichen	319

4.1.1	Begriffe Qualität und Qualitätsmanagement	319
4.1.2	Maßnahmen für ein Qualitätsmanagement	320
4.1.2.1	Qualitätsmanagementsysteme	320
4.1.2.2	Konzept des Total Quality Managements (TQM)	320
4.1.2.3	Kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP) – Kaizen	321
4.2	Wirtschaftlichkeit des Leistungserstellungsprozesses anhand von Kennziffern beurteilen (Controllingprozesse)	324
4.2.1	Produktivität	324
4.2.2	Wirtschaftlichkeit	325
4.2.3	Rentabilität	325
4.2.4	Kennziffern zur Beurteilung der Prozessqualität	327

Handlungsfeld 4: Absatz

Anforderungssituation 4.1

Situation 1: Absatzmärkte erforschen	330
1 Notwendigkeit, Marktinformationen über Kunden zu gewinnen	331
1.1 Kunden als zentrale Marktteilnehmer	331
1.2 Datenerhebungsverfahren und Methoden der Informationsgewinnung vergleichen	332
1.2.1 Begriff Marktforschung und die Träger der Marktforschung	332
1.2.2 Datenerhebungsverfahren	334
1.2.3 Methoden der Informationsgewinnung	335
1.2.3.1 Beobachtung	336
1.2.3.2 Befragung	336
1.2.3.3 Panelerhebung	339
Situation 2: Entstehung der Marketingkonzeption	342
2 Marketing als eine Form der Unternehmensführung anwenden	343
2.1 Grundeinstellungen von Industrieunternehmen gegenüber dem Markt	343
2.2 Entwicklung vom Verkäufer- zum Käufermarkt und der Begriff Marketing	344
2.3 Aufgaben des Marketings	345
Situation 3: Marketingziele festlegen	347
3 Marketingziele auswerten	347
Situation 4: Produktlebenszyklen bestimmen	349
4 Absatzpolitische Instrumente untersuchen	350
4.1 Produktpolitik	350
4.1.1 Begriff Produkt	350
4.1.2 Konzept des Produktlebenszyklus	350
Situation 5: Portfolio-Analysen durchführen	354
4.1.3 Portfolio-Analyse	355
4.1.3.1 Konzept der Portfolio-Analyse und -Planung	355
4.1.3.2 Marktwachstums-/Marktanteils-Portfolio	356
4.1.4 Entscheidungen zum Produktprogramm	361
4.1.4.1 Überblick	361
4.1.4.2 Produktinnovation	361
4.1.4.3 Produktmodifikation (Produktvariation)	362
4.1.4.4 Produkteliminierung	363

Situation 6: Preise gestalten	364
4.2 Preisgestaltung	365
4.2.1 Preisstrategien	365
4.2.2 Preispolitik	366
4.2.2.1 Kostenorientierte Preispolitik	366
4.2.2.2 Nachfrageorientierte (abnehmerorientierte) Preispolitik	367
4.2.2.3 Wettbewerbsorientierte (konkurrenzorientierte) Preispolitik	370
Situation 7: Kommunikation gestalten	373
4.3 Kommunikationspolitik	374
4.3.1 Werbung	374
4.3.1.1 Begriff Werbung	374
4.3.1.2 Werbeplan	374
4.3.2 Verkaufsförderung	379
4.3.3 Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)	380
4.3.4 Neuere Formen der Kommunikationspolitik	380
Situation 8: Distribution gestalten	382
4.4 Distributionspolitik	383
4.4.1 Werkseigener Absatz	383
4.4.1.1 Zentraler und dezentraler Absatz	383
4.4.1.2 Handlungsreisender	383
4.4.1.3 Verkaufsniederlassungen und Vertriebsgesellschaften	385
4.4.1.4 Electronic Commerce	385
Situation 9: Absatzorgane bestimmen	387
4.4.2 Werksgebundener Absatz	389
4.4.2.1 Vertragshändler	389
4.4.2.2 Franchising	390
4.4.3 Ausgliederter Absatz am Beispiel des Handelsvertreters	391
Situation 10: Marketingkonzeption (Marketingmix) entwickeln	395
5 Eine Marketingkonzeption (Marketingmix) beschreiben	396
Situation 11: Marketingkennziffern nutzen	399
6 Marketingkennziffern untersuchen und berechnen	400
6.1 Begriff und Arten von Marketingkennziffern	400
6.2 Aufgaben der Marketingkennziffern	400
6.3 Beispiele für Marketingkennziffern	401
Abkürzungen wichtiger Gesetze und Rechtsverordnungen	407
Stichwortverzeichnis	409