

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

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

Verfasser:

Hartmut Hug, Dipl.-Hdl., Argenbühl

Alfons Kaier, Dipl.-Hdl., Überlingen

Matthias Schmid, Dipl.-Hdl., Sigmaringen

Dr. Hermann Speth, Dipl.-Hdl., Wangen im Allgäu



mvurl.de/t9mx



Der Merkur Verlag Rinteln kooperiert mit JL Education. JL Education bietet bildungsplangerechte, didaktisch aufbereitete Erklärvideos für den Wirtschaftsunterricht. Erklärvideos und Materialien des Verlags sind aufeinander abgestimmt und werden an geeigneter Stelle verlinkt. Die Kombination unterschiedlicher Lernmedien erleichtert und erweitert den Spielraum für einen übergreifenden Kompetenzerwerb.

Fast alle in diesem Buch erwähnten Hard- und Softwarebezeichnungen sind eingetragene Warenzeichen. Die in diesem Buch zitierten und verlinkten Internetseiten wurden vor der Veröffentlichung auf rechtswidrige Inhalte in zumutbarem Umfang untersucht. Rechtswidrige Inhalte wurden nicht gefunden. Bei der Aktivierung von Links baut Ihr Browser ggf. eine direkte Verbindung mit den Servern von Drittanbietern (z.B. YouTube) auf. Auf die dort gesammelten Daten haben wir keinen Einfluss.

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 § 60a 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: Pixel-Shot – stock.adobe.com

* * * * *

9., aktualisierte Auflage 2023

© 2007 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



Merkur-Nr. 0578-09

ISBN 978-3-8120-0578-4

Vorwort

Dieses Schulbuch umfasst alle im aktuellen Bildungsplan „Betriebswirtschaft“ für das kaufmännische Berufskolleg I des Landes Baden-Württemberg geforderten Kompetenzbereiche und Lerninhalte.

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

- Um dem **Konzept des kompetenzorientierten Unterrichts** gerecht zu werden, bietet das Schulbuch berufsbezogene Situationen und Aufgaben an. Als Bezugspunkt für die Lernsituationen, Beispiele und weitere Aufgabenstellungen dienen die Modellunternehmen des vorangestellten **fiktiven Gewerbeparks Ulm** (branchenübergreifender Ansatz). Die Schülerinnen und Schüler können dadurch eine umfassende berufliche, gesellschaftliche und personale Handlungskompetenz erwerben.
- Die Lerninhalte werden zu **klar abgegrenzten Einheiten** zusammengefasst, die sich in die Bereiche Lernsituation, Stoffinformation, Zusammenfassungen und Kompetenztraining aufgliedern. Viele Merksätze, Beispiele und Schaubilder veranschaulichen die praxisbezogenen Lerninhalte.
- Das Symbol **Vorlage** zeigt an, dass zur Bearbeitung der nebenstehenden Aufgabe eine Vorlage (Blankotabelle, Rechenschema o. Ä. in Form ausfüllbarer PDFs) zum **Download** zur Verfügung steht. Die Vorlagen können mithilfe der unter den Symbolen platzierten **QR-Codes** oder der angegebenen **Links** abgerufen und heruntergeladen werden. Die Vorlagen finden Sie ebenfalls unter www.merkur-verlag.de, Suche „0578“, Mediathek „Zusatzmaterial (ZIP)“. Dort können Sie auch eine Gesamt-PDF der Vorlagen herunterladen.
- Die **fakultativen Inhalte**, welche den späteren Einstieg in das zweite Jahr einer Wirtschaftsoberschule ermöglichen sollen, sind mit nebenstehendem  Symbol gekennzeichnet.
- Themenbereiche, die mit dem nebenstehenden Symbol gekennzeichnet sind, werden zusätzlich in **Erklärvideos** veranschaulicht. Die jeweiligen Strukturzusammenhänge werden didaktisch verständlich erläutert. Die Erklärvideos vergrößern den didaktisch-methodischen Handlungsspielraum und ermöglichen in ihrem Zusammenspiel mit dem Schulbuch die **sinnvolle Verknüpfung fachlicher und digitaler Kompetenzen**. 
- Das vorliegende Schulbuch wird durch das „**Arbeitsheft Betriebswirtschaft für das kaufmännische Berufskolleg I**“ (Merkurbuch 1578) ergänzt. Schulbuch und Arbeitsheft sind aufeinander abgestimmt, ein paralleler Einsatz ist daher optimal. In dem Arbeitsheft werden die vier Kompetenzbereiche in Form von **situativen Aufgabenstellungen** konkretisiert. Die Arbeitsaufträge sind mehrheitlich so formuliert, dass sie zielgenau auf die Aufgabenstellungen in den zentralen Klassenarbeiten vorbereiten. Das Arbeitsheft hat insofern nicht nur einen **unterrichtsbegleitenden Workbook-Charakter**, sondern auch eine **prüfungsvorbereitende Komponente**.

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser



Ihr Schlüssel zum Lernerfolg

Dieser Schlüssel ermöglicht den **Zugriff zu sämtlichen Erklärvideos** aus dem Merkur-Schulbuch.

Sollte es später neue Videos oder Arbeitshilfen zu dem Buch geben, können diese ebenfalls mithilfe des Schlüssels abgerufen werden.

Link zur Playlist: mvurl.de/ix29

Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibung des Industrie- und Gewerbeparks Ulm und seiner Unternehmen

1	Grundkonzept des Industrie- und Gewerbeparks Ulm	15
2	Exemplarisches Unternehmensportrait der dort angesiedelten Weber Metallbau GmbH	16
3	Überblick über weitere im Industrie- und Gewerbepark angesiedelte Unternehmen (Auswahl)	20

Kompetenzbereich 1: Unternehmensziele und -organisation

1	Grundlagen der nachhaltigen Unternehmensführung erarbeiten	22
Lernsituation 1: Möglichkeiten der Umsetzung nachhaltiger Entwicklungsziele im Unternehmen ermitteln		22
1.1	Begriffe Betriebswirtschaftslehre, Unternehmen und Nachhaltigkeit kennenlernen	22
1.2	Handlungsfelder der Nachhaltigkeit	24
1.3	Die Leitidee einer nachhaltigen Entwicklung von Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft beschreiben	25
1.3.1	Ziele nachhaltiger Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs)	25
1.3.2	Umsetzung der Ziele einer nachhaltigen Entwicklung	26
1.3.3	Zielbeziehungen der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit	27
1.4	Konzepte der Unternehmensführung erarbeiten	28
1.5	Unternehmensphilosophien, -leitbilder und -ziele auswerten und mit denen anderer Unternehmen vergleichen	29
Lernsituation 2: Unternehmensleitbild und -ziele auswerten		29
1.5.1	Unternehmensphilosophie und Unternehmensleitbild	31
1.5.2	Unternehmensziele untersuchen und hierbei den Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit beachten	33
1.6	Themenbereiche der Unternehmensverantwortung erfassen und Bezüge zur Nachhaltigkeitsberichterstattung herstellen	40
1.7	Zielkonflikte zwischen den Ansprüchen verschiedener Interessengruppen sichtbar machen	42
2	Funktionsbereiche eines Unternehmens und die im Unternehmen ablaufenden betriebswirtschaftlichen Prozesse skizzieren sowie die Aufbauorganisation beschreiben und beurteilen	56
Lernsituation 3: Funktionsbereiche skizzieren		56
2.1	Funktionsbereiche eines Unternehmens am Beispiel des Industriebetriebs kennenlernen und diese skizzieren können	56
2.1.1	Überblick über die Funktionsbereiche (Aufgabenbereiche) eines Unternehmens am Beispiel des Industriebetriebs	56
2.1.2	Grundlegendes zu den Grundfunktionsbereichen	59
2.2	Aufbauorganisation beschreiben und beurteilen	62
Lernsituation 4: Formen der betrieblichen Aufbauorganisation beschreiben und beurteilen		62
2.2.1	Von der Aufgabengliederung zum Organigramm	63
2.2.2	Formen der betrieblichen Aufbauorganisation	68

2.2.2.1	Grundsätzliches	68
2.2.2.2	Leitungssysteme	68
2.2.2.3	Kritik an der Aufbauorganisation	72
2.3	Geschäftsprozesse untersuchen und die im Unternehmen ablaufenden betriebswirtschaftlichen Prozesse skizzieren	73
2.3.1	Auswirkungen der Geschäftsprozessbildung auf die Organisationsform nachvollziehen	73
2.3.2	Ereignisgesteuerte Prozesskette am Beispiel der Kundenauftragsbearbeitung beschreiben	75
Lernsituation 5: Geschäftsprozess „Auftragsbearbeitung“ beschreiben und präsentieren		75
2.3.2.1	Darstellung von Geschäftsprozessen mit der EPK-Methode	78
2.3.2.2	Sichten eines Geschäftsprozesses	79
3	Standortfaktoren bestimmen und eine Standortbestimmung mithilfe der Nutzwertanalyse durchführen	85
Lernsituation 6: Standortsituationen beurteilen		85
3.1	Erläuterung der Standortfaktoren	86
3.2	Durchführung einer Standortbestimmung mithilfe der Nutzwertanalyse	88
4	Die Wertschöpfungskette eines Produkts von der Rohstoffgewinnung bis zum Endverbraucher beurteilen	94
4.1	Wirtschaftssektoren und betriebliche Leistungsfaktoren kennenlernen	94
4.2	Stellung des Unternehmens im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang am Beispiel des Industriebetriebs beschreiben	96
4.3	Wertschöpfungsketten darstellen	98
Lernsituation 7: Die Wertschöpfungskette eines Produkts darstellen und erläutern		98
4.3.1	Begriff Wertschöpfungskette	100
4.3.2	Globale und regionale Wertschöpfungsketten	100

Kompetenzbereich 2: Auftragsbearbeitung und Vertragsgestaltung

1	Grundlegende rechtliche Inhalte und Methoden des Vertragswesens erarbeiten und anwenden	108
1.1	Den Gesamtzusammenhang der Auftragsbearbeitung und Vertragsgestaltung erfassen	108
1.2	Die Rechtsgrundlagen bewusst machen	109
Lernsituation 1: Geschäftsfähigkeit beurteilen		109
1.2.1	Rechts- und Geschäftsfähigkeit	109
1.2.1.1	Rechtsfähigkeit	109
1.2.1.2	Geschäftsfähigkeit	110
1.3	Die Willenserklärung als wesentlichen Bestandteil eines Rechtsgeschäfts erkennen	113
Lernsituation 2: Wirksamkeit einer Willenserklärung prüfen		113
1.3.1	Willenserklärung als wesentlicher Bestandteil eines Rechtsgeschäfts	114
1.3.2	Form der Rechtsgeschäfte	115
1.3.3	Arten von Rechtsgeschäften	117
1.4	Ein kundenorientiertes und rechtsverbindliches Angebot verfassen	121
Lernsituation 3: Auf eine Kundenanfrage antworten		121
1.4.1	Anfrage	123

1.4.2	Angebot	124
1.4.2.1	Begriff Angebot	124
1.4.2.2	Bindung an das Angebot	124
1.4.2.3	Inhalt des Angebots	125
1.4.2.3.1	Art, Güte, Beschaffenheit und Menge der Produkte	125
1.4.2.3.2	Preis der Produkte	126
1.4.2.3.3	Lieferungsbedingungen	126
1.4.2.3.4	Zahlungsbedingungen	128
1.4.2.3.5	Leistungsort und Gerichtsstand	128
1.4.2.4	Allgemeine Geschäftsbedingungen	129
1.4.2.4.1	Zielsetzungen und Begriff der allgemeinen Geschäftsbedingungen	129
1.4.2.4.2	Allgemeine Geschäftsbedingungen und Verbraucherschutz	129
1.4.2.4.3	Allgemeine Geschäftsbedingungen im Geschäftsverkehr mit Unternehmen	132
1.4.3	Kundenauftrag (Bestellung)	132
1.5	Wichtige Inhalte des Kaufvertrags beschreiben	136
	Lernsituation 4: Eine Kundenbestellung mit dem abgegebenen Angebot vergleichen und die rechtliche Situation beurteilen	136
1.5.1	Abschluss des Kaufvertrags (Verpflichtungsgeschäft)	137
1.5.1.1	Begriff und Zustandekommen von Kaufverträgen	137
1.5.1.2	Rechte und Pflichten aus dem Kaufvertrag	139
1.5.2	Erfüllung des Kaufvertrags	139
1.5.2.1	Erfüllung des Kaufvertrags durch den Verkäufer	139
1.5.2.1.1	Lieferung der Kaufsache	140
1.5.2.1.2	Eigentumsübertragung an den Käufer	141
1.5.2.2	Erfüllung des Kaufvertrags durch den Käufer	143
1.5.3	Nichtigkeit und Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften	149
	Lernsituation 5: Rechtliche Grundlagen zu Nichtigkeit und Anfechtbarkeit erarbeiten und beurteilen	149
1.5.3.1	Nichtigkeit von Rechtsgeschäften	149
1.5.3.2	Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften	150
1.6	Verbraucherschutzrechte beim Fernabsatzvertrag beschreiben	155
1.6.1	Besonderheiten beim Abschluss eines Fernabsatzvertrags	155
1.6.2	Widerrufsrecht	157
2	Kaufvertragsstörungen erklären, die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien untersuchen und dabei die unterschiedlichen Interessenlagen beachten	160
	Lernsituation 6: Eine Mängelrüge bearbeiten	160
2.1	Beschwerden richtig managen	161
2.1.1	Begriff, Ziele und Aufgaben des Beschwerdemanagements	161
2.1.2	Handlungsempfehlungen nach DIN ISO 10002	162
2.2	Mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung)	163
2.2.1	Begriff mangelhafte Lieferung	163
2.2.1.1	Subjektive Anforderungen	163
2.2.1.2	Objektive Anforderungen	164
2.2.1.3	Montageanforderungen	164
2.2.1.4	Aluidlieferung	164
2.2.2	Fristen für die Mängelrüge	165
2.2.3	Rechte des Käufers (Gewährleistungsrechte)	165
2.2.4	Verjährungsfristen von Mängelansprüchen	169
2.3	Zahlungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Zahlung)	174
	Lernsituation 7: Mit einer nicht rechtzeitigen Zahlung umgehen	174

2.3.1	Begriff Zahlungsverzug	177
2.3.2	Eintritt des Zahlungsverzugs	177
2.3.3	Rechtsfolgen (Rechte des Verkäufers)	179
2.4	Interessenlagen der Vertragspartner	184
2.5	Sicherung und Durchsetzung von Ansprüchen	185
2.5.1	Kaufmännisches (außergerichtliches) Mahnverfahren	185
2.5.2	Gerichtliches Mahnverfahren (Mahnbescheid)	187
2.5.3	Streitiges Verfahren (Klage auf Zahlung)	187
2.5.4	Grundzüge des Vollstreckungsrechts	189
2.6	Verjährung	193
2.6.1	Gegenstand, Begriff und Zweck der Verjährung	193
2.6.2	Verjährungsfrist	194
3	Ausgewählte Zahlungssysteme vergleichen und deren Vor- und Nachteile nachweisen	196
	Lernsituation 8: Die Zahlungsabwicklung mit Kunden organisieren	196
3.1	Überblick über die Geld- und Zahlungsarten	197
3.2	Bargeldlose Zahlung auf der Grundlage von Buchgeld	197
3.2.1	Girokonto	197
3.2.2	SEPA-Zahlungen	198
3.2.2.1	SEPA-Überweisungen	198
3.2.2.2	Echtzeitüberweisung (Instant Payment) durch Onlinebanking	200
3.2.2.3	SEPA-Basis-Lastschriftverfahren (SEPA Core Direct Debit Scheme)	202
3.2.3	Zahlungen mit Debitkarten (Pay-now-Cards)	205
3.2.3.1	Girocards (Debitkarten) der Banken	205
3.2.3.2	Debitkarten von Mastercard und Visa	207
3.2.4	Zahlung mit Kreditkarte (Pay-later-Karte)	207
3.2.5	Bedeutung der Kartenzahlungen	209
3.2.6	Alternative Zahlungssysteme: Bezahlen per Handy	210
3.3	Bevorzugte Zahlungsformen beim E-Commerce	211
3.4	Internationaler Zahlungsverkehr in Fremdwährung	213

Kompetenzbereich 3: Beschaffung und Lagerhaltung

1	Einen Überblick über die Beschaffungsprozesse erhalten und die Nachhaltigkeit der Beschaffung untersuchen	217
	Lernsituation 1: Nachhaltigkeit der Beschaffung	217
1.1	Überblick über die Beschaffungsprozesse	219
1.2	Nachhaltigkeit der Beschaffung untersuchen	221
1.2.1	Grundlagen einer nachhaltigen Beschaffung	221
1.2.2	Ökologische Ausrichtung der Beschaffung	221
1.2.3	Nachhaltige Ausrichtung der Beschaffung anhand ausgewählter Labels und Zertifizierungen	224
	Lernsituation 2: Nachhaltige Beschaffung unter Berücksichtigung von Labels	224
1.2.4	Soziale Ausrichtung der Beschaffung am Beispiel des „Fairen Handels“	230
1.2.5	Vorteile einer nachhaltigen Beschaffung	233
2	Bezugsquellen ermitteln und voneinander unterscheiden	238
	Lernsituation 3: Bezugsquellen ermitteln	238
2.1	Begriff Bezugsquellenermittlung	238

2.2	Beschaffungsstrategien unterscheiden	239
2.3	Informationen über Lieferer beschaffen	242
2.4	Informationsquellen nutzen	245
2.5	Informationswege (Kommunikationswege) recherchieren	247
3	Einen Angebotsvergleich erstellen	252
	Lernsituation 4: Angebote vergleichen	252
3.1	Grundsätzliches	253
3.2	Einfaktorenvergleich mit Bezugskalkulation	253
3.3	Mehrfaktorenvergleich (Scoring-Modell)	254
4	ABC-Analyse durchführen und die Konsequenzen für die Beschaffung ableiten	260
	Lernsituation 5: Hintergrund der Beschaffung analysieren und ABC-Analyse durchführen	260
4.1	Begriff ABC-Analyse	262
4.2	Durchführung der ABC-Analyse	262
4.3	Bedeutung der ABC-Analyse	264
4.4	Schlussfolgerungen aus der ABC-Analyse für die Materialwirtschaft	264
5	Die Beschaffung planen	266
5.1	Bestellpunkt- und Bestellrhythmusverfahren anwenden und dadurch den Zeitpunkt der Bestellung bestimmen (Zeitplanung)	266
	Lernsituation 6: Sich für ein Bestellverfahren entscheiden	266
5.2	Optimale Bestellmenge bestimmen (Mengenplanung)	271
	Lernsituation 7: Optimale Bestellmenge bestimmen	271
6	Bereitstellungsprinzipien unterscheiden und bewerten	280
	Lernsituation 8: Material just in time beschaffen	280
6.1	Bedarfsdeckung durch Vorratshaltung	281
6.2	Bedarfsdeckung ohne Vorratshaltung	282
7	Lagerarten und -ordnungssysteme abgrenzen und die Wirtschaftlichkeit der Lagerhaltung beurteilen	285
	Lernsituation 9: Lagerhaltung optimieren	285
7.1	Grundlagen der Lagerplanung	286
7.1.1	Funktionen und Arten des Lagers	286
	7.1.1.1 Lagerfunktionen	286
	7.1.1.2 Arten des Lagers	287
7.1.2	Strategien der Lagerbewirtschaftung (Lagerordnungssysteme)	290
	7.1.2.1 Lagerplatzvergabe	290
	7.1.2.2 Ein- und Auslagerungsstrategien	291
7.1.3	Bedeutung der Logistik	292
7.2	Beurteilung der Lagerhaltung anhand von Kennziffern	293
	Lernsituation 10: Berechnung und Beurteilung von Lagerkennziffern	293
7.2.1	Strukturelle Lagerkennziffern	294
7.2.2	Risiken einer fehlerhaften Lagerplanung	296
7.2.3	Wirtschaftlichkeitskennziffern	297
8	Nicht-Rechtzeitig-Lieferung (Lieferungsverzug)	301
	Lernsituation 11: Mit einer nicht rechtzeitig erfolgten Lieferung umgehen	301
8.1	Begriff Lieferungsverzug	301

8.2 Rechte des Käufers beim Lieferungsverzug 303

9 Genehmigungspflichtige und genehmigungsfreie Importe unterscheiden 310

Lernsituation 12: Genehmigungspflichtige und genehmigungsfreie Importe unterscheiden 310

Kompetenzbereich 4: Marketing

1 Märkte mithilfe der Marktforschung analysieren und abgrenzen 315

Lernsituation 1: Absatzmärkte erforschen 315

1.1 Marketing: Den Kunden im Mittelpunkt der betrieblichen Aktivitäten wahrnehmen .. 316

1.2 Marktforschung und deren Teilgebiete 318

1.3 Verfahren zur Datenerhebung 320

1.4 Kundenstruktur ermitteln 324

1.4.1 Analyse der Kundenstruktur 324

1.4.2 Bestands-, Neu- und ABC-Kunden unterscheiden 325

 1.4.2.1 Bestandskunden und Neukunden 325

 1.4.2.2 ABC-Kunden 326

 1.4.2.3 Marktsegmentierung 328

1.5 Wettbewerbsstruktur ermitteln 329

1.5.1 Grundlagen der Wettbewerbsanalyse 329

1.5.2 Wettbewerbssituation der Branche analysieren 330

1.6 Verhalten der Wettbewerber und Kunden vor dem Hintergrund konjunktureller Phasen erfassen 331

1.6.1 Begriff Konjunktur 331

1.6.2 Merkmale des Konjunkturverlaufs 331

1.6.3 Verhalten der Wettbewerber und Kunden im Ablauf eines Konjunkturzyklus 332

1.7 Marktgrößen 334

2 Den „gläsernen Konsumenten“ aufgrund von „Big Data“ kritisch reflektieren 339

Lernsituation 2: Kaufverhalten vorhersagen 339

2.1 Sammlung und Auswertung von elektronischen Daten (Big Data) 340

2.1.1 Begriff Big Data 340

2.1.2 Nutzung von Big Data 341

2.2 Bewertung von Big Data aus der Sicht des Konsumenten 341

3 Marketingziele festlegen und beurteilen 343

Lernsituation 3: Marketingziele aus den Unternehmenszielen ableiten 343

3.1 Allgemeine Marketingziele festlegen 343

3.2 Konkrete Marketingziele im Hinblick auf Kunden, Konkurrenz und konjunkturelle Situation setzen 347

3.3 Marketingziele nach ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Kriterien beurteilen 349

4 Produktpolitik unter Beachtung von Produktlebenszyklus und Portfolio-Analyse gestalten 351

Lernsituation 4: Produkte gestalten und deren Lebenszyklus beschreiben 351

4.1 Produktgestaltung 351

4.1.1 Begriff Produkt 351

4.1.2 Merkmale eines Produkts 352

4.2	Konzept des Produktlebenszyklus	356
4.2.1	Marktorientierte Betrachtung des Produktlebenszyklus	356
4.2.2	Ökologische Betrachtung des Produktlebenszyklus	359
4.3	Konzept der Portfolio-Analyse	361
Lernsituation 5: Portfolio-Analyse durchführen		361
4.3.1	Grundsätzliches zur Portfolio-Analyse	361
4.3.2	Marktwachstums-/Marktanteils-Portfolio	361
4.4	Produktprogrammpolitik	366
5	Begründete preispolitische Entscheidungen treffen	371
Lernsituation 6: Preise gestalten		371
5.1	Grundlagen der Preispolitik	371
5.1.1	Kostenorientierte Preispolitik	372
5.1.2	Nachfrageorientierte (abnehmerorientierte) Preispolitik	372
5.1.3	Konkurrenzorientierte (wettbewerbsorientierte) Preispolitik	374
5.2	Preisstrategien	375
5.2.1	Hochpreisstrategie	375
5.2.2	Niedrigpreisstrategie	376
5.2.3	Abschöpfungspreisstrategie	376
5.2.4	Penetrationsstrategie	376
5.3	Preisdifferenzierung	377
6	Kommunikationspolitische Maßnahmen planen und beurteilen	381
Lernsituation 7: Kommunikationspolitik gestalten		381
6.1	Begriff Kommunikationspolitik	382
6.2	Werbung	382
6.2.1	Grundsätze der Werbung	382
6.2.2	Werbeplan	383
6.2.3	Nachhaltigkeit in der Werbung	388
6.2.4	Werbeerfolgskontrolle	388
6.3	Unternehmensauftritt in sozialen Netzwerken	391
6.4	Weitere kommunikationspolitische Maßnahmen	394
6.4.1	Verkaufsförderung	394
6.4.2	Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)	396
6.4.3	Sponsoring	396
6.4.4	Product-Placement, Direkt- und Eventmarketing	397
6.5	Wirtschaftliche, rechtliche und ethische Grenzen der Werbung berücksichtigen	397
6.5.1	Datenschutz	397
6.5.2	Grenzen der Werbung	398
	6.5.2.1 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb [UWG]	398
	6.5.2.2 Selbstkontrolle	402
6.5.3	Auswirkungen der Kommunikationspolitik auf die Gesellschaft	403
7	Absatzwege unterscheiden und auswählen	409
Lernsituation 8: Distributionspolitik gestalten		409
7.1	Begriff Distributionspolitik	410
7.2	Absatzwege	411
7.2.1	Direkter Absatz	411
7.2.2	Indirekter Absatz	411
7.3	Absatzorgane	412
7.3.1	Absatz über eigene Absatzorgane am Beispiel des Handlungsreisenden	412
7.3.2	Absatz über fremde Absatzorgane am Beispiel des Handelsvertreters	413

7.4	Elektronischer Handel durch Onlineshops	415
8	Einen Marketing-Mix zusammenstellen und reflektieren	420
	Lernsituation 9: Konkretes Marketingkonzept entwickeln	420
8.1	Grundlagen und Begriff Marketingkonzeption	421
8.2	Wichtige strategische Marketingentscheidungen	421
8.2.1	Auswahl möglicher Zielmärkte	421
8.2.2	Festlegung der konkreten Marketingstrategie	422
8.3	Abstimmung der Maßnahmen im Marketing-Mix	422
8.3.1	Ableitung von Marketingunterzielen	422
8.3.2	Festlegung des Marketing-Mix	423
8.4	Überwachung und Reflexion des Marketing-Mix	424
	Stichwortverzeichnis	428

Bilderverzeichnis

S. 57: www.colourbox.de • S. 64: Picture-Factory – Fotolia.com • S. 83: Phovoir - www.colourbox.de
 • S. 87: Christian Buck – Fotolia.com • S. 91: Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
 • S. 94: Takoburito – www.colourbox.de • S. 96: thomaslerchphoto – Fotolia.com • S. 97: #228500
 – www.colourbox.de • S. 132: Picture-Factory – Fotolia.com • S. 149: #246329 - www.colourbox.de
 • S. 163: #224153 - www.colourbox.de • S. 205: #1819 – www.colourbox.de • S. 210: Pressmaster
 – www.colourbox.de • S. 320: stillkost – Fotolia.com • S. 339: Tashatuvango – www.colourbox.de •
 S. 351: www.colourbox.de • S. 355: Jeanete Dietl – Fotolia.com • S. 416: vikpit74 – Fotolia.com •
 S. 416: vikpit74 – Fotolia.com •