

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort zur 2. Auflage.....	V
Vorwort zur 1. Auflage.....	VI
Zum Gebrauch des Buches.....	VIII
Service für Dozenten/ Stimme des Lesers.....	IX
E-Learning-Einheiten zum Buch.....	X

Kapitel A

Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre

– Womit befasst sich die Bwl? –

– Was will die Bwl erkennen und gestalten? –

I. Erfahrungs- und Erkenntnisgegenstand der Betriebswirtschaftslehre	1
1. Erkenntnistheoretischer Ansatz	1
2. Erfahrungsobjekt der Betriebswirtschaftslehre.....	7
3. Erkenntnisobjekt der Betriebswirtschaftslehre	18
4. Grundlagen betriebswirtschaftlicher Theorienbildung	35
5. Verbindung von Theorie und Technologie: Das Beispiel Autokauf	46
II. Wesentliche Begriffe und Sachverhalte der Betriebswirtschaftslehre	54
1. Zu den Grundlagen des Wirtschaftens.....	55
2. Abgrenzung von Betrieb und Unternehmen/ Unternehmung	77
III. Literaturhinweise zum Kapitel A	83

Kapitel B

Das Unternehmen im gesamtwirtschaftlichen Güterkreislauf

– In welche Güterströme ist das Unternehmen eingebunden? –

I. Arten von Wirtschaftsgütern	85
1. Merkmale von Wirtschaftsgütern	86
2. Klassifikation von Wirtschaftsgütern	93

II. Güterbeziehungen als Wirtschaftsströme	97
III. Literaturhinweise zum Kapitel B	102

Kapitel C

Personelle und rechtliche Struktur des Unternehmens

– Welche Anspruchs- und Interessengruppen steuern oder beeinflussen das Unternehmen? –

– Welche Rechtsformen sind für Unternehmen wichtig? –

I. Unternehmensträger	103
1. Unternehmensträger als Anspruchs- und Interessengruppen von Unternehmen – Einordnung und Überblick	103
2. Interne Anspruchsgruppen als Kerngruppen von Unternehmensträgern	110
a. Eigentümer/ Eigenkapital-Geber	110
b. Manager	121
c. Arbeitnehmer	131
3. Externe Interessengruppen als Satellitengruppen von Unternehmensträgern	148
a. Verbände/ Tarifvertragsparteien	148
b. Fremdkapital-Geber	162
c. Lieferanten	169
d. Kunden	181
e. Öffentlichkeit	189
f. Staat	197
g. Konkurrenten	204
4. Corporate Governance als Rahmen der Unternehmensverfassung	213
II. Unternehmensformen	225
1. Wahl/ Wechsel der Rechtsform als Rahmenentscheidung	225
a. Alternative Rechtsformen im Überblick	225
b. Grundsätzliche Unterschiede zwischen Personen- und Kapitalgesellschaften	236
c. Kriterien zur ökonomischen Beurteilung der Rechtsformen	247
2. Einzelunternehmen/ Einzelfirma	252

3. Personengesellschaften.....	261
a. Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR).....	261
b. Offene Handelsgesellschaft (OHG)	267
c. Partnerschaftsgesellschaft (PartG)	274
d. Kommanditgesellschaft (KG)	281
e. Stille Gesellschaft	289
4. Kapitalgesellschaften.....	296
a. Aktiengesellschaft (AG)	296
b. Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH).....	358
c. Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA).....	385
d. Exkurs: Die britische Limited (Ltd.).....	397
5. Kombinationen aus Personen- und Kapitalgesellschaften.....	400
a. GmbH & Co. KG	400
b. Doppelgesellschaften zur Betriebsaufspaltung	407
6. Weitere privatrechtliche Gesellschaftsformen.....	412
a. Eingetragene Genossenschaften.....	412
b. Privatrechtliche Stiftungen.....	418
III. Literaturhinweise zum Kapitel C	420

Kapitel D

Zielstruktur des Unternehmens

– Wie laufen die Prozesse der Willensbildung und der Willensdurchsetzung im Unternehmen ab? –

I. Arten von Unternehmenszielen.....	425
1. Zielfindung und Zielableitung im Überblick.....	425
2. Zieldimensionen	433
3. Generelle Zielkategorien	437
4. Zielbeziehungen	445
II. Zielkonzeptionen	447
1. Anforderungen an Zielsysteme.....	447
2. Zielprioritäten in unterschiedlichen Zielkonzeptionen	450

III. Literaturhinweise zum Kapitel D 454

**Kapitel E
Prozesse im Unternehmen**

– Wie sind die generellen Unternehmensprozesse strukturiert,
und was läuft in ihnen ab? –

I. Kennzeichnung grundlegender Güterströme als generelle Unternehmensprozesse..... 455

II. Phasengliederungen der generellen Güterströme..... 463

III. Phasenverläufe am Beispiel der Auftragsfertigung..... 472

IV. Phasen und Informationsarten im Führungsprozess 477

V. Literaturhinweise zum Kapitel E 480

**Kapitel F
Entscheidungssituationen in unterschiedlichen
Wertschöpfungsprozessen**

– Was sind wichtige Entscheidungen in den einzelnen Prozessen/ Phasen der
Leistungserstellung und -verwertung, und welche Maßnahmen sind daraus
abzuleiten? –

I. Die Prozesse und Phasen der Wertschöpfungskette..... 481

II. Übergeordnete Wertschöpfungsprozesse 493

1. Strategie: Unternehmensentwicklung
und Unternehmensplanung 494

a. Einflussgrößen auf die Unternehmensstrategie 494

b. Von Erfolgspotenzialen zu Wettbewerbsvorteilen 498

c. Das Strategische Dreieck als Gestaltungsrahmen 504

d. Der Prozess der Strategieentwicklung und -realisierung..... 506

e. Basisinstrumente der strategischen Analyse und Prognose
sowie Strategiegrundtypen 516

2. Marketing als Marktorientierte Unternehmensführung..... 539

a. Marketing als umfassendes Relationshipmanagement 539

b. Produkt-Mix 560

c. Kontrahierungs-Mix 562

d. Kommunikations-Mix 592

e. Distributions-Mix.....	623
f. Service-Mix	648
g. Value Marketing: Erfolgspartnerschaft mit dem Kunden	673
3. Corporate Identity/ Unternehmenskultur	677
a. Inhalte und Bedeutung einer normativen Koordination	677
b. Elemente der Corporate Identity (CI)	681
c. Ebenen der Unternehmenskultur.....	689
d. Analyse und Gestaltung von CI/ Unternehmenskultur.....	699
III. Direkte Wertschöpfungsprozesse.....	703
1. Forschung und Entwicklung	703
a. Ziele und Arten der Forschung und Entwicklung	707
b. Phasen und Instrumente des Innovationsprozesses	713
2. Beschaffung	725
a. Aufgaben des Beschaffungsprozesses.....	725
b. Teilplanungen der Beschaffung	729
3. Lagerhaltung.....	740
a. Gründe und Funktionen der Lagerhaltung	741
b. Optimale Bestellmenge zur Abstimmung von Lagerhaltung und Beschaffung	749
4. Produktion	760
a. Grundlagen der Produktion.....	762
b. Produktionskonzepte.....	773
c. Ermittlung der Optimalen Losgröße	788
5. Absatz/ Vertrieb als Marketing im engeren Sinne.....	793
a. Grundlagen der Marktforschung	797
b. Statistische Verfahren der Marktforschung.....	811
c. Gestaltungsanforderungen an Werbemittel.....	832
d. Implikationen alternativer Vertriebswegestaltungen.....	854
6. Service/ Kundendienst.....	861
a. Wirkungsmodell der Servicequalität.....	862
b. Standards für Servicequalität	869

c. Beschwerdemanagement	872
IV. Flankierende Wertschöpfungsprozesse	875
1. Logistik/ Qualitätssicherung/ Ökologieorientierung	875
a. Logistikkonzepte im Supply Chain Management	877
b. Qualitätssicherung als Ergebnis des Qualitätsmanagements	889
c. Umweltmanagement als ökologieorientiertes Handeln	897
2. Personal/ Personalführung/ Organisationsentwicklung	904
a. Funktionen der Personalpolitik.....	907
b. Modelle und Instrumente der Personalführung	942
c. Anforderungen und Elemente der Organisationsentwicklung..	947
3. Technologie und Investition	952
a. Entwicklungsstufen und Übergänge von Technologien.....	953
b. Investitionsarten und Kriterien für Investitionsentscheidungen	962
c. Verfahren der Investitionsrechnung	970
4. Finanzierung	984
a. Finanzplanung zur Abstimmung von Finanzierungsbedarf und Liquidität.....	986
b. Kombination unterschiedlicher Finanzierungsarten.....	991
c. Auswirkungen der Kapitalstruktur auf die Kapitalrentabilität .	1018
5. Rechnungswesen/ Controlling	1030
a. Begriffliche Grundlagen des Rechnungswesens..	1032
b. Bestandteile und Gestaltungsspielräume des externen Rechnungswesens	1037
c. Konzepte der Rechnungslegung.....	1063
d. Bestandteile und Verfahren des internen Rechnungswesens....	1069
e. Ziele, Konzeptionen und Instrumente des Controlling.....	1085
f. Kennzahlen und Steuerungsgrößen des Controlling	1110
6. Information und Kommunikation	1143
a. Arten und Beurteilungskriterien der Information.....	1144
b. Externe und interne Kommunikationsprozesse	1150
c. IT-gestützte Informations- und Kommunikationspolitik.....	1157
V. Literaturhinweise zum Kapitel F	1175

Kapitel G

Strukturen von Unternehmen

– Welche Alternativen der aufbauorganisatorischen Strukturierung gibt es, und wie stehen diese in Beziehung zu wesentlichen Unternehmensprozessen? –

I.	Organisation als zielorientierte und ganzheitliche Strukturierung	1183
	1. Organisatorische Aspekte und Zusammenhänge	1183
	2. Grundsätze und Konzepte der organisatorischen Gestaltung	1196
	3. Prinzipien der organisatorischen Strukturierung	1211
II.	Alternative Formen der Primärorganisation	1216
	1. Funktionale Organisation	1216
	2. Divisionale Organisation	1220
	3. Matrix-Organisation	1228
III.	Innovations- und prozessorientierte Formen der (Sekundär-)Organisation	1236
	1. Zum Verhältnis von Primär- und Sekundärorganisation	1236
	2. Marktleistungs- oder adressatenbezogene Sekundärorganisationsformen: Produkt- oder Kundengruppen-Management	1237
	3. Vorhaben- und ergebnisbezogene Sekundärorganisationsformen: Projekt-Management	1244
	4. Prozessorientierte Organisation	1248
IV.	Stellenbezogene Organisationsinstrumente	1260
V.	Organisationsplanung: Steuerung organisatorischer Veränderungen	1269
VI.	Literaturhinweise zum Kapitel G	1275

Kapitel H

Unternehmenskooperationen für Wertschöpfungsnetzwerke

– Welche Kernkompetenzen bringt ein Unternehmen in Netzwerke mit Partnern für eine erfolgreiche Zusammenarbeit ein? –

I.	Leistungsverbünde durch Kernkompetenzen und Outsourcing	1277
	1. Arten und Ziele von Wertschöpfungsnetzwerken	1277
	2. Steigende Bedeutung von Standortentscheidungen	1281

3. Anforderungen und Gestaltungsansätze der Wertschöpfung in Netzwerken	1285
4. Outsourcing als Basis-Ansatz für Wertschöpfungsnetze	1287
II. Vertragliche Zusammenarbeit und Strategische Allianzen als Netzwerk-Organisation	1290
III. Fusionen und Akquisitionen (Mergers and Acquisitions).....	1295
IV. Literaturhinweise zum Kapitel H.....	1301

Kapitel I

Unternehmensgründung, Gründerpersönlichkeit und Business-Plan

– Wie sind Chancen und Risiken beim Aufbau eines neuen Unternehmens verteilt? –	
– Was sind wesentliche Anforderungen an eine Gründerpersönlichkeit (Gründertest)? –	
– Welche Aktivitätsfelder im Business-Plan und welche Teilprozesse sind für eine Unternehmensgründung erfolgsentscheidend? –	
I. Unternehmensneugründungen: Formen, Verlauf und Risiken	1303
1. Anlässe und Arten von Unternehmensneugründungen	1303
2. Historische und aktuelle Unternehmerbegriffe	1305
3. Verlauf von Unternehmensneugründungen	1307
4. Risiken von Unternehmensneugründungen	1309
II. Orientierungsphase: Der Gründertest zur Bewertung erfolgs- notwendiger Persönlichkeits- und Umfeldanforderungen	1311
1. Der Gründertest.....	1311
2. Erfolgsfaktoren in der Orientierungsphase als Gründungsvorphase.....	1313
3. Vorgehen in der Gründungsvorphase: Die Geschäftsidee	1318
III. Planungsphase: Der Business-Plan – Zehn vernetzte Aktivitäts- felder für eine tragfähige Existenzgründung und -sicherung	1319
1. Vorgehen in der Gründungsphase und Förderungs-/ Unterstützungsmöglichkeiten	1319
2. Zehn Aktivitätsfelder des Business-Plans	1322
IV. Umsetzungsphase: Konzentration auf Teilprozesse	1334
V. Literaturhinweise zum Kapitel I	1341

Kurzbiographie des Autors 1343
Abbildungsverzeichnis 1344
Gesamtliteraturverzeichnis 1350
Stichwortverzeichnis 1408