

# Inhaltsverzeichnis

## Lehrplaneinheit 1: Beschaffungs-, Leistungserstellungs- und Absatzprozesse

<b>1</b>	<b>Betriebliche Leistungsprozesse</b>	13
1.1	Begriff Unternehmen und Leistungsprozesse von Unternehmen	13
1.2	Leistungsprozess eines Industrieunternehmens	13
1.3	Betriebswirtschaftliche Prozesse und Wertschöpfungsketten	17
1.4	Logistikprozesse	18
1.4.1	Begriff und Aufgaben der Logistik	18
1.4.2	Optimierung von Logistikprozessen	18
1.4.2.1	Supply Chain Management	18
1.4.2.2	Efficient Consumer Response	20
<b>2</b>	<b>Organisationsformen des Industriebetriebs</b>	22
2.1	Begriff und Arten der Organisation	22
2.2	Aufbauorganisation	23
2.2.1	Aufgabengliederung und Stellenbildung	23
2.2.2	Abteilungsbildung	26
2.2.3	Organisationsplan (Organigramm)	27
2.3	Prozessorientierte Organisation	29
2.3.1	Nachteile einer funktionsorientierten Unternehmensorganisation	29
2.3.2	Optimierung der Arbeitsabläufe durch die Bildung von Geschäftsprozessen	30
2.3.3	Ablauf und Auswirkungen einer prozessorientierten Organisation	32
<b>3</b>	<b>Beschaffungsprozesse</b>	36
3.1	Bedarfsplanung	36
3.1.1	Mengenplanung	36
3.1.2	Zeitplanung	38
3.2	Materialbereitstellungsverfahren	42
3.2.1	Bedarfsdeckung durch Vorratshaltung (Lagerhaltung)	42
3.2.1.1	Funktionen des Lagers	42
3.2.1.2	Arten des Lagers	43
3.2.1.3	Festlegung von Mindest- und Meldebeständen	45
3.2.1.4	Berechnung von Lagerkennzahlen	46
3.2.2	Bedarfsdeckung ohne Vorratshaltung	48
<b>4</b>	<b>Leistungserstellungsprozesse</b>	53
4.1	Fertigungsverfahren	53
4.1.1	Überblick	53
4.1.2	Fertigungstechnologie	53
4.1.3	Fertigungstypen	54
4.1.4	Fertigungsorganisation	57
4.2	Arbeitszeitmessung	60
4.2.1	Überblick über die Arbeitsstudien	60
4.2.2	Normalzeit und Normalleistung	61
4.2.3	Ermittlung der Normalzeit mithilfe einer REFA-Zeitaufnahme	61
4.3	Auftragsterminierung	65
4.3.1	Aufgabe der Auftragsterminierung (Produktionsterminierung)	65
4.3.2	Auftragsterminierung am Beispiel der mittelfristigen Terminplanung	66
4.3.2.1	Arbeitsplan	66
4.3.2.2	Durchführung der mittelfristigen Terminplanung	68
4.3.3	Maschinenbelegungsplan und Kapazitätsabgleich	69

<b>4.3.4</b>	<b>Netzplantechnik als Verfahren zur Terminierung.....</b>	<b>71</b>
4.3.4.1	Einführung .....	71
4.3.4.2	Ablauf des Verfahrens .....	71
4.3.4.3	Darstellungsmöglichkeiten .....	72
4.3.4.4	Vorteile der Netzplantechnik.....	75
<b>4.4</b>	<b>Entlohnungssysteme.....</b>	<b>77</b>
4.4.1	Überblick .....	77
4.4.2	Zeitlohn .....	77
4.4.3	Akkordlohn.....	78
4.4.3.1	Voraussetzungen für die Entlohnung nach Akkordlohn .....	78
4.4.3.2	Einzelakkord .....	78
4.4.3.3	Gruppenakkord .....	80
4.4.4	Prämienlohn .....	80
4.4.5	Mitarbeiterbeteiligung.....	82
<b>4.5</b>	<b>Betriebliche Kennzahlen der Leistungserstellung .....</b>	<b>86</b>
4.5.1	Produktivität als Ausdruck des ökonomischen Prinzips .....	86
4.5.2	Wirtschaftlichkeit .....	87
<b>4.6</b>	<b>Rationalisierung .....</b>	<b>90</b>
4.6.1	Begriff, Anlässe und Ziele der Rationalisierung.....	90
4.6.2	Einzelmaßnahmen der Rationalisierung.....	91
4.6.2.1	Überblick .....	91
4.6.2.2	Standardisierung.....	91
4.6.3	Ganzheitliche Rationalisierungskonzepte .....	92
4.6.3.1	Lean Production .....	92
4.6.3.2	Kaizen .....	94
<b>5</b>	<b>Absatzprozesse .....</b>	<b>97</b>
5.1	Begriffe Markt und Marketing sowie Aufgaben des Marketings .....	97
5.2	Marktforschung .....	99
5.3	Produktpolitik .....	103
5.3.1	Planungsgrundlagen der Produktpolitik: Produkt-Lebenszyklus und Marktwachstum-Marktanteil-Portfolio.....	103
5.3.1.1	Produkt-Lebenszyklus .....	104
5.3.1.2	Portfolio-Analyse.....	107
5.3.2	Entscheidungen zum Produktprogramm .....	111
5.4	Kontrahierungspolitik (Entgeltpolitik) .....	115
5.4.1	Begriffe Preispolitik und Preisstrategien .....	115
5.4.2	Preisstrategien .....	115
5.4.3	Preispolitik .....	117
5.4.3.1	Kostenorientierte Preispolitik .....	117
5.4.3.2	Abnehmerorientierte (nachfrageorientierte) Preispolitik .....	118
5.4.3.3	Wettbewerbsorientierte (konkurrenzorientierte) Preispolitik .....	121
5.5	Distributionspolitik .....	124
5.5.1	Begriff und Aufgabe der Distributionspolitik .....	124
5.5.2	Absatzorgane .....	124
5.5.2.1	Direkter (werkseigener) Absatz .....	125
5.5.2.2	Indirekter (ausgegliederter) Absatz .....	127
5.6	Kommunikationspolitik .....	132
5.6.1	Werbung .....	132
5.6.1.1	Begriff Werbung und die Grundsätze der Werbung .....	132
5.6.1.2	Werbeplanung .....	133
5.6.1.3	Werbeerfolgskontrolle .....	137
5.6.2	Verkaufsförderung .....	139

5.6.3	Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit) .....	141
5.6.4	Neuere Formen der Kommunikationspolitik .....	141
5.7	Entwicklung eines Marketingkonzepts (Marketing-Mix) .....	145

## Lehrplaneinheit 2: Mikroökonomie

<b>1</b>	<b>Handlungen unterschiedlicher Wirtschaftssektoren analysieren</b> .....	148
1.1	Bedürfnisse, Bedarf, Nachfrage .....	148
1.2	Güter .....	149
1.3	Ökonomisches Prinzip .....	150
1.4	Volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren .....	152
1.4.1	Begriff Produktionsfaktoren .....	152
1.4.2	Produktionsfaktor Natur .....	152
1.4.3	Produktionsfaktor Arbeit .....	153
1.4.4	Produktionsfaktor Kapital .....	154
1.4.4.1	Begriff Kapital und die Kapitalbildung .....	154
1.4.4.2	Kapitalbildung und Investition .....	155
1.4.5	Produktionsfaktor Bildung .....	155
<b>2</b>	<b>Nutzentheorie</b> .....	159
2.1	Begrifflichkeit .....	159
2.2	Erstes Gossen'sches Gesetz .....	160
2.3	Zweites Gossen'sches Gesetz .....	162
2.4	Bilanzgerade und Haushaltsoptimum .....	163
<b>3</b>	<b>Bestimmung der Nachfrage</b> .....	166
3.1	Individuelle Nachfrage .....	166
3.1.1	Individuelle Nachfragekurve in Abhängigkeit vom Preis eines Gutes .....	166
3.1.2	Einkommensänderungen und individuelle Nachfrage .....	167
3.1.3	Änderungen der Bedürfnisstruktur und individuelle Nachfrage .....	168
3.1.4	Preisänderungen anderer Güter und individuelle Nachfrage .....	168
3.1.5	Weitere Bestimmungsgründe der individuellen Nachfrage .....	169
3.2	Ableitung der Marktnachfrage (Gesamtnachfrage) für ein Gut .....	170
<b>4</b>	<b>Elastizitäten</b> .....	176
4.1	Direkte Preiselastizität der Nachfrage .....	176
4.1.1	Begriff und Arten der direkten Preiselastizität der Nachfrage .....	176
4.1.2	Bedeutung der direkten Preiselastizität der Nachfrage .....	180
4.2	Kreuzpreiselastizität – indirekte Preiselastizität der Marktnachfrage .....	180
4.2.1	Begriff und Arten der Kreuzpreiselastizität .....	180
4.2.2	Bedeutung der Kreuzpreiselastizität .....	182
4.3	Einkommenselastizität der Marktnachfrage .....	182
4.3.1	Begriff der Einkommenselastizität .....	182
4.3.2	Engel-Schwabe'sches Gesetz .....	183
4.3.3	Bedeutung der Einkommenselastizität .....	184
<b>5</b>	<b>Bestimmung des Angebots</b> .....	189
5.1	Kosten der Produktion .....	189
5.1.1	Grundlegendes .....	189
5.1.2	Produktionsfunktion vom Typ B .....	190
5.1.3	Ableitung der Kostenkurven aus der Produktionsfunktion vom Typ B .....	191
5.2	Bestimmungsfaktoren für das individuelle Angebot eines Betriebs .....	196
5.2.1	Individuelle Angebotskurve in Abhängigkeit vom Preis eines Guts .....	196

5.2.2	Individuelle Angebotskurve in Abhängigkeit zu einer Veränderung der Produktionstechnik . . . . .	198
5.2.3	Individuelle Angebotskurve in Abhängigkeit zu einer Veränderung der Faktorkosten (Preise der Produktionsfaktoren) . . . . .	200
5.2.4	Individuelle Angebotskurve in Abhängigkeit zu einer Veränderung der Zahl der Anbieter . . . . .	200
5.2.5	Individuelle Angebotskurve in Abhängigkeit zu einer Veränderung der Preise anderer Güter . . . . .	201
5.3	Marktangebot (Gesamtangebot) für ein Gut . . . . .	204
5.3.1	Ableitung des Marktangebots für ein Gut . . . . .	204
5.3.2	Preiselastizität des Angebots . . . . .	207
<b>6</b>	<b>Preisbildung auf dem vollkommenen Markt. . . . .</b>	<b>213</b>
6.1	Begriff Markt . . . . .	213
6.2	Marktformen . . . . .	214
6.3	Preisbildung bei vollständiger Konkurrenz (vollkommenes Polypol) . . . . .	217
6.3.1	Gleichgewichtspreis . . . . .	217
6.3.2	Preismechanismus . . . . .	221
6.4	Preisbildung des vollkommenen Angebotsmonopols . . . . .	226
<b>7</b>	<b>Preisbildung auf unvollkommenen Märkten. . . . .</b>	<b>231</b>
7.1	Preisbildung des unvollkommenen Polypols . . . . .	231
7.1.1	Herausbildung eines Preisniveaus für ein Gut . . . . .	231
7.1.2	Monopolistischer Preisspielraum eines einzelnen Anbieters . . . . .	234
7.2	Preisbildung des unvollkommenen Angebotsmonopols . . . . .	238
7.3	Preisbildung des unvollkommenen Angebotsoligopolis . . . . .	241
<b>8</b>	<b>Staatliche Markteingriffe am Beispiel der Preispolitik . . . . .</b>	<b>246</b>
8.1	Marktkonforme Staatseingriffe . . . . .	246
8.1.1	Begriff marktkonforme Staatseingriffe . . . . .	246
8.1.2	Instrumente für marktkonforme Staatseingriffe . . . . .	246
8.2	Marktkontrare Staatseingriffe . . . . .	248
8.2.1	Begriff marktkontrare Staatseingriffe . . . . .	248
8.2.2	Instrumente für marktkontrare Staatseingriffe . . . . .	249

#### **Lehrplaneinheit 4: Rechtsformen der Unternehmung**

<b>1</b>	<b>Rechtliche Grundlagen der Unternehmen . . . . .</b>	<b>252</b>
1.1	Kaufleute . . . . .	252
1.2	Handelsregister . . . . .	253
1.3	Firma . . . . .	254
<b>2</b>	<b>Rechtsformen im Überblick . . . . .</b>	<b>255</b>
<b>3</b>	<b>Einzelunternehmung . . . . .</b>	<b>256</b>
3.1	Begriff, Firma und Gründung einer Einzelunternehmung . . . . .	256
3.2	Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Kontrolle der Geschäftsführung, Gewinnverwendung und Verlustbeteiligung . . . . .	256
3.3	Vertretung und Haftung . . . . .	257
3.4	Auflösung, Bedeutung, Vor- und Nachteile der Einzelunternehmung . . . . .	257
<b>4</b>	<b>Offene Handelsgesellschaft (OHG) . . . . .</b>	<b>259</b>
4.1	Begriff, Firma und Gründung einer OHG . . . . .	259
4.2	Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Kontrolle der Geschäftsführung, Gewinnverwendung und Verlustbeteiligung . . . . .	262

<b>4.3</b>	<b>Vertretung und Haftung .....</b>	<b>264</b>
<b>4.4</b>	<b>Auflösung, Vor- und Nachteile, Bedeutung der OHG .....</b>	<b>267</b>
<b>5</b>	<b>Kommanditgesellschaft (KG) .....</b>	<b>272</b>
<b>5.1</b>	<b>Begriff, Firma und Gründung einer KG .....</b>	<b>272</b>
<b>5.2</b>	<b>Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Kontrolle der Geschäftsführung, Gewinnverwendung und Verlustbeteiligung der Kommanditisten .....</b>	<b>273</b>
<b>5.3</b>	<b>Vertretung und Haftung .....</b>	<b>275</b>
<b>5.4</b>	<b>Auflösung, Bedeutung, Vor- und Nachteile der KG .....</b>	<b>275</b>
<b>6</b>	<b>Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) .....</b>	<b>278</b>
<b>6.1</b>	<b>Begriff, Firma und Gründung einer GmbH .....</b>	<b>278</b>
<b>6.2</b>	<b>Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Kontrolle der Geschäftsführung, Gewinnverwendung und Verlustbeteiligung .....</b>	<b>279</b>
<b>6.3</b>	<b>Vertretung und Haftung .....</b>	<b>282</b>
<b>6.4</b>	<b>Auflösung und Bedeutung der GmbH .....</b>	<b>282</b>
<b>7</b>	<b>GmbH &amp; Co. KG .....</b>	<b>283</b>
<b>7.1</b>	<b>Begriff, Firma und Gründung einer GmbH &amp; Co. KG .....</b>	<b>283</b>
<b>7.2</b>	<b>Merkmale der GmbH &amp; Co. KG .....</b>	<b>284</b>
<b>8</b>	<b>Aktiengesellschaft (AG) .....</b>	<b>289</b>
<b>8.1</b>	<b>Begriff, Firma und Gründung der Aktiengesellschaft .....</b>	<b>289</b>
<b>8.2</b>	<b>Eigenkapitalaufbringung: Aktie als Beteiligungs- und Finanzierungsinstrument bei Aktiengesellschaften .....</b>	<b>290</b>
<b>8.2.1</b>	<b>Begriff und Wert der Aktien .....</b>	<b>290</b>
<b>8.2.2</b>	<b>Aktienarten .....</b>	<b>291</b>
<b>8.3</b>	<b>Geschäftsführung, Vertretung, Kontrolle der Geschäftsführung und Haftung .....</b>	<b>293</b>
<b>8.4</b>	<b>Rechte der Aktionäre .....</b>	<b>296</b>
<b>8.5</b>	<b>Auflösung und Bedeutung der Aktiengesellschaft .....</b>	<b>297</b>
<b>9</b>	<b>Rechtsformwahl und -umwandlung als Entscheidungsproblem .....</b>	<b>304</b>
<b>10</b>	<b>Gewinnverwendung von Personen- und Kapitalgesellschaften (offene Selbstfinanzierung) .....</b>	<b>308</b>
<b>10.1</b>	<b>Begriff Finanzierung und Überblick über die Finanzierungsarten .....</b>	<b>308</b>
<b>10.2</b>	<b>Gewinnverwendung von Personengesellschaften .....</b>	<b>309</b>
<b>10.2.1</b>	<b>Begriff offene Selbstfinanzierung .....</b>	<b>309</b>
<b>10.2.2</b>	<b>Gewinnverwendung (offene Selbstfinanzierung) bei der OHG .....</b>	<b>309</b>
<b>10.2.3</b>	<b>Gewinnverwendung (offene Selbstfinanzierung) bei der KG .....</b>	<b>311</b>
<b>10.3</b>	<b>Gewinnverwendung (offene Selbstfinanzierung) am Beispiel der AG .....</b>	<b>316</b>
<b>10.3.1</b>	<b>Bilanzierung des Eigenkapitals im handelsrechtlichen Jahresabschluss von Kapitalgesellschaften .....</b>	<b>316</b>
<b>10.3.2</b>	<b>Überblick über die Gewinnverwendung bei der AG .....</b>	<b>318</b>
<b>10.3.3</b>	<b>Rechnerischer Ablauf der Gewinnverwendung .....</b>	<b>318</b>
<b>10.3.4</b>	<b>Ausweis der Gewinnverwendung in der Bilanz .....</b>	<b>321</b>
<b>10.4</b>	<b>Beurteilung der Selbstfinanzierung .....</b>	<b>324</b>
<b>11</b>	<b>Beteiligungsfinanzierung als Möglichkeit der Beschaffung finanzieller Mittel .....</b>	<b>326</b>
<b>11.1</b>	<b>Begriff Beteiligungsfinanzierung .....</b>	<b>326</b>
<b>11.2</b>	<b>Beteiligungsfinanzierung bei Personengesellschaften .....</b>	<b>327</b>
<b>11.2.1</b>	<b>Beteiligungsfinanzierung bei der OHG .....</b>	<b>327</b>
<b>11.2.2</b>	<b>Beteiligungsfinanzierung am Beispiel der Kommanditgesellschaft (KG) .....</b>	<b>328</b>

11.3	Beteiligungsfinanzierung bei Kapitalgesellschaften am Beispiel der AG . . . . .	330
11.3.1	Ordentliche Kapitalerhöhung (Kapitalerhöhung gegen Einlagen) [§§ 182 bis 191 AktG]. . . . .	330
11.3.2	Genehmigte Kapitalerhöhung [§§ 202 bis 206 AktG] . . . . .	339
11.3.3	Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln . . . . .	342
11.4	Beurteilung der Beteiligungsfinanzierung. . . . .	345
	Stichwortverzeichnis. . . . .	347