

Inhalt

Vorwort

I. Betriebliche Grundentscheidungen	1
1. Gründungsmotive und Gründungsentscheidungen	2
2. Ziele betriebswirtschaftlicher Entscheidungen	4
3. Kern- und Satellitengruppen im Entscheidungsprozeß	6
4. Organisationsstrukturen	8
a) Aufbauorganisation	9
b) Ablauforganisation	14
II. Produktion und Kosten	17
1. Der Begriff "Produktion"	17
2. Der Prozeß der Leistungserstellung	17
a) Die Planung des Fertigungsprogrammes	18
b) Die Planung des Fertigungsverfahrens	20
c) Lean Production – die neue industrielle Revolution	22
3. Die Kosten bei der Leistungserstellung	24
a) Der Kostenbegriff im betrieblichen Rechnungswesen	24
b) Die Kostenarten nach ihrer Entstehung	25
c) Die Kosten in Abhängigkeit vom Beschäftigungsgrad	25
4. Die Grenzkosten	31
a) Der Begriff "Grenzkosten"	31
b) Die Grenzkostenfunktion	32
c) Der Zusammenhang zwischen Gesamtkosten, Stückkosten und Grenzkosten (Überblick)	34

5. Die Kostenfunktion nach dem Ertragsgesetz	35
a) Die s-förmige Gesamtkostenkurve	36
b) Durchschnittskosten und Durchschnittskostenfunktion beim s-förmigen Gesamtkostenverlauf	37
c) Grenzkosten und Grenzkostenfunktion beim s-förmigen Gesamtkostenverlauf	39
d) Kritische Kostenpunkte und ihre betriebswirtschaftliche Bedeutung	41
e) Zusammenfassende graphische Darstellung der Gesamtkosten-, Stückkosten- und Grenzkostenfunktionen	46
III. Markt und Absatz	49
1. Die Begriffe "Markt" und "Marketing"	49
2. Betriebswirtschaftliche Zielvorstellungen im Absatzbereich	51
3. Die Marktforschung als Grundlage der Absatzpolitik	53
a) Bereiche der Marktforschung	53
b) Methoden der Marktforschung	56
4. Das absatzpolitische Instrumentarium im Überblick	58
5. Preistheoretische Grundbegriffe	60
a) Marktformen und Verhaltensweisen der Marktpartner	60
b) Preiselastizität der Nachfrage und externe Konsumeffekte	65
6. Die Preispolitik eines Monopolisten auf vollkommenem Markt	70
a) Die Ermittlung der Erlösfunktion aus der Preis-Absatz-Funktion	71
b) Die Ermittlung des Gewinnmaximums beim Monopolisten (Cournotscher Punkt)	74
c) Das Verhalten des Monopolisten bei Veränderungen der Kostenstruktur	77
7. Die Absatzpolitik im Polypol auf vollkommenem Markt	80
a) Das Zustandekommen des Gleichgewichtspreises	80
b) Die Erlösfunktionen	83
c) Die Ermittlung der gewinnmaximalen Absatzmenge bei einem s-förmigen Gesamtkostenverlauf	84

8.	Die Preispolitik auf unvollkommenen Märkten	87
a)	Die Merkmale unvollkommener Märkte	88
b)	Absatzpolitische Strategien im unvollkommenen Polypol	88
c)	Preispolitik im Oligopol	89
d)	Preisdifferenzierung als Mittel der Absatzpolitik	91
9.	Staatliche Preispolitik	94
a)	Staatlich festgelegte Höchstpreise	94
b)	Staatliche Mindestpreise	95
10.	Präferenzpolitik	96
a)	Produkt- und Sortimentpolitik	96
b)	Service und Konditionen	102
c)	Absatzmethoden	103
11.	Kommunikationspolitik	106
a)	Bereiche der Kommunikationspolitik	106
b)	Planung von Werbemaßnahmen	107
c)	Durchführung der Werbeaktion	108
d)	Werbemittel und Werbeträger	110
e)	Neue Strategien in der Medienwerbung	112

IV. Rechtsformen der Unternehmung und Unternehmenszusammenschlüsse 119

1.	Überblick über die Rechtsformen der Unternehmung im Privatrecht	119
2.	Entscheidungskriterien für die Wahl der Rechtsform	120
3.	Personengesellschaften im Vergleich	124
a)	Rechte der Gesellschafter im Außenverhältnis	125
b)	Rechte der Gesellschafter im Innenverhältnis	125
4.	Unterschiede zwischen Personen- und Kapitalgesellschaften	128
5.	Die Aktiengesellschaft (AG)	128
a)	Die Gründung der AG	129
b)	Die Organe der AG	129
c)	Die Bedeutung der AG	132
6.	Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	133

7. Besondere Unternehmensformen	135
a) GmbH & Co. KG	135
b) Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA)	135
c) Genossenschaften	136
8. Unternehmenszusammenschlüsse	137
a) Arten von Zusammenschlüssen im Überblick	138
b) Das Kartell	139
c) Der Konzern	141
d) Die Fusion (Trust)	142
9. Auswirkungen der Unternehmenskonzentration	143
10. Die Kontrolle der Unternehmenskonzentration	146
a) Kartellverbot	146
b) Mißbrauchsaufsicht und Fusionskontrolle	147
V. Finanzierung und Investition	153
1. Begriffliche Grundlagen	153
a) Kapital und Vermögen	153
b) Finanzierung und Investition	153
2. Der Finanzkreislauf im Betrieb	155
3. Unternehmensziele im Bereich Finanzierung	156
4. Finanzierungsarten im Überblick	158
5. Außenfinanzierung	159
a) Beteiligungs- oder Einlagenfinanzierung	159
b) Fremdfinanzierung	164
c) Factoring und Leasing als Spezialformen der Außenfinanzierung	169
6. Kapitalerhöhung bei der Aktiengesellschaft	172
a) Spielarten der Kapitalerhöhung	173
b) Ermittlung des Bilanzkurses	175
c) Das Bezugsrecht	175
7. Innenfinanzierung	177
a) Selbstfinanzierung	178
b) Finanzierung aus Abschreibungsrückflüssen	181

c) Finanzierung aus Rückstellungen	187
d) Umschichtungsfinanzierung durch Veräußerung von Vermögensteilen	188
8. Beurteilung der Finanzierung	189
a) Finanzierungsregeln	189
b) Die optimale Kapitalstruktur (Leverage-Effekt)	191
c) Die "optimale" Liquidität	193
d) Finanzierungskosten im Vergleich	194

Lösungen zu den Kapiteln I bis V	201
Kapitel I	201
Kapitel II	205
Kapitel III	215
Kapitel IV	229
Kapitel V	237
Anmerkungen	251
Literaturverzeichnis	252
Stichwortverzeichnis	253