

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung: Methodenkompetenz 12

ERSTER ABSCHNITT

Ausbildung und ausgewählte rechtliche Grundlagen

RAHMENLEHRPLAN

LERNFELD 1: Das Unternehmen vorstellen und die eigene Rolle mitgestalten

LERNFELD 9: Marketingkonzepte planen und umsetzen

1	Notwendigkeit von Ausbildung	13
2	Ausbildungsverhältnis	13
2.1	Duale Ausbildung	13
2.2	Lernort Berufsschule	14
2.3	Lernort Betrieb	15
2.4	Ausbildungsordnung	16
2.5	Zuständige Stellen	17
2.6	Berufsausbildungsvertrag	17
2.7	Beendigung des Ausbildungsverhältnisses	19
3	Mitbestimmung	22
3.1	Innerbetriebliche Mitbestimmung	22
3.1.1	Betriebsrat	22
3.1.2	Wirtschaftsausschuss	23
3.1.3	Allgemeine Aufgaben des Betriebsrats	23
3.1.4	Betriebsvereinbarungen	24
3.1.5	Betriebsrat als Mitbestimmungsorgan	24
3.1.6	Jugend- und Auszubildendenvertretung (JAV)	25
3.1.7	Sprecherausschüsse der leitenden Angestellten	26
3.1.8	Gesamtbetriebsrat, Konzernbetriebsrat, Europäischer Betriebsrat	27
3.2	Mitbestimmung im Aufsichtsrat	28
4	Arbeitsschutz	31
4.1	Technischer Arbeitsschutz	31
4.2	Sozialer Arbeitsschutz	34
4.2.1	Jugendarbeitsschutz	34
4.2.2	Mutterschutz	36
4.2.3	Elterngeld und Elternzeit	37
4.2.4	Schwerbehindertenschutz	37
5	Soziale Sicherung	39
5.1	Zweige und Träger der Sozialversicherung	39
5.2	Grundlegende Merkmale	40
5.3	Unfallversicherung	41
5.4	Rentenversicherung	43
5.5	Krankenversicherung	45
5.6	Pflegeversicherung	48
5.7	Arbeitslosenversicherung und Bundesagentur für Arbeit	49
5.8	Finanzierungsprobleme	51
5.9	Meldung von Sozialdaten	51
5.10	Sozialgerichte	52
6	Arbeitsgerichte	53
7	Rechtliche Grundlagen	55
7.1	Rechtsnormen und Rechtsordnung	55

7.2	Organe der Rechtsprechung	57
7.3	Rechtssubjekte	58
7.3.1	Natürliche Personen	58
7.3.2	Juristische Personen	60
7.4	Rechtsobjekte	62
7.4.1	Sachen und Rechte	62
7.4.2	Eigentum und Besitz	62
7.5	Rechtsgeschäfte	64
7.5.1	Die Begriffe Willenserklärung und Rechtsgeschäft	64
7.5.2	Einseitige und mehrseitige Rechtsgeschäfte	65
7.5.3	Bürgerliche Rechtsgeschäfte und Handelsgeschäfte	66
7.5.4	Form der Willenserklärungen	67
7.5.5	Nichtigkeit von Rechtsgeschäften	68
7.5.6	Anfechtbarkeit von Willenserklärungen	68
7.6	Überblick über wichtige Vertragsarten	69
7.6.1	Abschluss eines Vertrags	69
7.6.2	Kaufvertrag	70
7.6.3	Dienstvertrag	70
7.6.4	Werkvertrag	71
7.6.5	Werklieferungsvertrag	72
7.6.6	Leihvertrag	72
7.6.7	Mietvertrag	72
7.6.8	Pachtvertrag	73
7.6.9	Kreditvertrag	73
7.7	Verbraucherschutz	74
7.7.1	Grundsätze für alle Arten von Verbraucherverträgen	75
7.7.2	Schutz gegen Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	75
7.7.3	Preisangaben	77
7.7.4	Teilzahlungsgeschäfte und Ratenlieferungsverträge	77
7.7.5	Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge und Fernabsatzverträge	77
7.7.6	Widerrufsrecht	78
7.7.7	Produkthaftung	79
7.7.8	Kundendatenschutz	81
8	Urheberrecht	84
8.1	Urheberrechtsverletzung	85
8.2	Verwendung von Fremdmaterial im Unterricht	85
9	Unternehmensgründung, Kaufleute, Rechtsformen	86
9.1	Geschäftsidee und Unternehmensgründung	86
9.2	Bedeutung der passenden Rechtsform	88
9.3	Einzelunternehmen	89
9.3.1	Merkmale, Vor- und Nachteile	89
9.3.2	Gewerbe und Kaufmann	91
9.3.3	Kleingewerbetreibende, Kannkaufleute	92
9.4	Gründe für die Bildung von Gesellschaftsunternehmen	93
9.5	Arten und Grundmerkmale von Gesellschaftsunternehmen	94
9.6	Kaufmannseigenschaft der Gesellschaftsunternehmen	95
9.7	Gesellschaftsvertrag	96
9.8	Firma der Kaufleute	97
9.9	Handelsregister	99

2.3	Programmbreite und -tiefe	202	7.3.3	Computer-Integrated Manufacturing (CIM)	259
2.4	Fertigungstiefe – „make or buy“	203	7.4	Fertigungsverfahren nach der Fertigungsorganisation	263
2.5	Programmplanung	205	7.4.1	Organisationstypen der Fertigung – Überblick	263
2.5.1	Stufen des Planungsprozesses	205	7.4.2	Werkstättenfertigung	263
2.5.2	Planung der Fertigungsmenge bei der operativen Planung	205	7.4.3	Fließfertigung	267
3	Materialien für die Fertigung	207	7.4.4	Gruppenfertigung	269
3.1	Materialarten	207	7.4.5	Baustellenfertigung	271
3.2	Gefahrstoffe	208	8	Fertigungsprozessmanagement – Auftragsbearbeitungsprozesse in der Fertigung	273
4	Umweltmanagement in der Produktion	210	8.1	Kalkulation und Auftragswesen	273
4.1	Umweltfreundliche Materialien	211	8.1.1	Kalkulation	273
4.2	Verantwortung für Rückstände	211	8.1.2	Betriebliches Auftragswesen	275
4.3	Umweltqualität der Produkte	213	8.2	Prozesse der Fertigungsplanung	277
4.4	Umweltqualität der Fertigungsverfahren	214	8.2.1	Aufgaben der Fertigungsplanung	277
5	Produktentstehungsmanagement	215	8.2.2	Abgrenzung von Fertigungsplanung und Fertigungssteuerung	278
5.1	Produktlebenszyklus	215	8.2.3	Ablaufplanung	279
5.2	Innovationsprozess (Ideenfindung)	217	8.2.4	Bedarfsplanung	285
5.3	Produktplanungsprozess	218	8.3	Prozesse der Fertigungssteuerung	288
5.4	Produktentwicklungsprozess	218	8.3.1	Auftragsumwandlung	289
5.5	Konstruktion und Stücklistenenerstellung	221	8.3.2	Materialdisposition	290
5.5.1	Aufgaben der Konstruktion	221	8.3.3	Auftragsverwaltung	293
5.5.2	Konstruktionszeichnungen	223	8.3.4	Termin disposition	294
5.5.3	Stücklisten	224	8.3.5	Auftragsfreigabe und Bereitstellungsdisposition	304
5.5.4	Teileverwendungsnachweis	226	8.3.6	Arbeitsverteilung	304
5.6	Gewerbliche Schutzrechte	228	8.4	Prozesssteuerung – „Push“ oder „Pull“?	307
5.6.1	Patent	228	8.4.1	Push-Prinzip (Schiebepprinzip)	308
5.6.2	Gebrauchsmuster	230	8.4.2	Pull-Prinzip (Ziehprinzip)	308
5.6.3	Eingetragenes Design	230	8.5	Betriebsdatenerfassung und Produktionskontrolle	311
5.6.4	Geschützte Marken	231	8.5.1	Betriebsdatenerfassung (BDE)	311
6	Grundlagen des Kostenmanagement	232	8.5.2	Produktionskontrolle	312
6.1	Kostenbegriff	232	8.5.3	Einzelheiten zur Qualitätskontrolle in der Produktion	313
6.2	Kostenarten	233	8.6	Produktionscontrolling	322
6.2.1	Kostenarten nach den eingesetzten Gütern	233	8.6.1	Aufgaben des Produktionscontrollings	322
6.2.2	Kostenarten nach dem Umfang der Zurechnungsgröße	234	8.6.2	Kostenplanung und Kostenkontrolle	322
6.2.3	Kostenarten nach der Zurechenbarkeit auf die Betriebsleistungen	235	8.6.3	Korrekturmaßnahmen	323
6.2.4	Kostenarten nach der Abhängigkeit vom Beschäftigungsgrad	238	8.6.4	Kennzahlen der Produktion	324
6.3	Zusammenhang von Kosten und Erlösen: Deckungsbeitrag	245	9	Rationalisierungsprozesse	332
7	Verfahrensmanagement	250	9.1	Begriff und Anlässe der Rationalisierung	332
7.1	Bestimmungsgrößen der Fertigungsverfahren	250	9.2	Lösung von Rationalisierungsproblemen	333
7.2	Fertigungsverfahren nach dem Fertigungstyp	251	9.3	Ansatzpunkt Automation	335
7.2.1	Fertigungstypen – Überblick	251	9.4	Ansatzpunkt Arbeitsorganisation	336
7.2.2	Einzelfertigung	252	9.4.1	Arbeitsteilung	336
7.2.3	Serienfertigung	252	9.4.2	Arbeitsablauf	337
7.2.4	Massenfertigung	253	9.5	Ansatzpunkt Erzeugnisgestaltung	337
7.2.5	Sortenfertigung	254	9.5.1	Standardisierung	337
7.2.6	Mass Customization	256	9.5.2	Produktspezialisierung	339
7.3	Fertigungsverfahren nach dem Grad der Maschinisierung	257	9.6	Ansatzpunkt „Menschlicher Anteil an der Arbeit“	339
7.3.1	Manuelle, maschinelle, automatische Fertigung	257	9.6.1	Arbeitszeitstudien	339
7.3.2	Computer-Aided Manufacturing (CAM)	257	9.6.2	Ergonomische Arbeitsgestaltung	339
			9.7	Ansatzpunkt „Soziale Gestaltung der Arbeit“	340

9.7.1	Humanisierung des Arbeitsinhalts	340
9.7.2	Temporäre Arbeitsorganisation	342
9.7.3	Mobiles Arbeiten	342
9.8	Ganzheitliche Rationalisierungskonzepte	344
9.8.1	Schlankes Unternehmen	344
9.8.2	Umfassendes Qualitätsmanagement (Total Quality Management, TQM)	346

VIERTER ABSCHNITT

Materialmanagement

RAHMENLEHRPLAN

LERNFELD 3: Kundenaufträge bearbeiten und überwachen

LERNFELD 4: Beschaffungssysteme planen und steuern

LERNFELD 7: Logistik- und Lagerprozesse koordinieren, umsetzen und überwachen

1	Gegenstand des Materialmanagements	352
1.1	Aufgaben und Ziele	352
1.2	Logistische Prozesse	354
1.2.1	Beschaffungslogistik	354
1.2.2	Entsorgungslogistik	354
2	Beschaffungsmanagement	357
2.1	Einkaufsorganisation	357
2.1.1	Externe (äußere) Einkaufsorganisation	357
2.1.2	Interne (innere) Einkaufsorganisation	357
2.2	Planungsbereiche und Informationsbeschaffung	358
2.2.1	Planungsbereiche	358
2.2.2	Datenbanken als Informationsbasis	359
2.2.3	Beschaffungsmarktforschung	360
2.2.4	ABC-Analyse und XYZ-Analyse	361
2.2.5	Wertanalyse	363
2.3	Strategische Entscheidungen der Beschaffungsplanung	367
2.3.1	Beschaffungsprinzipien	367
2.3.2	Strategische Lieferantensuche und -auswahl	369
2.4	Operative Entscheidungen der Beschaffungsplanung	373
2.4.1	Optimale Bestellmenge – ein Modell der Mengen- und Zeitdisposition bei Vorratsbeschaffung	373
2.4.2	Flexible Bestellstrategien bei Vorratsbeschaffung	375
2.4.3	Logistische Planung bei fertigungssynchroner Beschaffung	382
	Just-in-time-System	382
2.4.4	Preisplanung	386
2.4.5	Operative Lieferantensuche und -auswahl	388
2.5	Operative Einkaufsprozesse	393
2.5.1	Traditioneller Einkauf	393
2.5.2	Online-Einkauf	397
2.6	Rechtliche Grundlagen des Einkaufsprozesses	401
2.6.1	Abschluss des Kaufvertrags	401
2.6.2	Inhalt des Kaufvertrags	404
2.6.3	Erfüllung des Kaufvertrags	416

2.7	Kreditorenmanagement	419
2.7.1	Kreditorenkonten	419
2.7.2	Rechnungsprüfung und Buchung	420
2.7.3	Maschineller Zahllauf	421
2.7.4	Zahlungsvorgang	422
2.8	Handlungsprozesse bei Erfüllungsstörungen	423
2.8.1	Nicht-Rechtzeitig-Lieferung	423
2.8.2	Mangelhafte Lieferung	426
2.8.3	Pflichten des Kaufers	428
2.8.4	echte des Kaufers	418

3 Lagerung: Bestandsmanagement und -logistik

3.1	Lagerarten, Lageraufgaben	432
3.2	Lagerorganisation	434
3.2.1	Zentrale Lagerung	434
3.2.2	Dezentrale Lagerung	435
3.2.3	Lagereinrichtung	436
3.2.4	Transportsysteme (Fördersysteme)	437
3.2.5	Anordnung des Lagergutes im Lager	440
3.2.6	Belegwesen	445
3.2.7	Prozess der Bestandsüberwachung	446
3.2.8	Inventurprozesse	446
3.3	Kosten der Lagerhaltung	448
3.3.1	Lagerkostenarten	449
3.3.2	Minimierung der variablen Lagerkosten	449
3.3.3	Minimierung der fixen Lagerkosten	450

4 Controlling im Materialmanagement

4.1	Ziele und Verfahren des Controllings	451
4.2	Zweck wichtiger Kennzahlen	451
4.3	Kennzahlen zur Versorgungssicherheit	452
4.3.1	Bestandskennzahlen	452
4.3.2	Lieferantenkennzahlen	454
4.4	Kennzahlen zur Wirtschaftlichkeit der Beschaffung	455
4.5	Kennzahlen zur Wirtschaftlichkeit der Lagerung	455
4.6	Kennzahlen zur Wirtschaftlichkeit der Lagerung	456

FUNFTER ABSCHNITT

Personalmanagement

RAHMENLEHRPLAN

LERNFELD 12: Personalprozesse planen, steuern und kontrollieren

1	Aufgaben des Personalmanagements	460
2	Ziele des Personalmanagements	461
2.1	Optimale Deckung des Personalbedarfs	461
2.2	Optimierung des Personalaufwands	461
2.3	Optimierung der Personalleistung	462
2.3.1	Leistungsfähigkeit (Eignung, Qualifikation, Kompetenz)	462
2.3.2	Leistungsdisposition (körperliche Leistungsbereitschaft)	463
2.3.3	Leistungsmotivation (psychologische Leistungsbereitschaft, Leistungswilligkeit)	463
2.3.4	Zusammenhang der Ziele	464

3	Einordnung des Personalmanagements	465	7.4.2	Entwicklungsmaßnahmen am Arbeitsplatz	517
3.1	Organisatorische Eingliederung	465	7.4.3	Entwicklungsmaßnahmen in der Nähe des Arbeitsplatzes	518
3.2	Personalaufgaben als Querschnittsaufgaben	466	7.4.4	Entwicklungsmaßnahmen außerhalb des Arbeitsplatzes	519
3.3	Personalprozesse als Supportprozesse	466	7.5	Planung der Personalentwicklung	519
4	Personaldaten und ihre Auswertung	466	7.5.1	Planung der Entwicklungsmaßnahmen	519
4.1	Personalakte	466	7.5.2	Planung der Teilnahme an Maßnahmen	520
4.2	Personalinformationssystem	468	8	Personalabbaumanagement	521
4.3	Personalstatistik und Personalcontrolling	470	8.1	Notwendigkeit von Personalfreisetzungen	521
4.4	Personalbestandsanalysen – eine Aufgabe des Personalcontrollings	472	8.2	Kündigung	521
5	Personalbeschaffungsmanagement	476	8.3	Kündigungsschutz	522
5.1	Personalbedarfsplanung	477	8.3.1	Sozial ungerechtfertigte Kündigungen	522
5.1.1	Personalbedarf	477	8.3.2	Anhörungs- und Widerspruchsrecht des Betriebsrats	523
5.1.2	Quantitative Bedarfsplanung	477	8.3.3	Klage vor dem Arbeitsgericht	524
5.1.3	Qualitative Bedarfsplanung	479	8.3.4	Arbeitszeugnis	525
5.1.4	Zeitpunkt des Personalbedarfs	479	8.4	Vorgehen bei umfangreichen Personalfreisetzungen	526
5.2	Personalentwicklung	480	9	Personalführung	529
5.3	Personalanwerbung	481	9.1	Zielorientierte Menschenführung	529
5.3.1	Mögliche Personalbeschaffungswege	481	9.2	Führungsstile	529
5.3.2	Interne Personalbeschaffung	482	9.2.1	Arten von Führungsstilen	529
5.3.3	Externe Personalbeschaffung	483	9.2.2	Beurteilung der Führungsstile	530
5.3.4	Personalauswahl	485	9.2.3	Einführung eines kooperativen Führungsstils	530
5.3.5	Diskriminierungsverbot	488	9.3	Konfliktmanagement	532
5.3.6	E-Recruiting	489	9.3.1	Konflikte	532
5.4	Einstellung/Stellenbesetzung	490	9.3.2	Konfliktarten	532
5.5	Einarbeitung	490	9.3.3	Konfliktregelung	535
5.6	Rechtliche Aspekte des Arbeitsverhältnisses	491	10	Arbeitsstudien und Arbeitsentgelte	537
5.6.1	Arbeitsvertrag	491	10.1	Arbeitsstudien	537
5.6.2	Arbeitsgesetze	492	10.1.1	Ziel von Arbeitsstudien	537
5.6.3	Tarifvertragliche Regelungen	493	10.1.2	Arbeitsablaufstudien	538
5.6.4	Betriebsvereinbarungen	493	10.2	Arbeitszeitstudien	540
5.7	Vollmachten	496	10.3	Personalkosten: Arten, Beeinflussbarkeit	543
5.7.1	Prokura	496	10.4	Arbeitswertstudien	544
5.7.2	Handlungsvollmacht	498	10.4.1	Anforderungen an Arbeitsplätzen	544
6	Personaleinsatzmanagement	500	10.4.2	Anforderungsarten, -niveau, -struktur	545
6.1	Aufgabe der Personaleinsatzplanung	500	10.4.3	Methoden der Arbeitsbewertung	547
6.2	Qualitativer Personaleinsatz	501	10.5	Anforderungsgerechtigkeit und Leistungsgerechtigkeit	550
6.3	Quantitativer Personaleinsatz	501	10.6	Zeitlohn	552
6.4	Arbeitszeitmodelle	502	10.7	Akkordlohn	553
6.4.1	Arbeitszeit	502	10.7.1	Geldakkord	553
6.4.2	Arbeitszeitmanagement	503	10.7.2	Zeitakkord	554
6.4.3	Schichtarbeit	504	10.7.3	Gruppenakkord	555
6.4.4	Gleitende Arbeitszeit	504	10.8	Prämienlohn	556
6.4.5	Teilzeitmodelle	505	10.9	Sozialgerechtigkeit: Soziallohn	556
6.4.6	Verteilung der Arbeitszeit	507	10.10	Provision	557
7	Personalentwicklungsmanagement	510	10.11	Gewinnbeteiligung	557
7.1	Instrumente der Personalentwicklung	510	10.12	Personalaufwendungen	560
7.2	Laufbahnpläne	511	10.13	Lohn- und Gehaltsbuchführung	561
7.3	Beurteilung	512	10.14	Lohn- und Gehaltsabrechnung	561
7.3.1	Beurteilungsanlässe	512	10.14.1	Bruttobezüge	562
7.3.2	Vorgehen bei der Beurteilung	513	10.14.2	Steuerabzüge	562
7.3.3	Beurteilungsfehler	513	10.14.3	Sozialversicherungsabzüge	567
7.3.4	Beurteilungs- und Fördergespräch	514	10.14.4	Ermittlung der Nettozahlung	568
7.4	Personalentwicklungsmaßnahmen	516			
7.4.1	Überblick	516			

SECHSTER ABSCHNITT

Absatzmanagement**RAHMENLEHRPLAN****LERNELD 3:** Kundenaufträge bearbeiten und überwachen**LERNFELD 7:** Logistik- und Lagerprozesse koordinieren, umsetzen und überwachen**LERNELD 9:** Marketingkonzepte planen und umsetzen

1	Stellung des Marketings im Unternehmen	570	5	Leistungspolitik	601
1.1	Absatz und Marketing	570	5.1	Produktpolitik	601
1.2	Customer-Relationship-Management (CRM)	571	5.1.1	Erkenntnisse anhand von Produktlebenszyklus- und Portfolioanalyse	601
1.3	Marketingorganisation	573	5.1.2	Produktinnovation	603
1.3.1	Funktionsorientierte Marketingorganisation	574	5.1.3	Produktgestaltung	604
1.3.2	Produktorientierte Marketingorganisation	574	5.1.4	Produktvariation	604
1.3.3	Kundenorientierte Marketingorganisation	575	5.1.5	Produktelimination	605
1.3.4	Gebietsorientierte Marketingorganisation	576	5.2	Programmpolitik	606
1.3.5	Prozessorganisation	576	5.3	Markenpolitik und Servicepolitik	609
1.4	Marketingkonzeption	578	5.3.1	Markenpolitik	609
2	Marktforschung	578	5.3.2	Servicepolitik	610
2.1	Begriff und Aufgaben der Marktforschung	579	6	Distributionspolitik	611
2.2	Methoden der Marktforschung	580	6.1	Überblick: Absatzorgane	612
2.2.1	Sekundärforschung	580	6.2	Werkseigener Absatz	612
2.2.2	Primärforschung	580	6.3	Werkseigener Absatz	615
2.3	Forschungsgebiete	582	6.4	Ausgliederter Absatz	617
2.3.1	Erforschung der Marktsituationen	582	6.5	Absatzwege (Vertriebswege)	621
2.3.2	Erforschung der Kunden	583	6.6	Physische Distribution (Absatzlogistik)	624
2.3.3	Erforschung der Konkurrenz	584	6.6.1	Lagersysteme	624
2.3.4	Erforschung des Umfeldes	584	6.6.2	Transportentscheidungen	626
2.4	Projektphasen einer Marktanalyse	585	7	Kontrahierungspolitik – Preise und Konditionen	630
2.5	Auswertung von Marktforschungsinformationen (Beispiel SWOT-Analyse)	586	7.1	Aufgaben der Preis- und Konditionenpolitik	630
2.6	Absatzprognose	587	7.2	Wirkung von Preisänderungen auf Nachfrage und Umsatz	630
2.6.1	Prozess der Absatzprognose	587	7.2.1	Preisempfindlichkeit der Nachfrage	630
2.6.2	Arten der Absatzprognose	588	7.2.2	Preiselastizität der Nachfrage	631
3	Marketingziele und Marketingstrategien	592	7.3	Arten der Preissetzung	632
3.1	Marketingziele	592	7.3.1	Kostenorientierte Preissetzung	632
3.2	Marketingstrategien	595	7.3.2	Nachfrage- und konkurrenzorientierte Preissetzung	632
3.2.1	Wahl der Geschäftsfelder	595	7.4	Preisstellungssysteme	634
3.2.2	Marktsegmentierungsstrategien	595	7.4.1	Bruttosystem	635
3.2.3	Wachstumsstrategien	596	7.4.2	Nettosystem	635
3.2.4	Rückzugsstrategien	597	7.5	Preisstrategien	636
3.2.5	Wettbewerbsstrategien	598	7.5.1	Preisdifferenzierung	636
4	Überblick über die Marketinginstrumente	599	7.5.2	Dynamische Preisgestaltung	636
4.1	Arten der Marketinginstrumente	599	7.5.3	Preispositionierung	637
4.2	Marketinginstrumente und Absatzplanung	600	7.6	Konditionenpolitik	637
4.3	Marketing-Mix	600	8	Kommunikationspolitik	639
			8.1	Meinungswerbung	639
				(Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit)	639
			8.2	Sponsoring	639
			8.3	Absatzwerbung	640
			8.3.1	Ziele und Aufgaben der Absatzwerbung	640
			8.3.2	Werbemittel, Werbeelemente und Werbemedien	641
			8.3.3	Werbegrundsätze	642
			8.3.4	Elemente der Werbeplanung	643
			8.3.5	Werbekampagne	644
			8.3.6	Kontrolle des Werbeerfolgs	644
			8.4	Verkaufsförderung (Salespromotion)	645
			8.5	Direct Marketing	646
			8.6	Event-Marketing	646
			8.7	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	646

9	Marketing-Konzeption von Metallweb e. K.	650	2	Investitionsmanagement	708
9.1	Strategische Ziele	650	2.1	Investitionsplanung	708
9.2	Marketingstrategien	651	2.2	Ermittlung des Kapitalbedarfs	712
9.3	Marketinginstrumente im Marketing-Mix	652	2.2.1	Kapitalbedarf für das Anlagevermögen	712
10	Kundennahe Geschäftsprozesse¹	655	2.2.2	Kapitalbedarf für das Umlaufvermögen	713
10.1	Kundenmanagement	656	2.3	Investitionsrechnungen	715
10.2	Kudentypen	656	2.3.1	Dynamische und statische Investitionsrechnungen	715
10.3	Kundengewinnung	657	2.3.2	Kostenvergleichsrechnung	715
10.3.1	Begriff und Instrumente der Kundengewinnung	657	2.3.3	Gewinnvergleichsrechnung	718
10.3.2	Kundengewinnungsprozess	658	2.3.4	Rentabilitätsvergleichsrechnung	719
10.4	Kundenauftragsbearbeitungsprozess	660	2.3.5	Amortisationsvergleichsrechnung	721
10.5	Online-Verkauf	664	2.4	Investitionscontrolling	722
10.6	Versandlogistik	665	3	Finanzierungsarten	724
10.6.1	Versand als logistisches Problem	665	3.1	Entscheidungskriterien; Finanzierungsplan	724
10.6.2	Kommissionierung	666	3.2	Außenfinanzierung mit Eigenkapital (Einlagenfinanzierung)	725
10.6.3	Verpackung	667	3.2.1	Gesetzliche Vorschriften zur Mittelzuführung	725
10.6.4	Güterbeförderung	669	3.2.2	Beurteilung der Außenfinanzierung mit Eigenkapital	726
10.6.5	Aufgaben des Spediteurs	672	3.2.3	Private Equity	727
10.7	Nichtannahme der Kaufsache	675	3.3	Außenfinanzierung mit Fremdkapital (Kreditfinanzierung)	728
10.8	Zahlungsvorgänge	677	3.3.1	Kredit	729
10.8.1	Bargeldzahlung	677	3.3.2	Bonitätsprüfung	729
10.8.2	Halbbare Zahlung	677	3.3.3	Kreditsicherung – Personal- und Realkredit	732
10.8.3	Bargeldlose Zahlung	677	3.3.4	Verstärkte Personalkredite	733
10.9	Debitorenmanagement	681	3.3.5	Realkredite	736
10.9.1	Debitorenkonten	681	3.3.6	Kurzfristige Kreditfinanzierung	743
10.9.2	Prüfen und Buchen des Zahlungseingangs	681	3.3.7	Langfristige Kreditfinanzierung	748
10.9.3	Mahnlauf	683	3.3.8	Beurteilung der Kreditfinanzierung	750
10.9.4	Zahlungsverzug	684	3.4	Innenfinanzierung	752
10.9.5	Gerichtliches Mahnverfahren	685	3.4.1	Innenfinanzierung mit Eigenkapital	752
10.9.6	Klageverfahren	687	3.4.2	Innenfinanzierung mit Fremdkapital	754
10.9.7	Verjährung von Forderungen	690	3.4.3	Beurteilung der Innenfinanzierung	755
10.10	Kundenbindung und Serviceprozesse	692	3.5	Leasing als Finanzierungsalternative	756
10.10.1	Kundenbindungsmaßnahmen	692	4	Finanzplanung und Finanzcontrolling	759
10.10.2	Serviceprozesse	693	4.1	Finanzplanung und Finanzierungsziele	759
11	Marketingcontrolling	696	4.2	Finanzierungsregeln (Finanzierungsgrundsätze)	760
11.1	Strategisches Marketingcontrolling	696	4.3	Aufstellung von Finanzplänen	761
11.2	Operatives Marketingcontrolling	697	4.4	Instrumente des Finanzcontrollings	762
11.2.1	Gegenstände und Instrumente	697	4.4.1	Bilanzkennzahlen	763
11.2.2	Marketingkennzahlen	697	4.4.2	Bewegungsbilanz	766
			4.4.3	Kennzahlen zur Beurteilung der Ertragskraft des Kapitals (Rentabilität)	768
			4.4.4	Kennzahlen für die Innenfinanzierungskraft des Unternehmens	772
				Abkürzungsverzeichnis	775
				Sachwortverzeichnis	777
				Bildquellenverzeichnis	790
1	Finanzierung und Investition	703			
1.1	Geschäftsprozesse	703			
1.2	Finanzierung und Investition im Unternehmenskreislauf	703			
1.3	Bilanz: Spiegel von Investition und Finanzierung	705			
1.3.1	Passivseite (Finanzierungsseite)	705			
1.3.2	Aktivseite (Investitionsseite)	706			

SIEBTER ABSCHNITT

**Investitions- und Finanzmanagement
RAHMENLEHRPLAN**

LERNFELD 10: Jahresabschluss vorbereiten, auswerten und für Finanzierungsentscheidungen nutzen