

# Inhalt

<b>Einleitung</b>	<b>8</b>
<b>DER AUFBAU VON UNTERNEHMEN</b>	<b>10</b>
<b>Rechtsformen</b>	<b>12</b>
Einzel- und kleine Unternehmen	14
Beschränkte Haftung	16
Privateigentum oder Aktiengesellschaft	18
Multinationale Konzerne	20
Franchise-Unternehmen	22
Gemeinnützigkeit	24
<b>Start-up-Unternehmen</b>	<b>26</b>
Vom Konzept zur Gründung	28
Start-up-Varianten	30
Businessplan	32
Finanzierung	34
Business-Acceleratoren und -Inkubatoren	38
<b>Kauf und Verkauf</b>	<b>40</b>
Fusionen und Übernahmen	42
Spaltungen	44
Vertikale und horizontale Integration	46
Management-Buy-in oder -Buy-out	48
<b>Funktionen im Unternehmen</b>	<b>50</b>
Aufsichtsrat	52
Hierarchieebenen	56
Interessengruppen	60
Unternehmenskultur	64

# FINANZEN IN UNTERNEHMEN

98

<b>Unternehmensstrukturen</b>	<b>66</b>
Abteilungsstruktur	68
Bereichsstruktur	70
Matrixstruktur	72
Netzwerkstruktur	74
Teamstruktur	76
<b>Personalwesen</b>	<b>78</b>
Der Human-Resources- Management-Zyklus	80
Stellenausschreibung und Auswahl	82
Leistungsbeurteilung	84
Motivation und Belohnung	86
Führungsstrategien und Führungsstile	88
Maßnahmen zum Aufbau guter Teams	90
Beziehungen und Kommunikation	92
Projektmanagement	94
Verhandlungsstrategien	96

<b>Rechnungswesen</b>	<b>100</b>
Der Buchungskreislauf	102
Finanzdokumente	104

<b>Finanzbuchführung</b>	<b>110</b>
Internationale Standards bei der Rechnungslegung	112
Gewinn- und Verlustrechnung	114
Bilanz	116
Kapitalflussrechnung	120
Ökologische Buchhaltung	122
Abschreibungen	124
Immaterielle Güter und Rohstoffe	128

<b>Controlling</b>	<b>130</b>
Kapitalfluss	132
Budgets	136
Vermögenswerte	138
Kosten	140
Kalkulation und Preisgestaltung	142

<b>Leistungsmessung</b>	<b>144</b>
Leistungskennzahlen	146
Finanzkennzahlen	148
Prognosen	150
Aufdecken von Betrug	152

<b>Finanzmittel und Kapital</b>	<b>154</b>
Interne Finanzmittel	156
Externe Finanzmittel	158
Börsengang	160
Aktien und Dividenden	164
Der Kapitalmarkt	170
Fremdkapital und finanzielles Risiko	174

## **MARKETING UND VERTRIEB 176**

### **Marketing-Mix 178**

Produkt	180
Produktpositionierung	182
Produktlebenszyklus	184
Preis	186
Platzierung	188
Promotion	190
Marktforschung	192
Marktsegmentierung	194

### **Absatzmethoden 196**

Nische oder Masse	198
Bewährtes Marketing	200
Digitales Marketing	202
Engagement-Marketing	204
Sensorik-Marketing	206
Beziehungsmarketing	208

### **Outbound-Marketing 210**

Traditionelle Werbung	212
Werbung im Internet	214
Direktwerbung	216
Telemarketing	218

### **Inbound-Marketing 220**

Outbound- gegen Inbound-Marketing	222
Blogs	224
Social-Media-Marketing	228
Suchmaschinenoptimierung	230

### **Geschäftsentwicklung 232**

Branding und Rebranding	234
Adressgenerierung	236
Lead-Konvertierung	238
Kundenbindung	240
Return on Marketing Investment	242
Intellektuelles Kapital	244

### **Informationsmanagement 246**

Business-Intelligence	248
Business-Analytics	250
Marketing und IT	252
Sammeln von Verbraucherdaten	254
Data-Warehouse	256
Kundenprofile	258
Big Data	262
Customer-Relationship-Management	264
Gesetze und Vorgaben	266

## **BETRIEBSABLÄUFE UND PRODUKTION**

**268**

**Informationen zu  
Deutschland  
Register  
Dank**

**336  
344  
351**

### **Fertigung und Produktion 270**

Einzelanfertigung	272
Chargenproduktion	274
Serienproduktion	276
Massenanpassung	278
Dauerproduktion	280
Hybridverfahren	282

### **Management 284**

Größenvorteile und Größennachteile	286
Lean Production	288
Just in time	290
Total-Quality-Management	292
Management auf Zeitbasis	294
Agile Produktion	296
Kaizen	298

### **Produkt 300**

Entwicklung eines neuen Produkts	302
Innovation und Erfindungsgeist	304
Design	306
Qualitätsmanagement	308
Produkt-Prozess-Matrix	310

### **Kontrolle 312**

Kapazitätsmanagement	314
Inventar	316
Qualitätskontrolle	318
Six Sigma	320

### **Lieferkette 322**

Wertschöpfungskette	324
Outsourcing	326
Offshoring	328
Rücknahmekette	330
Benchmarking	332
Corporate Social Responsibility	334