

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>1</b>	<b>Einführung: Warum ein Ökonomie-Buch für Mediziner?</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Der Ökonom, das unbekannte Wesen</b>	<b>5</b>
2.1	„Who is who“ in der Ökonomie?	6
2.1.1	Abgrenzung der Betriebswirtschaftslehre	6
2.1.2	Studium und Berufsbezeichnungen	8
2.1.3	Weitere Abschlüsse als Betriebswirt	9
<b>3</b>	<b>Grundlagen der Unternehmung</b>	<b>11</b>
3.1	Grundsätzliches – profitabel, rentabel oder ökonomisch?	12
3.1.1	Das ökonomische Prinzip	12
3.1.2	Grundbegriffe – Produktivität und Co.	14
3.1.3	Grundprinzipien und Analysemethoden – der Werkzeugkasten des Ökonomen	17
3.2	Rechtliches und Politisches	21
3.2.1	Rechtsformen – egal, was oben drauf steht?	21
3.2.2	SGB und andere – Spielregeln für alle Spieler	25
3.2.3	Krankenhausfinanzierung – wie viel Krankenhaus zahlt das Land?	28
3.3	Produktionsgrundsätze	29
3.3.1	Produktion – was hat das mit Medizin zu tun?	29
<b>4</b>	<b>Unternehmensführung</b>	<b>35</b>
4.1	Aufbau und Organisation – wer ist wessen Boss, oder geht es anders?	36
4.2	Management – ist der „Saal der fliegenden Messer“ noch zeitgemäß?	39
4.3	Personalwirtschaft – wie viel Personal braucht man wirklich?	43
4.3.1	Die Arbeitsplatzmethode	45
4.3.2	Die Kennzahlenmethode	45
4.3.3	Die Kostenmatrix bzw. das DRG-Verfahren	45
<b>5</b>	<b>Rechnungswesen – rund um die Finanzen</b>	<b>47</b>
5.1	Nicht nur im Krankenhaus interessant – eine Einführung	48
5.1.1	Aufwand und Ertrag – die Begriffe des Externen Rechnungswesens	50
5.1.2	Kosten und Leistungen – die Begriffe des Internen Rechnungswesens	50
5.2	Internes Rechnungswesen	51
5.2.1	Die Freiheit des Internen Rechnungswesens	51
5.2.2	Die Kostenrechnung – viele Wege führen nach Rom	54
5.3	Externes Rechnungswesen	62
5.3.1	Die Bilanz – immer die Waage halten	63
5.3.2	Die Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)	64
5.3.3	Jahresabschlussanalyse – die Suche nach der Wahrheit	65
<b>6</b>	<b>Controlling und Kennzahlen</b>	<b>69</b>
6.1	„Who is who“ im Controlling?	70
6.2	Wie lässt sich mit Kennzahlen steuern?	71

6.2.1	Die Kennzahl .....	71
6.2.2	Benchmarking – Messen mit dem Besten .....	74
6.3	<b>Strategisches Controlling: Beispiel „Balanced Scorecard“ (BSC) .....</b>	<b>78</b>
6.3.1	Finanzperspektive .....	78
6.3.2	Kundenperspektive .....	79
6.3.3	Prozessperspektive .....	79
6.3.4	Lern- und Entwicklungsperspektive .....	80
<b>7</b>	<b>Finanzierung und Investition .....</b>	<b>81</b>
7.1	Einführung .....	82
7.2	Außenfinanzierung versus Innenfinanzierung .....	84
7.3	Eigenfinanzierung versus Fremdfinanzierung .....	85
7.4	Investitionsbegriff .....	86
7.5	Investitionsarten .....	86
7.6	Investitionsrechnung .....	87
<b>8</b>	<b>Marketing – was hat das mit Gesundheit zu tun? .....</b>	<b>91</b>
8.1	Grundbegriffe – was Marketing eigentlich ist .....	92
8.1.1	Marketing – Produkte zum Markt bringen .....	92
8.1.2	Der Markt .....	94
8.1.3	Marketing-Mix .....	95
8.1.4	Produktlebenszyklus .....	97
8.1.5	Preisbildung und Preiskonzepte .....	97
8.2	Strategisches Marketing – mehr als Werbung .....	99
8.3	PR und Kommunikation – was Sie vielleicht für Marketing hielten .....	100
8.4	Corporate Identity & Co. – „We are family“ .....	102
8.5	Online-Kommunikation – virtuelle Krankenhäuser und Cyber-Ärzte .....	104
	<b>Serviceteil .....</b>	<b>107</b>
	Fallbeispiel – Grundlegendes praktisch angewandt .....	108
	Glossar – zum schnellen Nachlesen .....	111
	Literatur: Good to know .....	115
	Stichwortverzeichnis ... ..	117