

# Inhaltsübersicht

---

## Unternehmen und Umwelt

---

<b>1</b>	<b>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (BWL)</b>	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>Unternehmen im Mittelpunkt</b>	<b>35</b>
<b>3</b>	<b>Strategische Unternehmensführung</b>	<b>53</b>

## Unternehmensbereiche

---

<b>4</b>	<b>Marketing</b>	<b>79</b>
<b>5</b>	<b>Leistungserstellung</b>	<b>115</b>
<b>6</b>	<b>Finanzen</b>	<b>135</b>
<b>7</b>	<b>Organisation</b>	<b>159</b>
<b>8</b>	<b>Personal</b>	<b>179</b>

## Vertiefung

---

<b>9</b>	<b>Businessplan</b>	<b>201</b>
<b>10</b>	<b>Banken und Versicherungen</b>	<b>221</b>
<b>11</b>	<b>Betriebswirtschaftliche Methoden</b>	<b>249</b>
<b>12</b>	<b>Themen der Betriebswirtschaftslehre</b>	<b>275</b>

# Inhaltsverzeichnis

---

## Teil I Unternehmen und Umwelt

---

<b>1</b>	<b>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (BWL)</b>	<b>13</b>
1.1	Wirtschaft als Teil der Gesellschaft	15
1.2	Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft	16
1.3	Struktur der Schweizer Wirtschaft	20
1.4	Kriterien zur Unterscheidung von Unternehmen	22
1.5	Unternehmensziele	26
	Zielbildung und -gliederung	26
	Zielbeziehungen	26
	Kennzahlen	27
1.6	Standortwahl	28
	Standortfaktoren	28
	Nutzwertanalyse (NWA)	28
<b>2</b>	<b>Unternehmen im Mittelpunkt</b>	<b>35</b>
2.1	Unternehmensmodell	37
	Modelle	37
	Anspruchsgruppen und Umweltsphären	37
2.2	Unternehmen als System	42
	Funktionen im Unternehmen	42
	Strategische Unternehmensführung	44
	Prozessfunktionen	45
	Querschnittsfunktionen	47
<b>3</b>	<b>Strategische Unternehmensführung</b>	<b>53</b>
3.1	Einführung in die strategische Unternehmensführung	55
3.2	Strategische Grundsätze	56
	Vision	56
	Werte	57
	Leitbild	57
	Corporate Social Responsibility	58

<b>3.3</b>	<b>Strategische Planung</b>	<b>61</b>
<b>3.4</b>	<b>Analyse der Ausgangslage</b>	<b>62</b>
	Unternehmensanalyse	62
	Umweltanalyse	65
	Strategische Analyse	66
<b>3.5</b>	<b>Entwicklung der Unternehmensstrategie</b>	<b>67</b>
	Unternehmensziele	67
	Produkt-Markt-Matrix	68
	Wettbewerbsstrategien	70
<b>3.6</b>	<b>Umsetzung der Unternehmensstrategie</b>	<b>72</b>
<b>3.7</b>	<b>Evaluation</b>	<b>73</b>

## **Teil II Unternehmensbereiche**

---

<b>4</b>	<b>Marketing</b>	<b>79</b>
<b>4.1</b>	<b>Einführung</b>	<b>81</b>
<b>4.2</b>	<b>Markt- und Leistungsanalyse</b>	<b>82</b>
	Marktanalyse	82
	Leistungsanalyse	86
<b>4.3</b>	<b>Marktforschung</b>	<b>90</b>
	Einführung	90
	Methoden der Marktforschung	91
<b>4.4</b>	<b>Produkt- und Marktziele</b>	<b>94</b>
<b>4.5</b>	<b>Marketing-Mix</b>	<b>96</b>
	Produkt	96
	Preis	100
	Vertrieb	102
	Kommunikation	104
<b>5</b>	<b>Leistungserstellung</b>	<b>115</b>
<b>5.1</b>	<b>Überblick</b>	<b>117</b>
<b>5.2</b>	<b>Beschaffung</b>	<b>120</b>
<b>5.3</b>	<b>Produktion</b>	<b>124</b>
	Programmplanung	124
	Vollzugsplanung	126
	Netzplantechnik für die Terminplanung	127
<b>5.4</b>	<b>Lager und Distribution</b>	<b>129</b>

<b>6</b>	<b>Finanzen</b>	<b>135</b>
6.1	<b>Finanzierung</b>	<b>137</b>
	Finanzmanagement	137
	Arten der Finanzierung	138
6.2	<b>Rechnungswesen</b>	<b>142</b>
	Finanzbuchhaltung	143
	Betriebsbuchhaltung	148
	Ergänzende Berichte	152
<b>7</b>	<b>Organisation</b>	<b>159</b>
7.1	<b>Einleitung</b>	<b>161</b>
7.2	<b>Ablauforganisation</b>	<b>162</b>
7.3	<b>Aufbauorganisation</b>	<b>163</b>
	Einleitung	163
	Organisationsformen	165
7.4	<b>Zusammenarbeit mehrerer Unternehmen</b>	<b>172</b>
	Kooperation	172
	Konzentration	173
<b>8</b>	<b>Personal</b>	<b>179</b>
8.1	<b>Grundlagen des Personalmanagements</b>	<b>181</b>
8.2	<b>Personalbedarf und Personalrekrutierung</b>	<b>184</b>
	Personalauswahl	184
8.3	<b>Personalbeurteilung und Personalentwicklung</b>	<b>186</b>
	Das Mitarbeitergespräch	186
	Personalentwicklung	188
8.4	<b>Personalerhaltung</b>	<b>189</b>
	Anreizstrukturen	189
	Motivationstheorien	190
	Arbeitszeitmodelle	192
	Personalentlohnung	193
8.5	<b>Personalaustritt</b>	<b>194</b>
	Das Arbeitszeugnis	194

### **Teil III Vertiefung**

<b>9</b>	<b>Businessplan</b>	<b>201</b>
9.1	<b>Was ein Businessplan ist</b>	<b>203</b>
9.2	<b>Wozu man einen Businessplan braucht</b>	<b>204</b>
	Start-ups	205

9.3	<b>Struktur und Form eines Businessplans</b>	206
9.4	<b>Praxisbeispiel I: Das Lernprogramm «myidea»</b>	210
9.5	<b>Praxisbeispiel II: VEG and the City</b>	213
<b>10</b>	<b>Banken und Versicherungen</b>	<b>221</b>
10.1	<b>Bankgeschäfte</b>	223
	Grundsätze des Kreditgeschäfts	223
	Ablauf eines Kreditgeschäfts	225
	Kreditarten	228
	Weitere Bankgeschäfte	231
10.2	<b>Anlagestrategien</b>	234
	Formen der Geldanlage	235
	Börse	239
10.3	<b>Versicherungen</b>	240
<b>11</b>	<b>Betriebswirtschaftliche Methoden</b>	<b>249</b>
11.1	<b>Einführung</b>	251
11.2	<b>Recherche</b>	253
	Informationen gewinnen	253
	Zahlen visualisieren	253
11.3	<b>Lösungssuche</b>	256
	Ideen suchen und strukturieren	256
	Mögliche Lösungen bewerten	258
11.4	<b>Entscheid und Umsetzung</b>	262
11.5	<b>Anwendungsbeispiel: Schweizer Möbelmarkt</b>	264
	Recherche	264
	Lösungssuche	266
<b>12</b>	<b>Themen der Betriebswirtschaftslehre</b>	<b>275</b>
12.1	<b>Geschichte der Betriebswirtschaftslehre</b>	277
12.2	<b>Aktuelle Themen der Betriebswirtschaftslehre</b>	278
12.3	<b>Herausragende Schweizer BWL-Beiträge</b>	281
<b>13</b>	<b>Glossar und Stichwortverzeichnis</b>	<b>285</b>
	<b>Glossar</b>	286
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	294