

Inhaltsverzeichnis

Lernfeld 6 Leistungserstellung planen, steuern und kontrollieren



LS 1	1	Überblick über die Prozesse der Leistungserstellung	17
	2	Ordnungsrahmen des Leistungsprogramms	19
	2.1	Aufgaben der Leistungserstellung	19
	2.2	Ziele im Rahmen der Leistungserstellung	19
	2.3	Produktprogramm und Produktionsprogramm	20
	2.3.1	Begriffe	20
	2.3.2	Produktprogramm aus produktionswirtschaftlicher und absatzwirtschaftlicher Sicht	21
	2.4	Auswirkungen veränderter Kundenbedürfnisse auf die Leistungserstellung	22
LS 2	3	Einrichtung der Fertigungstechnik	26
	3.1	Fertigungsverfahren nach der Häufigkeit der Prozesswiederholung	26
	3.1.1	Einzelfertigung	26
	3.1.2	Serienfertigung	27
LS 3	3.1.3	Massenfertigung	31
	3.2	Fertigungsverfahren nach dem Grad der Automatisierung	31
	3.2.1	Handarbeit	31
	3.2.2	Maschinenarbeit	32
	3.2.3	Automatisierung	32
	3.3	Fertigungsverfahren nach der Anordnung der Betriebsmittel	33
	3.3.1	Werkstattfertigung	33
	3.3.2	Fließfertigung	34
	3.3.2.1	Reihenfertigung	34
	3.3.2.2	Fließbandfertigung	35
	3.3.3	Gruppenfertigung (Inselfertigung)	36
	3.4	Fertigungsverfahren unter dem Aspekt der Digitalisierung	40
	3.5	Fertigungsverfahren unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit	47
	3.5.1	Beziehungen zwischen Ökonomie und Ökologie bei der Leistungserstellung	47
	3.5.2	Lösungsansätze für die Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette	47
	3.6	Fertigungsverfahren unter dem Aspekt des Gesundheitsschutzes	49
	3.6.1	Arbeitsbedingungen und Arbeitsleistung im Industriebetrieb	49
	3.6.2	Maßnahmen zur Arbeitsstrukturierung als Beitrag zum Gesundheitsschutz	51
LS 4	4	Teilprozesse der Produktentstehung	54
	4.1	Produktplanung	54
	4.1.1	Anstoß zur Produktplanung	54
	4.1.2	Ideengewinnung	56
	4.1.3	Ideenbewertung und Ideenauswahl	58
	4.2	Forschung und Entwicklung	59
	4.3	Produktgestaltung	61
	4.3.1	Produktgestaltung und Kostenentwicklung	61
	4.3.2	Produktgestaltung und Lebensphasen eines Produkts	61
	4.4	Rechtsschutz der Erzeugnisse	64
	4.5	Produkthaftung	66

	4.6	Erstellung von Produktdokumenten	69
LS 5	4.6.1	Ziel der Produktdokumentation	69
	4.6.2	Konstruktionszeichnung	70
	4.6.3	Erzeugnisstruktur (Strukturbaum)	73
	4.6.4	Basisstücklisten	74
	4.6.5	Basisarbeitsplan	80
	5	Teilprozesse der Produktionsplanung	84
	5.1	Produktionsplanung im Überblick	84
	5.2	Entscheidung über Eigenfertigung oder Fremdbezug (Make or Buy)	85
LS 6	5.3	Bedarfsplanung	88
LS 7	5.3.1	Bestandsarten	88
	5.3.2	Bedarfsarten	92
	5.3.3	Verfahren der Bedarfsermittlung	92
	5.3.3.1	Bruttobedarfsrechnung	92
	5.3.3.2	Nettobedarfsrechnung	94
	5.4	Produktionsterminplanung (Ermittlung der Vorlaufzeiten)	99
LS 8, 9	5.4.1	Aufgaben und Planungshorizonte der Produktionsterminplanung	99
	5.4.2	Mittelfristige Terminplanung	100
	5.5	Bündelung der Bedarfe zu Losen (optimale Losgröße)	104
	5.6	Kapazitätsbelegungsplanung und Kapazitätsabgleich	106
LS 10, 11	5.7	Auftragsfolgediagramm und Maschinenbelegungsplan	108
LS 12	5.8	Netzplantechnik zur Terminierung von einmaligen und komplexen Leistungen (Projekten)	112
	5.8.1	Einführung	112
	5.8.2	Ablauf des Verfahrens	113
	5.8.3	Darstellungsmöglichkeiten	113
	5.8.4	Vorteile der Netzplantechnik	117
	6	Teilprozesse der Produktionssteuerung	120
	6.1	Produktionssteuerung im Überblick	120
	6.2	Fertigungsveranlassung und Fertigungsdokumente	121
	6.3	Fertigungsüberwachung (Auftragsverfolgung) mithilfe der Betriebsdatenerfassung	121
	6.4	Umgang mit Produktionsstörungen	122
	6.5	Zuteilung der Erzeugnisse zum Kundenauftrag	124
	7	Teilprozesse des Produktionscontrollings	125
	7.1	Aufgaben und Umsetzung des Produktionscontrollings	125
	7.2	Beurteilung des Leistungserstellungsprozesses anhand von Kennzahlen	126
LS 13	7.2.1	Statische Kennzahlen	126
	7.2.2	Kennzahlen zur Beurteilung der Prozessqualität	127
	7.3	Maßnahmen zur Rationalisierung	130
	7.3.1	Begriff, Anlässe und Ziele der Rationalisierung	130
	7.3.2	Einzelkonzepte der Rationalisierung	131
	7.3.2.1	Ersatz unwirtschaftlicher Anlagen	131
	7.3.2.2	Rationalisierung durch Standardisierung von Teilen, Baugruppen und Erzeugnissen (partielle Massenfertigung als traditionelles Konzept der Rationalisierung)	131
	7.3.3	Ganzheitliche Rationalisierungskonzepte	135
	7.3.3.1	Kanban-Verfahren	135
	7.3.3.2	Lean Production	136

7.4	Unterstützende kostenrechnerische Verfahren	138
7.4.1	Zusammenhang zwischen Beschäftigungsschwankungen und Kostenverhalten	138
7.4.1.1	Begriffe Kapazität und Beschäftigungsgrad	138
7.4.1.2	Änderung der Produktionsmenge und deren Auswirkung auf die Kosten	139
7.4.2	Gewinnschwellenanalyse	148
7.4.2.1	Ermittlung von Gewinnschwelle und Gewinnmaximum	148
7.4.2.2	Bedeutung der Gewinnschwelle für Unternehmen	149
7.4.2.3	Einfluss von Preis- und/oder Kostenänderungen auf die Gewinnschwelle	152
7.4.3	Entscheidung über Eigenfertigung oder Fremdbezug	153
7.5	Qualitätsmanagement	155
7.5.1	Notwendigkeit eines Qualitätsmanagements	155
7.5.2	Begriffe Qualität und Qualitätsmanagement	156
7.5.3	Normenfamilie DIN EN ISO 9000ff.	157
7.5.4	Sicherstellung der kontinuierlichen Verbesserung (Verbesserung der Effizienz der Geschäftsprozesse)	160
7.5.5	Externe Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001:2015	163

LS 14

Lernfeld 7

Logistik- und Lagerprozesse koordinieren, umsetzen und überwachen


LS 1

1	Ziele und Aufgaben der Logistik	165
1.1	Ziele der Logistik	165
1.2	Aufgaben der Logistik	167
1.3	Supply-Chain-Management	170

LS 2-4

2	Grundlagen der Lagerlogistik	176
2.1	Überblick über die logistischen Teilaufgaben	176
2.2	Begriff „Lager“ und Lagerstrategien	176
2.3	Funktionen der Lagerhaltung	177
2.4	Grundsätze ordnungsgemäßer Lagerhaltung	177
2.5	Risiken der Lagerhaltung	178
2.6	Lagerarten	179
2.7	Lagersysteme	181
2.7.1	Lagerbauweisen	181
2.7.2	Lagertechniken und Lagereinrichtungen	182
2.8	Kommissioniermethoden	187
2.8.1	Begriff und Ziele der Kommissionierung	187
2.8.2	Kommissioniermethoden im Überblick	188
2.8.3	Beleghafte und beleglose Kommissionierung	190
2.9	Innerbetriebliche Transportmittel	191

LS 5

3	Maßnahmen zur Optimierung von Logistikkonzepten	196
3.1	Anforderungen der Logistik an die Bereiche Beschaffung, Produktion und Distribution	196
3.2	Auswahl der Lagerstandorte	198
3.2.1	Anzahl der Lagerstufen	198
3.2.2	Kriterien für die optimale Lagerstufenzahl – zentrale und dezentrale Lagerung	198
3.2.3	Auswahl des Lagerstandorts mithilfe der Nutzwertanalyse	200

LS 6, 7	3.3	Fremd- oder Eigenlagerung	202
LS 8	3.4	Verkehrsträger und Transportsysteme	204
	3.4.1	Auswahlkriterien für Verkehrsträger	204
	3.4.2	Arten von Verkehrsträgern	205
	3.4.3	Bewertung der Verkehrsträger mithilfe der Nutzwertanalyse	206
	3.4.4	Vernetzte und autonome Transportsysteme sowie multimodale Verkehrswege	207
	3.5	Auswahl eines Logistikdienstleisters	209
	4	Umsetzung der Maßnahmen zur Optimierung von Logistikkonzepten	218
	4.1	Unterschiede zwischen Logistikdienstleister, Spediteur und Frachtführer	218
	4.2	Warenbegleitpapiere	218
	4.2.1	Überblick über die wichtigsten Warenbegleitpapiere	218
	4.2.2	Digitalisierung von Warenbegleitpapieren zur Optimierung des Logistikkonzepts	220
	4.3	Beachtung von Schutzmaßnahmen	220
	4.3.1	Gefahrstoffverordnung	221
	4.3.2	Sicherheit im Lager	221
	4.3.3	Umweltschutz im Lager	224
LS 9	5	Beurteilung der Lagerhaltung anhand von Lagerkennzahlen	226
	5.1	Begriff Lagerkennzahlen	226
	5.2	Strukturelle Lagerkennzahlen	226
	5.2.1	Durchschnittlicher Lagerbestand	226
	5.2.2	Lagerumschlagshäufigkeit	227
	5.2.3	Durchschnittliche Lagerdauer	228
	5.3	Risiken einer fehlerhaften Lagerplanung	228
	5.4	Wirtschaftlichkeitskennziffern	229
	5.4.1	Lagerzinssatz	229
	5.4.2	Lagerkostensatz	229
	5.4.3	Zusammenhang zwischen sinkender durchschnittlicher Lagerdauer (steigender Umschlagshäufigkeit) und sinkenden Lagerkosten am Beispiel des Lagerzinseszinses	230

Lernfeld 8 Kosten- und Leistungsrechnung zur Vorbereitung unternehmerischer Entscheidungen durchführen

1	Aufgabe des Rechnungswesens	233
2	Abgrenzung zwischen externem und internem Rechnungswesen	233
3	Grundbegriffe des Rechnungswesens	235
3.1	Auszahlungen und Einzahlungen	235
3.2	Ausgaben und Einnahmen	236
3.3	Aufwendungen und Kosten	237
3.3.1	Aufwand, Kosten, Zweckaufwand, Grundkosten, neutraler Aufwand	237
3.3.2	Kalkulatorische Kosten	239
	3.3.2.1 Anderskosten	240
	3.3.2.2 Zusatzkosten	243
3.4	Erträge und Leistungen	244



LS 1

4	Ermittlung von Kosten und Leistungen mithilfe der Abgrenzungsrechnung	249
4.1	Grundstruktur einer Ergebnistabelle	249
4.2	Unternehmensbezogene Abgrenzung: Berücksichtigung der neutralen Aufwendungen und Erträge in der Ergebnistabelle	250
4.3	Kostenrechnerische Korrekturen: Berücksichtigung der kalkulatorischen Kosten in der Ergebnistabelle	253
4.4	Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens in der Ergebnistabelle	257
4.5	Erstellung und Auswertung einer vollständigen Ergebnistabelle	258

LS 2

5	Verursachungsgerechte Weiterverrechnung der Kosten auf Kostenstellen und Kostenträger (Kostenartenrechnung)	262
5.1	Gliederung der Kosten nach der Art der Zurechenbarkeit auf die Kostenträger	262
5.2	Gliederung der Kosten nach der zeitlichen Erfassung	264

LS 3

6	Vollkostenrechnung in Mehrproduktbetrieben	266
6.1	Überblick über den Prozess der Vollkostenrechnung	266
6.2	Kostenstellenrechnung	267
6.2.1	Aufgaben der Kostenstellenrechnung	267
6.2.2	Kriterien für die Bildung von Kostenstellen im Industriebetrieb	267
6.2.3	Durchführung der Kostenstellenrechnung mithilfe des Betriebsabrechnungsbogens (BAB): Aufbau des Betriebsabrechnungsbogens	268
6.2.4	Aufstellung eines einstufigen Betriebsabrechnungsbogens	269
6.2.4.1	Verrechnung der Gemeinkosten auf die Kostenstellen im Betriebsabrechnungsbogen	269
6.2.4.2	Ermittlung der Gemeinkostenzuschlagssätze (Istzuschläge)	272
6.2.4.3	Ermittlung der Gemeinkostenzuschlagssätze unter Berücksichtigung von Bestandsveränderungen bei fertigen und unfertigen Erzeugnissen	279
6.2.5	Aufstellung eines mehrstufigen Betriebsabrechnungsbogens	283
6.2.5.1	Bildung von Hilfskostenstellen	283
6.2.5.2	Umlage der Hilfskostenstellen (Vorkostenstellen) auf die Hauptkostenstellen	284
6.2.5.3	Aufstellung eines mehrstufigen Betriebsabrechnungsbogens unter Berücksichtigung von Bestandsveränderungen und Ermittlung der Zuschlagssätze	286

LS 7, 8

6.3	Berechnung von Maschinenstundensätzen	290
6.3.1	Maschinenabhängige und maschinenunabhängige Gemeinkosten	290
6.3.2	Berechnung des Maschinenstundensatzes	290
6.3.3	Behandlung der Rest-Fertigungsgemeinkosten	293
6.3.4	Berechnung des Maschinenstundensatzes im Rahmen des BAB	295

LS 9

6.4	Kostenträgerrechnung (Überblick)	299
6.5	Kostenträgerzeitrechnung	299
6.5.1	Kostenträgerzeitrechnung mit Normalkosten	299
6.5.2	Kostenträgerzeitrechnung mit Istkosten	300
6.5.3	Kostenüberdeckungen und Kostenunterdeckungen	300
6.5.4	Rechnerischer Ablauf der Kostenträgerzeitrechnung (Kostenträgerblatt)	302
6.5.4.1	Kostenträgerblatt mit Normalkosten	302
6.5.4.2	Kostenträgerblatt mit Ist- und Normalkosten	304

LS 4

6.6	Kostenträgerstückrechnung (Kalkulation)	308
6.6.1	Aufgaben und Formen der Kostenträgerstückrechnung	308
6.6.2	Zuschlagskalkulation als Angebotskalkulation (Vorkalkulation)	309
6.6.2.1	Vorwärtskalkulation	310
6.6.2.2	Rückwärtskalkulation (retrograde Kalkulation)	313
6.6.2.3	Differenzkalkulation	315

LS 5, 6	6.6.3	Zuschlagskalkulation als Nachkalkulation	319
	6.6.4	Vor- und Nachteile der Zuschlagskalkulation	322
	6.7	Zusammenfassung zur Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung	327
	6.8	Divisionskalkulation	328
	6.9	Äquivalenzziffernkalkulation	330
	7	Deckungsbeitragsrechnung für kurzfristige unternehmerische Entscheidungen	333
	7.1	Vollkostenrechnung und Teilkostenrechnung im Vergleich	333
	7.2	Deckungsbeitragsrechnung als Kostenträgerstückrechnung	335
	7.3	Deckungsbeitragsrechnung als Kostenträgerzeitrechnung	337
	7.3.1	Berechnung des Betriebsergebnisses mithilfe der einstufigen Deckungsbeitragsrechnung	337
	7.3.2	Berechnung des Betriebsergebnisses mithilfe der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung	339
	7.4	Break-even-Point	342
	7.5	Nachfrage- und wettbewerbsorientierte Preispolitik unter teilkostenrechnerischen Gesichtspunkten	346
	7.5.1	Bestimmung von Preisuntergrenzen	346
	7.5.1.1	Bestimmung der kurzfristigen und langfristigen Preisuntergrenze	346
	7.5.1.2	Vorteile und Gefahren der Bestimmung von Preisuntergrenzen	347
	7.5.2	Entscheidungsfindung über die Annahme eines Zusatzauftrags	350
LS 10	7.5.3	Optimierung des Produktionsprogramms	353
	7.5.3.1	Optimierung des Produktionsprogramms bei freien Kapazitäten	353
	7.5.3.2	Optimierung des Produktionsprogramms bei Vorliegen eines Engpasses	355
	8	Vollkostenrechnung und Teilkostenrechnung als sich ergänzende Rechnungssysteme	359
	9	Plankostenrechnung (Planungsrechnung)	363
	9.1	Begriffbestimmungen	363
	9.2	Aufbau, Ablauf und Aufgaben der Plankostenrechnung	364
	9.2.1	Aufbau und Ablauf der Plankostenrechnung	364
	9.2.2	Aufgaben der Plankostenrechnung	364
	9.3	Kostenartenrechnung	365
	9.3.1	Planung der Einzelkosten	365
	9.3.2	Planung der Gemeinkosten	366
	9.4	Kostenstellenrechnung als flexible Plankostenrechnung	367
	9.5	Kostenträgerrechnung (Zuschlagskalkulation)	368
	9.6	Sollkosten	369
	9.7	Soll-Ist-Kostenvergleich (Kostenkontrolle)	370
LS 11	10	Begründen und Treffen von Investitionsentscheidungen	376
	10.1	Begriffe Investition und Finanzierung	376
	10.2	Zusammenhang von Investition und Finanzierung	376
	10.3	Grundsätzliches zur Investitionsrechnung	378
	10.4	Statische Verfahren der Investitionsrechnung	379
	10.4.1	Kostenvergleichsrechnung	380
	10.4.2	Gewinnvergleichsrechnung	382
	10.4.3	Rentabilitätsvergleichsrechnung	383
	10.4.4	Amortisationsrechnung	384



Lernfeld 9 Marketingkonzepte planen und umsetzen

	1	Untersuchungen zum Markt	391
LS 1	1.1	Begriff Markt	391
	1.2	Analyse und Beurteilung der Markt- und Unternehmenssituation	391
	1.2.1	Analyse und Beurteilung der Marktsituation	391
	1.2.2	Analyse und Beurteilung der Unternehmenssituation	393
	1.3	Marktentwicklungen als Veränderung der Marktsituation	393
	2	Zusammenhang von Marktanalyse und Unternehmensanalyse	395
	3	Kunden als Marktteilnehmer	396
	3.1	Kundenanalyse	396
	3.2	Erwartungen der Kunden	397
	3.3	Marktsegmentierung	399
	4	Wettbewerber als Marktteilnehmer	403
	4.1	Eigene Marktpositionierung: Bestimmung des Zielmarktes	403
	4.2	Wettbewerberanalyse	404
	5	Bestimmung der eigenen Wettbewerbssituation	406
LS 2	5.1	Konzept des Produktlebenszyklus	406
	5.2	Portfolioanalyse	410
	5.2.1	Konzept der Portfolioanalyse	410
	5.2.2	Marktwachstum-Marktanteil-Portfolio	410
LS 3	5.3	SWOT-Analyse	416
	5.3.1	Grundlegendes	416
	5.3.2	Stärken-Schwächen-Analyse	416
	5.3.3	Chancen-Risiken-Analyse	417
	5.3.4	Ziele der SWOT-Analyse	419
	5.4	Benchmarking	419
LS 4, 5	6	Verwendung der Ergebnisse der Marktforschung	422
	6.1	Begriff Marktforschung und die Träger der Marktforschung	422
	6.2	Datenerhebungsverfahren	423
	6.3	Methoden der Informationsgewinnung	425
	6.4	Marktkennzahlen	426
	6.4.1	Marktpotenzial, Marktvolumen, Marktanteil, Absatzpotenzial, Absatzvolumen	426
	6.4.2	Ermittlung der Marktkennzahlen	428
	6.5	Auswertung der Marktforschungsergebnisse	429
	7	Festlegung von Marketingzielen	431
	7.1	Vom Marketing zum Verkauf	431
	7.2	Marketingziele	432
	8	Marketingstrategien als Voraussetzung für den Einsatz von Marketinginstrumenten	435
	8.1	Grundlagen der Marketingstrategien	435
	8.2	Strategie der Kostenführerschaft	436

	8.3	Strategie der Differenzierung (Qualitätsführerschaft)	437
	8.4	Konzentration auf Schwerpunkte (Nischenstrategie)	438
	8.5	Von der Marketingstrategie zu den Marketinginstrumenten	439
LS 6, 7	9	Produktpolitik	440
	9.1	Begriff Produkt	440
	9.2	Entscheidungen zum Produktprogramm	440
	9.2.1	Produktinnovation	441
	9.2.2	Produktdiversifikation	441
	9.2.3	Produktdifferenzierung	443
	9.2.4	Produktmodifikation (Produktvariation)	444
	9.2.5	Produkteliminierung	444
	9.3	Markenpolitik	446
	9.3.1	Ausgewählte Markenstrategien	446
	9.3.2	Nutzen der Markierung für den Hersteller	447
	9.3.3	Nutzen der Markierung für den Kunden	447
	9.4	Entwicklung von Produkten mit Alleinstellungsmerkmal	448
LS 8-11	10	Preis- und Konditionenpolitik	451
	10.1	Preispolitik	451
	10.1.1	Kostenorientierte Preispolitik	451
	10.1.2	Nachfrageorientierte (abnehmerorientierte) Preispolitik	452
	10.1.3	Konkurrenzorientierte (wettbewerbsorientierte) Preispolitik	456
	10.2	Konditionenpolitik	458
LS 12	11	Kommunikationspolitik	462
	11.1	Traditionelle Werbung	462
	11.1.1	Begriff, Wirkungsweise und Grundsätze der Werbung	462
	11.1.2	Werbeplan	464
	11.1.3	Weitere Maßnahmen der traditionellen Werbung	469
	11.1.3.1	Salespromotion (Verkaufsförderung)	469
	11.1.3.2	Merchandising	470
	11.1.3.3	Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)	471
	11.1.3.4	Sponsoring	471
	11.1.3.5	Co-Branding	472
	11.2	Kundenbindungskonzepte	473
	11.2.1	Direktmarketing	473
	11.2.2	Customer Relationship Management	474
	11.3	Onlinebasierte Werbung	477
	11.3.1	Internet als Plattform für dialogorientierte Kommunikation	477
	11.3.2	Suchmaschinenwerbung	478
	11.3.2.1	Ablauf der Suchmaschinenwerbung	478
	11.3.2.2	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	483
	11.4	Unternehmensauftritt in sozialen Netzwerken (Social Media)	485
	11.5	Influencer-Marketing-Konzept	489
	11.6	Kommunikationspolitik bei Internationalisierung	490
	11.7	Wettbewerbsrechtliche Grenzen nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb	491
	11.7.1	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb [UWG]	491
	11.7.2	Vergleichende Werbung	492
	11.7.3	Irreführende Werbung	493

LS 15	12	Distributionspolitik	496
LS 16	12.1	Werkseigener Absatz	496
	12.2	Werksgebundener Absatz	500
	12.2.1	Vertragshändler	500
	12.2.2	Franchising	500
LS 17	12.3	Ausgliederter Absatz	502
LS 18	13	Außenhandel	508
	13.1	Begriffe	508
	13.1.1	Außenhandel und Binnenmarkt	508
	13.1.2	Direkter und indirekter Außenhandel	509
	13.2	Bedeutung des Außenhandels für inländische Industrieunternehmen	510
	13.3	Chancen des Außenhandels	512
	13.4	Risiken des Außenhandels	513
	13.5	Sicherungsmöglichkeiten im Außenhandel	515
	13.5.1	Lieferungsbedingungen (Incoterms)	515
	13.5.2	Zahlungsbedingungen im Außenhandelsgeschäft	518
	13.5.2.1	Dokumenteninkasso (D/P)	518
	13.5.2.2	Dokumentenakkreditiv (L/C)	519
	14	Entwicklung eines Marketingkonzepts (Marketingmix)	526
LS 19	15	Überwachung und Beurteilung der Marketingziele mithilfe von Kennzahlen	531
	15.1	Ziele und Aufgaben des Controllings	531
	15.2	Formen des Controllings	531
	15.3	Absatz-Controlling	532
	15.3.1	Aufgaben und Gegenstand des Absatz-Controllings	532
	15.3.2	Absatz-Controlling mithilfe von Kennzahlen	533
		Stichwortverzeichnis	541
		Bilderverzeichnis	548