

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

Begründet von Handelsschul-Direktor Dipl.-Hdl. Friedrich Hutkap †

Verfasser:

Dr. Hermann Speth, Dipl.-Hdl.

Hartmut Hug, Dipl.-Hdl.

Jörg Hegewald, Dipl.-Hdl.

Michael Schmidthausen

Christian Kinner, Master of Education

Aloys Waltermann, Dipl.-Kfm. Dipl.-Hdl.

Fast alle in diesem Buch erwähnten Hard- und Softwarebezeichnungen sind eingetragene Warenzeichen.

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 60a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

Die Merkur Verlag Rinteln Hutkap GmbH & Co. KG behält sich eine Nutzung ihrer Inhalte für kommerzielles Text- und Data Mining (TDM) im Sinne von § 44b UrhG ausdrücklich vor. Für den Erwerb einer entsprechenden Nutzungserlaubnis wenden Sie sich bitte an copyright@merkur-verlag.de.

Umschlagfoto: © Andres Rodriguez – Fotolia.com

Für die Überlassung weiterer Bildrechte bedanken wir uns bei
Johann Georg Weber, Stahl- und Metallbau, Argenbühl
Biedenkapp Stahlbau GmbH, Wangen im Allgäu
Grunwald GmbH, Wangen im Allgäu

* * * * *

5. Auflage 2025

© 2013 by MERKUR VERLAG RINTELN

Gesamtherstellung:

MERKUR VERLAG RINTELN Hutkap GmbH & Co. KG, 31735 Rinteln

E-Mail: info@merkur-verlag.de

lehrer-service@merkur-verlag.de

Internet: www.merkur-verlag.de

Merkur-Nr. 0620-05

ISBN 978-3-8120-1147-1

Vorwort

Das vorliegende Schulbuch richtet sich **exakt** nach dem aktuellen **Bildungsplan für die Höhere Berufsfachschule („HöHa“)**, Bereich Wirtschaft und Verwaltung, Betriebswirtschaftslehre mit Rechnungswesen, in **Nordrhein-Westfalen**.

Das Schulbuch umfasst die **Handlungsfelder 1 bis 4 (Anforderungssituation 4.1)**. Für die Handlungsfelder 4 (Anforderungssituation 4.2) bis 7 wurde ein zweiter Band (Merkurbuch 0621) und ein passgenaues Arbeitsheft (Merkurbuch 1621) herausgebracht.

Für Ihre Arbeit mit dem vorgelegten Schulbuch möchten wir auf Folgendes hinweisen:

- Von den Autoren wurde bewusst darauf geachtet, dass die im Bildungsplan aufgeführten **Kompetenzen** inhaltlich **vollständig und umfassend** thematisiert werden. Zudem gewährleistet das mit dem Schulbuch abgestimmte **Arbeitsheft (Merkurbuch 1620)** weitere Möglichkeiten des Kompetenztrainings.
- Um die **Bearbeitung der Übungsaufgaben** zu erleichtern und die Präsentation von Arbeitsergebnissen methodisch variieren zu können, stehen für die Schülerinnen, Schüler und Lehrkräfte für geeignete Aufgaben **digitale Vorlagen im PDF-Format** bereit (gekennzeichnet mit dem Symbol **Vorlage**). Die Vorlagen finden Sie unter **www.merkur-verlag.de**, Schlagwort „0620“, Downloads, Schaltfläche „Vorlagen“.
- Um dem **Konzept des kompetenzorientierten Unterrichts** gerecht zu werden, bietet das Schulbuch berufsbezogene Situationen und Aufgaben in vorgegebenen Unternehmen aus verschiedenen Branchen an, die die Schülerinnen und Schüler – nach der Aneignung des entsprechenden Fachwissens – möglichst selbstständig oder in der Gruppe bearbeiten sollen. Die Schülerinnen und Schüler sollen dadurch eine umfassende berufliche, gesellschaftliche und personale Handlungskompetenz erwerben.
- Das Buch orientiert sich **konsequent** an den im Bildungsplan vorgegebenen **Handlungsfeldern und Zielen**.
- Die vom Bildungsplan in den einzelnen Handlungsfeldern geforderten umfassenden **Anforderungssituationen (AS)** werden in einzelne Situationen aufgegliedert und wichtigen Themenbereichen vorangestellt. Damit wird den Schülerinnen und Schülern der Einstieg in komplexe Lerninhalte erleichtert. Als Bezugspunkt für die Situationen dienen die **Modellunternehmen** des vorangestellten fiktiven Gewerbeparks. Über **Impulse** wird in problemorientierter Weise in Themen eingeführt. Weiterführende **Handlungsaufträge** gewährleisten den Erwerb von **Handlungskompetenz** am Abschluss der jeweiligen Lerneinheit.
- Die Lerninhalte werden zu Einheiten zusammengefasst, die sich jeweils in die Bereiche **Anforderungssituation** (mit Impulsen und kompetenzorientierten Handlungsaufgaben) – **Stoffinformation – Zusammenfassungen – Übungsaufgaben** aufgliedern. Viele Merksätze, Beispiele und Schaubilder veranschaulichen die praxisbezogenen Lerninhalte.
- **Fachwörter, Fachbegriffe** und **Fremdwörter** werden grundsätzlich im Text oder in Fußnoten erklärt.
- Ein ausführliches **Stichwortverzeichnis** hilft Ihnen dabei, Begriffe und Erläuterungen schnell aufzufinden.
- Wo immer möglich und sinnvoll, werden die Elemente der **Buchführung** in die übrigen BWL-Inhalte **integriert**. Durch die Verbindung von betriebswirtschaftlichen Inhalten und denen des Rechnungswesens wird das Denken in Zusammenhängen geschult. Die Einführungskapitel zur Buchführung sind bewusst in kleinere Lernschritte aufgeteilt worden. So wird erreicht, dass die Schülerinnen und Schüler die Grundzusammenhänge genau erkennen.
Als **unterstützende Anschauungshilfe** werden in der Einführungsphase im Buchführungsteil bei allen Einführungsbeispielen folgende Farben beim Buchen verwendet: Aktivkonten: grün, Passivkonten: rot, Aufwendungen: violett, Erträge: blau.

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser

Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibung des Industrie- und Gewerbeparks Soest und seiner Unternehmen

1	Grundkonzept des Industrie- und Gewerbeparks Soest	15
2	Exemplarisches Unternehmensportrait der dort angesiedelten Weber Metallbau GmbH	15
3	Überblick über weitere im Industrie- und Gewerbepark angesiedelte Unternehmen (Auswahl)	21

Handlungsfeld 1: Unternehmensstrategien und Management

Anforderungssituation 1.1

Situation 1: Handels- und Industrieunternehmen anhand ihres Leistungsprozesses und ihrer Verflechtung auf den Märkten gegenüberstellen und in einem Flyer präsentieren	23
---	-----------

1	Ein Unternehmen untersuchen, es im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang beschreiben sowie verschiedene Unternehmenstypen beschreiben	24
1.1	Ein Unternehmen untersuchen und es im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang beschreiben	24
1.1.1	Begriffe Betriebswirtschaftslehre und Unternehmen	24
1.1.2	Stellung des Unternehmens im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang am Beispiel des Industriebetriebs beschreiben	25
1.1.3	Verschiedene Unternehmenstypen vergleichen	27
1.1.4	Betriebliche Leistungsfaktoren	30

Situation 2: Voraussetzungen zum Unternehmer über die Erstellung einer Checkliste prüfen	33
---	-----------

1.2	Geschäftsidee des Unternehmens nachvollziehen, die persönlichen und sachlichen Voraussetzungen überprüfen und die Chancen und Risiken beurteilen	33
1.2.1	Eine Geschäftsidee entwickeln	34
1.2.2	Voraussetzungen für eine Unternehmensgründung prüfen	34
1.2.2.1	Persönliche und fachliche Voraussetzungen	34
1.2.2.2	Sachliche Voraussetzungen	36
1.2.3	Chancen und Risiken der unternehmerischen Selbstständigkeit beurteilen	40
2	Handelsrechtliche Grundlagen der Unternehmung beschreiben	42
2.1	Kaufmann	42
2.2	Handelsregister	44
2.3	Firma	45

3	Wahl der Rechtsform als eine wesentliche Gründungsentscheidung nachvollziehen	48
---	--	----

3.1	Einzelunternehmung	48
-----	------------------------------	----

Situation 3: Personengesellschaft gründen	50
--	-----------

3.2	Offene Handelsgesellschaft (OHG) anhand ausgewählter Merkmale erklären	51
3.2.1	Begriff, Gründung und Firma	51

3.2.2	Eigenkapitalaufbringung, Geschäftsführung, Vertretung, Haftung, Gewinn- und Verlustbeteiligung	52
3.2.3	Vor- und Nachteile der OHG	54
3.2.4	Bedeutung der OHG	55
3.3	Kommanditgesellschaft (KG) anhand verschiedener Kriterien erklären und von der OHG abgrenzen	57
3.3.1	Begriff, Gründung und Firma	57
3.3.2	Pflichten und Rechte der Komplementäre	58
3.3.3	Pflichten und Rechte der Kommanditisten	58
3.3.4	Vor- und Nachteile der KG	60
Situation 4: Kapitalgesellschaft gründen		62
3.4	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	63
3.4.1	Begriff, Gründung und Firma	63
3.4.2	Eigenkapitalaufbringung	64
3.4.3	Haftung	65
3.4.4	Gewinn- und Verlustbeteiligung	65
3.4.5	Organe der GmbH	66
3.4.6	Bedeutung der GmbH	66
3.5	Aktiengesellschaft (AG)	68
3.5.1	Begriff, Gründung und Firma	68
3.5.2	Eigenkapitalaufbringung, Haftung, Gewinn- und Verlustbeteiligung	69
3.5.3	Organe der AG	69
3.5.4	Bedeutung der AG	70
Situation 5: Rechtsform auswählen		72
3.6	Rechtsformwahl und -umwandlung als Entscheidungsproblem	72
Situation 6: Geschäftsprozesse modellieren		75
4	Organisationsformen nachvollziehen und die Bildung von Geschäftsprozessen untersuchen	77
4.1	Organisationsformen nachvollziehen	77
4.1.1	Begriff Organisation und deren Voraussetzungen	77
4.1.2	Aufgabenorientierte Organisation	77
4.1.2.1	Überblick	77
4.1.2.2	Aufbauorganisation	78
4.2	Geschäftsprozesse untersuchen	84
4.2.1	Optimierung der Arbeitsabläufe durch die Bildung von Geschäftsprozessen	84
4.2.2	Auswirkungen der Geschäftsprozessbildung auf die Organisationsform nachvollziehen	88
4.2.3	Betriebliche Wertschöpfung als Differenz zwischen den abgegebenen Leistungen und den übernommenen Leistungen (Vorleistungen) beschreiben	89
5	Betriebliche Wertschöpfungsprozesse durch das Rechnungswesen abbilden	94
5.1	Bereiche des Rechnungswesens erklären	94
Situation 7: Konto Kasse führen		95
5.2	In die Buchführung über das Konto Kasse einführen	98
Situation 8: Inventur durchführen und Inventar erstellen		102
5.3	Inhaltlicher Zusammenhang zwischen Inventur, Inventar und Bilanz beschreiben	103
5.3.1	Inventur	103
5.3.1.1	Ablauf der Inventur	103
5.3.1.2	Zielsetzung der Inventur	104

5.3.2	Inventar	104
5.3.3	Bilanz	107
5.3.3.1	Gesetzliche Grundlagen zur Aufstellung der Bilanz	107
5.3.3.2	Gegenüberstellung von Inventar und Bilanz	110
5.3.3.3	Zusammenhang zwischen Inventur, Inventar, Bilanz und Buchführung	110
5.3.3.4	Wertveränderungen der Bilanzposten durch Geschäftsvorfälle (vier Grundfälle)	112
Situation 9: Bilanz in Konten auflösen		116
5.4	Buchungen auf Bestandskonten durchführen	116
5.4.1	Von der Bilanz zu den Konten	116
5.4.2	Buchungen auf Aktivkonten (Vermögenskonten)	118
5.4.2.1	Begriffsklärungen, Buchungsregeln und die einseitigen Buchungen auf den Aktivkonten (Vermögenskonten)	118
5.4.2.2	Überleitung zum System der doppelten Buchführung	119
5.4.3	Buchungen auf Passivkonten (Schuldkonten)	123
5.4.4	Buchungssatz	126
5.4.4.1	Einfacher Buchungssatz ohne Buchungen nach Belegen	126
5.4.4.2	Einfacher Buchungssatz mit Buchungen nach Belegen	128
5.4.4.3	Zusammengesetzter Buchungssatz	132
5.4.5	Weg von der Eröffnungs- zur Schlussbilanz beschreiben	134
5.4.5.1	Eröffnung und Abschluss der Bestandskonten (Eröffnungsbilanzkonto und Schlussbilanzkonto)	134
5.4.5.2	Zusammenhang zwischen Bestandskonten, Inventur, Inventar und Bilanz	138
5.5	Organisation der Buchführung nutzen	140
5.5.1	Bücher der Buchführung	140
5.5.2	Kontenrahmen als Organisationsmittel der Buchführung	142
5.5.2.1	Allgemeines zum Kontenrahmen	142
5.5.2.2	Bedeutung des Kontenrahmens	142
5.5.2.3	Vom Kontenrahmen zum Kontenplan	142
5.5.2.4	Aufbau des branchenübergreifenden Schulkontenrahmens für Nordrhein-Westfalen	144
Situation 10: Auf dem Konto Eigenkapital buchen		146
5.6	Buchungen auf Ergebniskonten (Erfolgskonten) durchführen	147
5.6.1	Aufwendungen, Erträge, Aufwandskonten, Ertragskonten	147
5.6.2	Buchungen auf den Ergebniskonten	149
5.6.2.1	Buchungsregeln für die Ergebniskonten und Beispiele für die Buchungen von Aufwendungen und Erträgen	149
5.6.2.2	Buchungen bei der Beschaffung von Werkstoffen und Handelswaren und dem Verkauf von eigenen Erzeugnissen	152
5.6.3	Abschluss der Aufwands- und Ertragskonten über das Gewinn- und Verlustkonto ...	158
5.7	Geschäftsgang zur Ermittlung des Ergebnisses darstellen	161
5.8	Verbrauch an Werkstoffen mit Bestandsveränderungen berechnen und buchen	164
5.9	Buchungen auf Bestands- und Erfolgskonten mit Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer) erfassen	169
5.9.1	Aufbau der Umsatzsteuer	169
5.9.2	Buchhalterische Erfassung der Umsatzsteuer bei den Grundfällen (Einkauf von Werkstoffen und Handelswaren sowie Verkauf von Fertigerzeugnissen und Handelswaren)	172
5.9.3	Ermittlung und Buchung der Zahllast	178

Anforderungssituation 1.2

Situation 1: Unternehmensleitbild entwerfen	180
6 Konzepte der Unternehmensführung erarbeiten und Unternehmensphilosophien, -leitbilder und -ziele untersuchen und bewerten	181
6.1 Konzepte der Unternehmensführung erarbeiten	181
6.2 Unternehmensphilosophien, -leitbilder und -ziele auswerten und mit denen anderer Unternehmen vergleichen	182
6.2.1 Unternehmensphilosophie, Unternehmensleitbild	182
6.2.2 Unternehmensziele untersuchen und hierbei den Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit beachten	184
6.3 Zielkonflikte zwischen den Ansprüchen verschiedener Interessengruppen sichtbar machen	186
Situation 2: Konflikte managen	190
7 Führungsstile vergleichen und Vor- und Nachteile herausarbeiten	192
7.1 Begriffe Leitung und Führung	192
7.2 Führungsstile	193
7.3 Bedeutung von Information und Kommunikation im Rahmen des Konfliktmanagements erkennen	194
7.4 Bei einem Konflikt Lösungsstrategien entwerfen und sich auf eine gemeinsame Vorgehensweise einigen	195
Situation 3: Aufgaben des Controllings wahrnehmen	199
8 Controlling als Konzept zur Unterstützung der Unternehmensleitung herausarbeiten	200
8.1 Begriff Controlling	200
8.2 Aufgaben des Controllings	200
8.3 Arten des Controllings	201

Handlungsfeld 2: Beschaffung

Anforderungssituation 2.1

Situation 1: Beschaffungsmärkte erforschen	203
1 Beschaffungsmärkte erforschen	203
1.1 Begriff Beschaffung	203
1.2 Begriff und Bereiche der Beschaffungsmarktforschung	204
1.3 Wertschöpfung mithilfe der Beschaffung	207
Situation 2: Angebote vergleichen	209
2 Angebotsvergleich erstellen	209
2.1 Grundsätzliches	209
2.2 Einfaktorenvergleich mit Bezugskalkulation	209
2.3 Mehrfaktorenvergleich (Scoringmodell)	210
Situation 3: Nachhaltig wirtschaften	214
3 Nachhaltigkeit der Beschaffung untersuchen	214
3.1 Ökologische Ausrichtung der Beschaffung	215
3.2 Soziale Ausrichtung der Beschaffung am Beispiel des „Fairen Handels“	217

Situation 4: Sich für ein Bestellverfahren entscheiden	220
4 Beschaffungsziele begründen	221
5 Beschaffungsverfahren anwenden	222
5.1 Bestellpunkt- und Bestellrhythmusverfahren	222
Situation 5: Material just in time beschaffen	225
5.2 Just-in-time-Beschaffung	226
Situation 6: Über „make or buy“ entscheiden	228
6 Eigenfertigung oder Fremdbeschaffung (make or buy) begründen	228

Anforderungssituation 2.2

Situation 1: Optimale Bestellmenge bestimmen	231
7 Optimale Bestellmenge (Mengenplanung) bestimmen	231
Situation 2: Beschaffungsvorgang durchführen	235
8 Einen Beschaffungsvorgang beschreiben	235
8.1 Darstellung eines exemplarischen Beschaffungsvorgangs	235
8.2 Alternative Beschaffungswege vergleichen	241
8.2.1 Beschaffung über elektronische Marktplätze	241
8.2.2 Supply-Chain-Management	242
8.2.3 Beschaffung über eine Warenplattform im Internet	243
8.3 Ökologischer Hintergrund	244
Situation 3: ABC-Analyse durchführen	248
9 ABC-Analyse anwenden	250
Situation 4: Lagerbestände prüfen	254
10 Bereitstellungsfähigkeit von Materialien mithilfe von Kennziffern prüfen	254
10.1 Begriff und Aufgaben des Lagers	254
10.2 Prüfung der Lagerbestände nach ihrer Verfügbarkeit mithilfe von Kennziffern	255
10.2.1 Mindest-, Melde- und Höchstbestand	255
10.2.2 Gliederung der Lagerbestände nach ihrer Verfügbarkeit	256
10.2.3 Vorteile einer verfeinerten Lagerbestandsführung	258
Situation 5: Belegorientierte Wertströme im Rahmen der Beschaffung erfassen und dokumentieren	260
11 Belegorganisierte Wertströme im Rahmen der Beschaffung dokumentieren	261
11.1 Buchhalterische Behandlung von Sofortnachlässen und Bezugskosten	261
11.2 Rücksendungen an den Lieferer	264
11.3 Preisnachlässe von Lieferanten	266
11.4 Abschluss der Unterkonten Bezugskosten und Nachlässe	270
Situation 6: Beschaffungscontrolling durchführen	273
12 Wirtschaftlichkeit von Beschaffungsentscheidungen überprüfen	273
12.1 Beschaffungscontrolling und Wirtschaftlichkeit	273
12.2 Ausgewählte Kennziffern aus dem Beschaffungsbereich	275

Handlungsfeld 3: Leistungserstellung

Anforderungssituation 3.1

1	Leistungserstellungsprozess als Kernprozess eines Industrieunternehmens	277
Situation 1: Ideen generieren und bewerten		278
2	Ein Leistungskonzept von der Ideenfindung bis zur Herstellungsreife erstellen	279
2.1	Grundlegende Phasen der Leistungsentwicklung beschreiben	279
2.1.1	Innovationen – Grundlage des Wohlstands	279
2.1.2	Innovationsprozess	280
2.1.3	Innovationsanlässe	280
2.1.4	Bestimmung des Zielmarktes	281
2.2	Methoden und Anlässe der Ideengewinnung und -bewertung erklären	282
2.2.1	Ideengewinnung	282
2.2.2	Ideenbewertung und Ideenauswahl	284
2.3	Ein Leistungskonzept entwerfen	285
Situation 2: Erzeugnisplanung durchführen		290
2.4	Konstruktionsprozesse und die Erstellung von Produktdokumenten beschreiben	292
2.4.1	Ziel der Produktdokumentation	292
2.4.2	Konstruktionszeichnung	293
2.4.3	Grafischer Baum (Erzeugnisstruktur)	295
2.4.4	Stücklisten	296
2.4.5	Arbeitsplan	297

Anforderungssituation 3.2

Situation: Fertigungstechnische Rahmenbedingungen vergleichen		300
3	Bei unterschiedlichen fertigungstechnischen Rahmenbedingungen alternative Fertigungsverfahren planen und beurteilen	302
3.1	Unterschiedliche fertigungstechnische Rahmenbedingungen als Gründe für die Festlegung auf ein Fertigungsverfahren bewerten	302
3.2	Unterschiedliche Fertigungsverfahren gliedern	303
3.2.1	Fertigungsverfahren nach dem Grad der Automatisierung	303
3.2.2	Fertigungsverfahren nach der Häufigkeit der Prozesswiederholung (Fertigungstypen)	304
3.2.3	Fertigungsverfahren nach der Anordnung der Betriebsmittel im Produktionsprozess (Organisationstypen)	306
3.2.4	Optimale Losgröße berechnen	310
3.3	Nachhaltigkeit im Rahmen der Leistungserstellung beurteilen	313
3.3.1	Bedeutung der Nachhaltigkeit	313
3.3.2	Lösungsansätze	314

Anforderungssituation 3.3

Situation: Qualitätssicherungsverfahren anwenden		318
4	Leistungserstellungsprozesse unter dem Gesichtspunkt der Qualitätssicherung und Wirtschaftlichkeit beurteilen	319
4.1	Kontroll- und Qualitätssicherungsverfahren vergleichen	319
4.1.1	Begriffe Qualität und Qualitätsmanagement	319

4.1.2	Maßnahmen für ein Qualitätsmanagement	320
4.1.2.1	Qualitätsmanagementsysteme	320
4.1.2.2	Konzept des Total Quality Managements (TQM)	320
4.1.2.3	Kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP) – Kaizen	321
4.2	Wirtschaftlichkeit des Leistungserstellungsprozesses anhand von Kennziffern beurteilen (Controllingprozesse)	324
4.2.1	Produktivität	324
4.2.2	Wirtschaftlichkeit	325
4.2.3	Rentabilität	325
4.2.4	Kennziffern zur Beurteilung der Prozessqualität	327

Handlungsfeld 4: Absatz

Anforderungssituation 4.1

Situation 1: Absatzmärkte erforschen	330
1 Notwendigkeit, Marktinformationen über Kunden zu gewinnen	331
1.1 Kunden als zentrale Marktteilnehmer	331
1.2 Datenerhebungsverfahren und Methoden der Informationsgewinnung vergleichen	332
1.2.1 Begriff Marktforschung und die Träger der Marktforschung	332
1.2.2 Datenerhebungsverfahren	334
1.2.3 Methoden der Informationsgewinnung	335
1.2.3.1 Beobachtung	336
1.2.3.2 Befragung	336
1.2.3.3 Panelerhebung	339
Situation 2: Entstehung der Marketingkonzeption	342
2 Marketing als eine Form der Unternehmensführung anwenden	343
2.1 Grundeinstellungen von Industrieunternehmen gegenüber dem Markt	343
2.2 Entwicklung vom Verkäufer- zum Käufermarkt und der Begriff Marketing	344
2.3 Aufgaben des Marketings	345
Situation 3: Marketingziele festlegen	347
3 Marketingziele auswerten	347
Situation 4: Produktlebenszyklen bestimmen	349
4 Absatzpolitische Instrumente untersuchen	350
4.1 Produktpolitik	350
4.1.1 Begriff Produkt	350
4.1.2 Konzept des Produktlebenszyklus	350
Situation 5: Portfolioanalysen durchführen	354
4.1.3 Portfolioanalyse	355
4.1.3.1 Konzept der Portfolioanalyse und -planung	355
4.1.3.2 Marktwachstums-/Marktanteils-Portfolio	356
4.1.4 Entscheidungen zum Produktprogramm	361
4.1.4.1 Überblick	361
4.1.4.2 Produktinnovation	361
4.1.4.3 Produktmodifikation (Produktvariation)	362
4.1.4.4 Produkteliminierung	363

Situation 6: Preise gestalten	364
4.2 Preisgestaltung	365
4.2.1 Preisstrategien	365
4.2.2 Preispolitik	366
4.2.2.1 Kostenorientierte Preispolitik	366
4.2.2.2 Nachfrageorientierte (abnehmerorientierte) Preispolitik	367
4.2.2.3 Wettbewerbsorientierte (konkurrenzorientierte) Preispolitik	370
Situation 7: Kommunikation gestalten	373
4.3 Kommunikationspolitik	374
4.3.1 Werbung	374
4.3.1.1 Begriff Werbung	374
4.3.1.2 Werbeplan	374
4.3.2 Verkaufsförderung	379
4.3.3 Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)	380
4.3.4 Weitere traditionelle Formen der Kommunikationspolitik	380
4.3.5 Internet als aktueller Kommunikationsweg	381
4.3.6 Unternehmensauftritt in sozialen Netzwerken	382
Situation 8: Distribution gestalten	386
4.4 Distributionspolitik	387
4.4.1 Werkseigener Absatz	387
4.4.1.1 Zentraler und dezentraler Absatz	387
4.4.1.2 Handlungsreisender	387
4.4.1.3 Verkaufsniederlassungen und Vertriebsgesellschaften	389
4.4.1.4 Electronic Commerce	389
Situation 9: Absatzorgane bestimmen	391
4.4.2 Werksgebundener Absatz	393
4.4.2.1 Vertragshändler	393
4.4.2.2 Franchising	394
4.4.3 Ausgliederter Absatz am Beispiel des Handelsvertreters	395
Situation 10: Marketingkonzeption (Marketingmix) entwickeln	399
5 Eine Marketingkonzeption (Marketingmix) beschreiben	399
Situation 11: Marketingkennziffern nutzen	402
6 Marketingkennziffern untersuchen und berechnen	403
6.1 Begriff und Arten von Marketingkennziffern	403
6.2 Aufgaben der Marketingkennziffern	403
6.3 Beispiele für Marketingkennziffern	404
Stichwortverzeichnis	409
Schulkontenrahmen Nordrhein-Westfalen	