

Betriebswirtschaft für das kaufmännische Berufskolleg I - Baden-Württemberg

Bearbeitet von
Hermann Speth, Gernot Hartmann, Friedrich Härter, Hans-Jürgen Hahn, Alfons Kaier

7. Auflage 2016. Buch. 398 S. Softcover
ISBN 978 3 8120 0578 4

Wirtschaft > Wirtschaftswissenschaften: Allgemeines > Wirtschaftswissenschaften:
Berufe, Ausbildung, Karriereplanung

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

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

Verfasser:

Hartmut Hug, Dipl.-Hdl., Argenbühl

Alfons Kaier, Dipl.-Hdl., Überlingen

Matthias Schmid, Dipl.-Hdl., Sigmaringen

Dr. Hermann Speth, Dipl.-Hdl., Wangen im Allgäu

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 § 52a 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.

* * * * *

7. Auflage 2016

© 2007 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

ISBN 978-3-8120-0578-4

Vorwort

Dieses Lehrbuch umfasst alle im Bildungsplan „Betriebswirtschaft“ für das kaufmännische Berufskolleg I des Landes Baden-Württemberg (**Fassung vom 14.06.2016, gültig ab August 2016**), geforderten Kompetenzbereiche und Lerninhalte.

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

- Das Buch hat mehrere **Zielsetzungen**. Es soll Ihnen
 - alle Informationen liefern, die zur Erarbeitung der Kompetenzbereiche notwendig sind;
 - dabei helfen, die im Bildungsplan enthaltenen Lerninhalte in Allein-, Partner- oder Teamarbeit zu erarbeiten, Entscheidungen zu treffen, diese zu begründen und über die Ergebnisse verbal oder schriftlich zu berichten;
 - fächerübergreifende Zusammenhänge näher bringen.
- Um dem **Konzept des kompetenzorientierten Unterrichts** gerecht zu werden, bietet das Lehrbuch 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 können dadurch eine umfassende berufliche, gesellschaftliche und personale Handlungskompetenz erwerben. Als Bezugspunkt für die Lernsituationen, Beispiele und weitere Aufgabenstellungen dienen die Modellunternehmen des vorangestellten **fiktiven Gewerbeparks Ulm** (branchenübergreifender Ansatz).
- Die Lerninhalte werden zu **klar abgegrenzten Einheiten** zusammengefasst, die sich in die Bereiche Lernsituation, Stoffinformation, Zusammenfassungen und Übungsaufgaben aufgliedern. Viele Merksätze, Beispiele und Schaubilder veranschaulichen die praxisbezogenen Lerninhalte.
- Die **fakultativen Inhalte**, welche den späteren Einstieg in das zweite Jahr einer Wirtschaftsoberschule ermöglichen sollen, sind mit nebenstehendem  Symbol gekennzeichnet.
- Fachwörter, Fachbegriffe und Fremdwörter werden grundsätzlich im Text oder in Fußnoten erklärt.
- Ein ausführliches Stichwortverzeichnis hilft Ihnen dabei, Begriffe und Erläuterungen schnell aufzufinden.
- Das vorliegende Lehrbuch wird durch das „**Arbeitsheft Betriebswirtschaft für das kaufmännische Berufskolleg I**“ (Merkurbuch 1578) ergänzt. Lehrbuch und Arbeitsheft sind aufeinander abgestimmt, ein paralleler Einsatz ist daher optimal. In dem Arbeitsheft werden die vier Lehrplaneinheiten in Form von **situativen Aufgabenstellungen** konkretisiert. Die Arbeitsaufträge sind mehrheitlich so formuliert, dass sie zielgenau auf die Aufgabenstellungen in den zentralen Klassenarbeiten vorbereiten. Das Arbeitsheft hat insofern nicht nur einen **unterrichtsbegleitenden Workbook-Charakter**, sondern auch eine **prüfungsvorbereitende Komponente**.

Wir wünschen Ihnen einen guten Lehr- und Lernerfolg!

Die Verfasser

Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibung des Industrie- und Gewerbeparks Ulm und seiner Unternehmen

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

Kompetenzbereich 1: Unternehmensziele und -organisation

1	Konzepte der Unternehmensführung erarbeiten und Unternehmensphilosophien, -leitbilder und -ziele untersuchen und bewerten sowie Bezüge zur Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeitsberichterstattung herstellen	23
Lernsituation 1: Unternehmensleitbild entwerfen		23
1.1	Begriffe Betriebswirtschaftslehre und Unternehmen kennenlernen	24
1.2	Stellung des Unternehmens im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang am Beispiel des Industriebetriebs beschreiben und die Wertschöpfungskette eines Produktes nachvollziehen können	25
1.3	Wirtschaftssektoren und betriebliche Leistungsfaktoren kennenlernen	28
1.4	Konzepte der Unternehmensführung erarbeiten	30
1.5	Unternehmensphilosophien, -leitbilder und -ziele auswerten und mit denen anderer Unternehmen vergleichen	31
1.5.1	Unternehmensphilosophie und Unternehmensleitbild	31
1.5.2	Unternehmensziele untersuchen und hierbei den Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit beachten	33
1.6	Themenbereiche der Unternehmensverantwortung erfassen und Bezüge zur Nachhaltigkeitsberichterstattung herstellen	40
1.7	Zielkonflikte zwischen den Ansprüchen verschiedener Interessengruppen sichtbar machen	42
2	Funktionsbereiche eines Unternehmens und die im Unternehmen ablaufenden betriebswirtschaftlichen Prozesse skizzieren sowie die Aufbauorganisation beschreiben und beurteilen können	53
Lernsituation 2: Funktionsbereiche skizzieren		53
2.1	Funktionsbereiche eines Unternehmens am Beispiel des Industriebetriebs kennenlernen und diese skizzieren können	53
2.1.1	Überblick über die Funktionsbereiche (Aufgabenbereiche) eines Unternehmens am Beispiel des Industriebetriebs	53
2.1.2	Grundlegendes zu den Grundfunktionsbereichen	56
2.2	Aufbauorganisation beschreiben und beurteilen	59
2.2.1	Von der Aufgabengliederung zum Organigramm	59
2.2.2	Formen der betrieblichen Aufbauorganisation	64
2.2.2.1	Grundsätzliches	64
2.2.2.2	Leitungssysteme	64
2.2.2.3	Kritik an der Aufbauorganisation	68

2.3	Geschäftsprozesse untersuchen und die im Unternehmen ablaufenden betriebswirtschaftlichen Prozesse skizzieren	69
2.3.1	Optimierung der Arbeitsabläufe durch die Bildung von Geschäftsprozessen	69
2.3.2	Auswirkungen der Geschäftsprozessbildung auf die Organisationsform nachvollziehen	72
2.3.3	Ereignisgesteuerte Prozesskette am Beispiel der Kundenauftragsbearbeitung beschreiben	73
	Lernsituation 3: Geschäftsprozess „Auftragsbearbeitung“ beschreiben und präsentieren	73
2.3.3.1	Darstellung von Geschäftsprozessen mit der EPK-Methode	76
2.3.3.2	Sichten eines Geschäftsprozesses	77
3	Standortfaktoren bestimmen und eine Standortbestimmung mithilfe der Nutzwertanalyse durchführen	83
	Lernsituation 4: Standortsituationen beurteilen	83
3.1	Erläuterung der Standortfaktoren	85
3.2	Durchführung einer Standortbestimmung mithilfe der Nutzwertanalyse	87

Kompetenzbereich 2: Auftragsbearbeitung und Vertragsgestaltung

1	Grundlegende rechtliche Inhalte und Methoden des Vertragsmanagements beim einseitigen und zweiseitigen Handelskauf erarbeiten und anwenden	92
	Lernsituation 1: Rechtliche Grundlagen erarbeiten und den Geschäftsprozess „Auftragsbearbeitung“ optimieren	92
1.1	Den Gesamtzusammenhang der Auftragsbearbeitung und Vertragsgestaltung erfassen	93
1.2	Die Rechtsgrundlagen bewusst machen	93
1.2.1	Rechts- und Geschäftsfähigkeit	94
1.2.1.1	Rechtsfähigkeit	94
1.2.1.2	Geschäftsfähigkeit	95
	Lernsituation 2: Geschäftsfähigkeit beurteilen	95
1.3	Die Willenserklärung als wesentlichen Bestandteil eines Rechtsgeschäfts erkennen	98
	Lernsituation 3: Wirksamkeit einer Willenserklärung prüfen	98
1.3.1	Rechtsgeschäfte	99
1.3.1.1	Begriff Rechtsgeschäft	99
1.3.1.2	Arten von Rechtsgeschäften	99
1.3.2	Nichtigkeit und Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften	102
1.3.2.1	Nichtigkeit von Rechtsgeschäften	102
1.3.2.2	Anfechtbarkeit von Rechtsgeschäften	103
1.4	Ein kundenorientiertes und rechtsverbindliches Angebot verfassen	108
	Lernsituation 4: Auf eine Kundenanfrage antworten	108
1.4.1	Anfrage	110
1.4.2	Angebot	111
1.4.2.1	Begriff Angebot	111

1.4.2.2	Bindung an das Angebot	111
1.4.2.3	Inhalt des Angebots	112
1.4.2.3.1	Art, Güte, Beschaffenheit und Menge der Produkte	112
1.4.2.3.2	Preis der Produkte	113
1.4.2.3.3	Lieferungsbedingungen	113
1.4.2.3.4	Zahlungsbedingungen	115
1.4.2.3.5	Leistungsort und Gerichtsstand	115
1.4.2.4	Allgemeine Geschäftsbedingungen	116
1.4.2.4.1	Zielsetzungen und Begriff der allgemeinen Geschäftsbedingungen	116
1.4.2.4.2	Allgemeine Geschäftsbedingungen und Verbraucherschutz	116
1.4.2.4.3	Allgemeine Geschäftsbedingungen im Geschäftsverkehr mit Unternehmen	119
1.4.3	Kundenauftrag (Bestellung)	119
1.5	Wichtige Inhalte des Kaufvertrags beschreiben	123
Lernsituation 5: Eine Kundenbestellung mit dem abgegebenen Angebot vergleichen und die rechtliche Situation beurteilen		
		123
1.5.1	Abschluss des Kaufvertrags (Verpflichtungsgeschäft)	124
1.5.1.1	Begriff und Zustandekommen von Kaufverträgen	124
1.5.1.2	Besonderheiten beim Abschluss eines Fernabsatzvertrags	126
1.5.1.3	Rechte und Pflichten aus dem Kaufvertrag	129
1.5.2	Erfüllung des Kaufvertrags	130
1.5.2.1	Erfüllung des Kaufvertrags durch den Verkäufer	130
1.5.2.1.1	Lieferung der Kaufsache	130
1.5.2.1.2	Eigentumsübertragung an den Käufer	131
1.5.2.2	Erfüllung des Kaufvertrags durch den Käufer	133
2	Kaufvertragsstörungen erklären, die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien untersuchen und dabei die unterschiedlichen Interessenlagen beachten	140
Lernsituation 6: Eine Mängelrüge bearbeiten		
		140
2.1	Beschwerden richtig managen	141
2.1.1	Begriff, Ziele und Aufgaben des Beschwerdemanagements	141
2.1.2	Handlungsempfehlungen nach DIN ISO 10002	142
2.2	Mangelhafte Lieferung (Schlechtleistung)	143
2.2.1	Begriff mangelhafte Lieferung	143
2.2.2	Mängelarten	143
2.2.3	Fristen für die Mängelrüge	144
2.2.4	Rechte des Käufers (Gewährleistungsrechte)	145
2.2.5	Verjährungsfristen von Mängelansprüchen	149
2.3	Zahlungsverzug (Nicht-Rechtzeitig-Zahlung)	152
Lernsituation 7: Mit einer nicht rechtzeitigen Zahlung umgehen		
		152
2.3.1	Begriff Zahlungsverzug	155
2.3.2	Eintritt des Zahlungsverzugs	155
2.3.3	Rechtsfolgen (Rechte des Verkäufers)	157
2.4	Interessenlagen der Vertragspartner	162
2.5	Sicherung und Durchsetzung von Ansprüchen	163
2.5.1	Kaufmännisches (außergerichtliches) Mahnverfahren	163
2.5.2	Gerichtliches Mahnverfahren (Mahnbescheid)	165
2.5.3	Streitiges Verfahren (Klage auf Zahlung)	165
2.5.4	Grundzüge des Vollstreckungsrechts	167
2.6	Verjährung	171

2.6.1	Gegenstand, Begriff und Zweck der Verjährung	171
2.6.2	Verjährungsfrist	172
2.6.3	Hemmung und Neubeginn der Verjährung	173
2.6.3.1	Hemmung der Verjährung	173
2.6.3.2	Neubeginn der Verjährung	173
3	Ausgewählte Zahlungssysteme vergleichen und deren Vor- und Nachteile nachweisen	176
Lernsituation 8: Die Zahlungsabwicklung mit Kunden organisieren		176
3.1	Überblick über die Geld- und Zahlungsarten	177
3.2	Bargeldlose Zahlung	177
3.2.1	Girokonto	177
3.2.2	SEPA-Zahlungen	178
3.2.2.1	SEPA-Überweisungen	178
3.2.2.2	SEPA-Basis-Lastschriftverfahren (SEPA Core Direct Debit Scheme)	180
3.2.3	Zahlungen mit der Girocard	183
3.2.3.1	Begriff Girocard und Girocard-Zahlung	183
3.2.3.2	Electronic Cash (Pay-now-Karte)	184
3.2.3.3	Elektronisches Lastschriftverfahren (ELV)	185
3.2.3.4	Nutzung der Girocard als Geldkarte (Pay-before-Karte)	186
3.2.4	Kreditkarte (Pay-later-Karte)	186
3.2.5	Bedeutung der Kartenzahlungen	188
3.2.6	Alternative Zahlungssysteme: Bezahlen per Handy	188
3.3	Bevorzugte Zahlungsformen beim E-Commerce	189
3.4	Internationaler Zahlungsverkehr in Fremdwährung	190

Kompetenzbereich 3: Beschaffung und Lagerhaltung

1	Einen Überblick über die Beschaffungsprozesse erhalten und die Nachhaltigkeit der Beschaffung untersuchen	195
Lernsituation 1: Nachhaltig wirtschaften		195
1.1	Überblick über die Beschaffungsprozesse	196
1.2	Nachhaltigkeit der Beschaffung untersuchen	198
1.2.1	Grundlagen einer nachhaltigen Beschaffung	198
1.2.2	Ökologische Ausrichtung der Beschaffung	198
1.2.3	Nachhaltige Ausrichtung der Beschaffung anhand ausgewählter Labels und Zertifizierungen	200
1.2.4	Soziale Ausrichtung der Beschaffung am Beispiel des „Fairen Handels“	204
1.2.5	Vorteile einer nachhaltigen Beschaffung	207
2	Bezugsquellen ermitteln und voneinander unterscheiden können	211
Lernsituation 2: Bezugsquellen ermitteln		211
2.1	Begriff Bezugsquellenermittlung	211
2.2	Beschaffungsstrategien unterscheiden	212
2.3	Informationen über Lieferer beschaffen	215
2.4	Informationsquellen nutzen	217

2.5	Informationswege (Kommunikationswege) recherchieren	219
3	Einen Angebotsvergleich erstellen	225
	Lernsituation 3: Angebote vergleichen	225
3.1	Grundsätzliches	225
3.2	Einfaktorenvergleich mit Bezugskalkulation	225
3.3	Mehrfaktorenvergleich (Scoring-Modell)	226
4	Die Beschaffung planen	232
4.1	Bestellpunkt- und Bestellrhythmusverfahren anwenden und dadurch den Zeitpunkt der Bestellung bestimmen (Zeitplanung)	232
	Lernsituation 4: Sich für ein Bestellverfahren entscheiden	232
4.2	Optimale Bestellmenge bestimmen (Mengenplanung)	237
	Lernsituation 5: Optimale Bestellmenge bestimmen	237
4.3	ABC-Analyse durchführen	243
	Lernsituation 6: ABC-Analyse durchführen	243
5	Bereitstellungsprinzipien unterscheiden und bewerten	250
	Lernsituation 7: Material just in time beschaffen	250
5.1	Bereitstellungsprinzipien	251
5.1.1	Bedarfsdeckung durch Vorratshaltung	251
5.1.2	Bedarfsdeckung ohne Vorratshaltung	252
6	Lagerarten und -ordnungssysteme abgrenzen und die Wirtschaftlichkeit der Lagerhaltung beurteilen	255
	Lernsituation 8: Lagerhaltung optimieren	255
6.1	Grundlagen der Lagerplanung	256
6.1.1	Funktionen und Arten des Lagers	256
	6.1.1.1 Lagerfunktionen	256
	6.1.1.2 Arten des Lagers	257
6.1.2	Strategien der Lagerbewirtschaftung (Lagerordnungssysteme)	258
	6.1.2.1 Lagerplatzvergabe	259
	6.1.2.2 Ein- und Auslagerungsstrategien	260
6.1.3	Bedeutung der Logistik	260
6.2	Beurteilung der Lagerhaltung anhand von Kennziffern	261
6.2.1	Strukturelle Lagerkennziffern	261
6.2.2	Risiken einer fehlerhaften Lagerplanung	263
6.2.3	Wirtschaftlichkeitskennziffern	264
7	Nicht-Rechtzeitige-Lieferung (Lieferungsverzug)	268
	Lernsituation 9: Mit einer nicht rechtzeitig erfolgten Lieferung umgehen	268
7.1	Begriff Lieferungsverzug	268
7.2	Rechte des Käufers beim Lieferungsverzug	270
8	Genehmigungspflichtige und genehmigungsfreie Importe unterscheiden können	277
	Lernsituation 10: Genehmigungspflichtige und genehmigungsfreie Importe unterscheiden	277

Kompetenzbereich 4: Marketing

1	Märkte mithilfe der Marktforschung analysieren und abgrenzen	282
	Lernsituation 1: Absatzmärkte erforschen	282
1.1	Marketing: Den Kunden im Mittelpunkt der betrieblichen Aktivitäten wahrnehmen	283
1.2	Marktforschung und deren Teilgebiete	285
1.3	Verfahren zur Datenerhebung	287
1.4	Kundenstruktur ermitteln	290
1.4.1	Analyse der Kundenstruktur	290
1.4.2	Bestands-, Neu- und ABC-Kunden unterscheiden	291
1.4.2.1	Bestandskunden und Neukunden	291
1.4.2.2	ABC-Kunden	292
1.4.2.3	Marktsegmentierung	294
1.5	Wettbewerbsstruktur ermitteln	295
1.5.1	Grundlagen der Wettbewerbsanalyse	295
1.5.2	Wettbewerbsituation der Branche analysieren	296
1.6	Verhalten der Wettbewerber und Kunden vor dem Hintergrund konjunktureller Phasen erfassen	297
1.6.1	Begriff Konjunktur	297
1.6.2	Merkmale des Konjunkturverlaufs	297
1.6.3	Verhalten der Wettbewerber und Kunden im Ablauf eines Konjunkturzyklus	298
1.7	Marktgrößen	300
2	Den „gläsernen Konsumenten“ aufgrund von „Big Data“ kritisch reflektieren	305
	Lernsituation 2: Kaufverhalten vorhersagen	305
2.1	Sammlung und Auswertung von elektronischen Daten (Big Data)	306
2.1.1	Begriff Big Data	306
2.1.2	Nutzung von Big Data	307
2.2	Bewertung von Big Data aus der Sicht des Konsumenten	307
3	Marketingziele festlegen und beurteilen	309
	Lernsituation 3: Marketingziele aus den Unternehmenszielen ableiten	309
3.1	Allgemeine Marketingziele festlegen	309
3.2	Konkrete Marketingziele im Hinblick auf Kunden, Konkurrenz und konjunkturelle Situation setzen	313
3.3	Marketingziele nach ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Kriterien beurteilen	315
4	Produktpolitik unter Beachtung von Produkt-Lebenszyklus und Portfolio-Analyse gestalten	317
	Lernsituation 4: Produkte gestalten und deren Lebenszyklus beschreiben	317
4.1	Produktgestaltung	317
4.1.1	Begriff Produkt	317
4.1.2	Merkmale eines Produkts	318
4.2	Konzept des Produkt-Lebenszyklus	322
4.2.1	Marktorientierte Betrachtung des Produkt-Lebenszyklus	322
4.2.2	Ökologische Betrachtung des Produkt-Lebenszyklus	325
4.3	Konzept der Portfolio-Analyse	327
	Lernsituation 5: Portfolio-Analysen durchführen	327

4.3.1	Grundsätzliches zur Portfolio-Analyse	328
4.3.2	Marktwachstum-Marktanteil-Portfolio	328
4.4	Produktprogrammpolitik	331
5	Begründete preispolitische Entscheidungen treffen	336
	Lernsituation 6: Preise gestalten	336
5.1	Grundlagen der Preispolitik	336
5.1.1	Kostenorientierte Preispolitik	337
5.1.2	Nachfrageorientierte (abnehmerorientierte) Preispolitik	337
5.1.3	Konkurrenzorientierte (wettbewerbsorientierte) Preispolitik	339
5.2	Preisstrategien	340
5.2.1	Hochpreisstrategie	340
5.2.2	Niedrigpreisstrategie	341
5.2.3	Abschöpfungspreisstrategie	341
5.2.4	Penetrationsstrategie	341
5.3	Preisdifferenzierung	342
6	Kommunikationspolitische Maßnahmen planen und beurteilen	346
	Lernsituation 7: Kommunikationspolitik gestalten	346
6.1	Begriff Kommunikationspolitik	347
6.2	Werbung	347
6.2.1	Grundsätze der Werbung	347
6.2.2	Werbeplan	348
6.2.3	Nachhaltigkeit in der Werbung	353
6.2.4	Werbeerfolgskontrolle	353
6.3	Unternehmensauftritt in sozialen Netzwerken	356
6.4	Weitere kommunikationspolitische Maßnahmen	359
6.4.1	Verkaufsförderung	359
6.4.2	Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)	360
6.4.3	Sponsoring	360
6.4.4	Neuere Formen der Kommunikationspolitik	361
6.5	Wirtschaftliche, rechtliche und ethische Grenzen der Werbung berücksichtigen	362
6.5.1	Datenschutz	362
6.5.2	Grenzen der Werbung	362
	6.5.2.1 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb [UWG]	362
	6.5.2.2 Selbstkontrolle	366
6.5.3	Auswirkungen der Kommunikationspolitik auf die Gesellschaft	367
7	Absatzwege unterscheiden und auswählen	373
	Lernsituation 8: Distributionspolitik gestalten	373
7.1	Begriff Distributionspolitik	374
7.2	Absatzwege	375
7.2.1	Direkter Absatz	375
7.2.2	Indirekter Absatz	375
7.3	Absatzorgane	376
7.3.1	Absatz über eigene Absatzorgane am Beispiel des Handlungsreisenden	376
7.3.2	Absatz über fremde Absatzorgane am Beispiel des Handelsvertreters	377
7.4	Elektronischer Handel durch Onlineshops	379
8	Einen Marketing-Mix zusammenstellen und reflektieren	384

Lernsituation 9: Konkretes Marketingkonzept entwickeln	384
8.1 Grundlagen und Begriff Marketingkonzeption	385
8.2 Wichtige strategische Marketingentscheidungen	385
8.2.1 Auswahl möglicher Zielmärkte	385
8.2.2 Festlegung der konkreten Marketingstrategie	386
8.3 Abstimmung der Maßnahmen im Marketing-Mix	386
8.3.1 Ableitung von Marketingunterzielen	386
8.3.2 Festlegung des Marketing-Mix	387
8.4 Überwachung und Reflexion des Marketing-Mix	388
Stichwortverzeichnis	393
Bilddatenverzeichnis	398