

LERNFELD 9

Marketing planen, durchführen und kontrollieren

1	Was ist Marketing?	10	5	Kommunikationspolitik	36
2	Marktforschung	11	5.1	Absatzwerbung	36
2.1	Bereiche der Marktforschung	12	5.1.1	Werbearten	36
2.1.1	Bedarfs-, Konkurrenz- und Absatz- forschung	12	5.1.2	Werbebotschaft, Werbemittel, Werbeträger	37
2.1.2	Marktbeobachtung und Marktanalyse	12	5.1.3	Die AIDA-Formel	38
2.1.3	Ökoskopische und demoskopische Markt- forschung	13	5.1.4	Werbeplanung	39
2.2	Methoden der Marktforschung	13	5.1.5	Werbeerfolgskontrolle	40
2.3	Auswertung von Daten mit Hilfe grafischer Darstellungsmöglichkeiten	15	5.1.6	Grundsätze der Werbung	41
2.3.1	Liniendiagramm	15	5.2	Verkaufsförderung (Salespromotion)	42
2.3.2	Säulen- und Balkendiagramm	16	5.3	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	43
2.3.3	Kreis- und Tortendiagramm	17	5.4	Sonderformen der Kommunikationspolitik	43
2.3.4	Grundsätze für die Auswahl von Diagrammen	18	5.4.1	Productplacement	43
2.3.5	Mit Grafiken die Wirklichkeit verfälschen	19	5.4.2	Sponsoring	44
3	Produkt- und Sortimentspolitik	20	5.4.3	Direktmarketing	44
3.1	Der Produktlebenszyklus	22	5.5	Rechtliche Rahmenbedingungen der Werbung	44
3.2	Sortimentsanpassungen	23	5.5.1	Unlauterer Wettbewerb	45
3.2.1	Notwendigkeit der Sortimentsanpassung	23	5.5.2	Irreführende Werbung	45
3.2.2	Maßnahmen der Sortimentsanpassung	24	5.5.3	Vergleichende Werbung	47
3.3	Sortimentsentscheidungen auf der Grundlage eines Warenwirtschaftssystems	26	5.5.4	Unzumutbare Belästigung	47
4	Distributionspolitik	28	5.5.5	Strafvorschriften	48
4.1	Absatzorganisation	29	5.5.6	Rechtsfolgen bei Wettbewerbsverstößen	48
4.2	Absatzwege	29	6	Marketingkonzeptionen	49
4.3	Absatzmittler	30	6.1	Positionierung	50
4.3.1	Reisender	30	6.1.1	Positionierungsmodell	51
4.3.2	Handelsvertreter	30	6.1.2	Wettbewerbspositionen	52
4.3.3	Kommissionär	31	6.2	Copy-Strategie	53
4.3.4	Handelsmakler	32	6.3	Copy-Analyse	57
4.3.5	Die Wahl des geeigneten Absatzmittlers	33	6.4	Interkulturelle Aspekte von Marketing	59
4.4	Franchising	34	6.4.1	Kulturdimensionen nach Hofstede	60
4.5	Absatzhelfer	35	6.4.2	Bedeutung des Umfeldes bei der Kommunikation	62
			7	Absatzcontrolling	63

LERNFELD 10

Finanzierungsentscheidungen treffen

1	Finanzierung, Investition und Kapitalbedarf	66	4	Besonderheiten im Außenhandelsgeschäft	96
1.1	Der Betriebsprozess als güter- und finanzwirtschaftlicher Prozess	66	4.1	Risiken im Außenhandelsgeschäft	96
1.2	Die Notwendigkeit der Finanzierung	67	4.2	Wirtschaftliche Risiken und ihre Absicherung	98
1.3	Ermittlung der Kapitalbedarfs	68	4.2.1	Das Wechselkursrisiko	98
1.4	Finanzierungsregeln	70	4.2.2	Absicherung des Wechselkursrisikos	99
2	Zinsrechnung	71	4.2.3	Das Kreditrisiko	99
2.1	Vergleich von Prozent- und Zinsrechnung	71	4.2.4	Absicherung des Kreditrisikos durch Dokumenteninkasso (Documents against payment, D/P)	100
2.2	Die allgemeine Zinsformel	72	4.2.5	Absicherung des Kreditrisikos durch Dokumentenakkreditiv (Letter of Credit, L/C)	104
2.2.1	Jahreszinsen	72	4.2.6	Weitere Sicherungsmöglichkeiten	108
2.2.2	Monatszinsen	73	5	Insolvenz	109
2.2.3	Tageszinsen	73	5.1	Das Problem der Liquidität	109
2.2.4	Zinszahl und Zinsteiler	74	5.2	Ein Unternehmen wird illiquide	112
2.2.5	Summarische Zinsrechnung	75	5.3	Das Insolvenzverfahren	113
2.3	Berechnung von Zinsfuß und Zinssatz	76	5.3.1	Grundsätzliches	113
2.4	Berechnung der Zeit	76	5.3.2	Wirkungen des Eröffnungsbeschlusses auf die Beteiligten	114
2.5	Berechnung des Kapitals	77	5.3.3	Einteilung der Gläubiger	115
2.6	Die effektive Verzinsung	77	5.3.4	Verwertung und Verteilung der Insolvenzmasse	116
2.6.1	Die effektive Verzinsung von Krediten	77	5.3.5	Die Zwangsvollstreckung	118
2.6.2	Die effektive Verzinsung von Kapitalanlagen	78	5.4	Die private Insolvenz (Verbraucherinsolvenz)	119
3	Kapitalbeschaffung (Finanzierung)	80	6	Risiken im Außenhandel erkennen und managen	121
3.1	Überblick	80	6.1	Wirtschaftliche Risiken	121
3.2	Innenfinanzierung	81	6.2	Politische Risiken	122
3.2.1	Finanzierung aus einbehaltenen Gewinnen	81	6.2.1	Makrorisiken	122
3.2.2	Finanzierung aus Abschreibungsgegenwerten	82	6.2.2	Kulturelle Risiken	123
3.2.3	Finanzierung aus Rückstellungsgegenwerten	83	6.2.3	Dispositionsrisiken	125
3.3	Außenfinanzierung	83	6.2.4	Weitere politische Risiken	125
3.3.1	Einlagen-/Beteiligungsfinanzierung	83			
3.3.2	Fremdfinanzierung	85			
3.3.3	Kreditrisiko und Kreditsicherung	89			
3.4	Sonderformen der Finanzierung	92			
3.4.1	Factoring	92			
3.4.2	Leasing	94			



7	Informationsbeschaffung zur Risikoabschätzung im Außenhandel	126
7.1	Abschätzung des wirtschaftlichen Risikos	126
7.1.1	Informationsquellen für den Exporteur	126
7.1.2	Informationsquellen für den Importeur	128
7.2	Abschätzung des politischen Risikos	128
7.2.1	Länderanalysen	128
7.2.2	Länder-Ratings und Länder-Rankings	131
7.3	Abschätzung des Wechselkursrisikos	132
8	Risikomanagement im Außenhandel	133
8.1	Risikoverhalten	133
8.2	Absicherung von wirtschaftlichen Risiken	134
8.3	Absicherung von politischen Risiken	135
8.4	Absicherung des Wechselkursrisikos	135
8.4.1	Finanzhedging	135
8.4.2	Devisentermingeschäft	136
8.4.3	Devisenoptionen	141
8.5	Staatliche Exportkreditversicherung	145
8.5.1	Absicherungsmöglichkeiten	146
8.5.2	Exportkreditbürgschaft und Exportkreditgarantie (Ausfuhrbürgschaft, Ausfuhrgarantie)	147



8.5.3	Formen der Exportkreditgewährleistung des Bundes	148
8.5.4	Lieferantenkreditdeckung	148
8.5.5	Voraussetzungen für die Absicherung kurzfristiger Exportgeschäfte	151
8.5.6	Absicherung mittel- und langfristiger Exportgeschäfte	152
8.5.7	Fabrikationsrisikodeckung	152
8.5.8	Bestellerkredite (Finanzkreditdeckung)	153
8.5.9	Tarifsystem der Exportkreditgewährleistungen des Bundes	154
8.5.10	Internationale Vereinbarungen	154
9	Außenhandelsfinanzierung	155
9.1	Kurzfristige Außenhandelsfinanzierung	156
9.1.1	Dokumentenvorschuss und Dokumentenbeileihung	157
9.1.2	Wechselkredite	158
9.1.3	Akkreditivkredit	159
9.1.4	Rembourskredit	159
9.1.5	Negoziierungskredit	160
9.2	Exportfactoring	161
9.3	Bankgarantien	162



LERNFELD 11

Unternehmensergebnisse aufbereiten, bewerten und nutzen

1	Unternehmensergebnisse aufbereiten und bewerten	164
1.1	Zeitliche Erfolgsabgrenzung	164
1.1.1	Sonstige Forderungen	165
1.1.2	Sonstige Verbindlichkeiten	166
1.1.3	Aktive Rechnungsabgrenzung	167
1.1.4	Passive Rechnungsabgrenzung	169
1.2	Rückstellungen	171
1.2.1	Bildung einer Rückstellung	172
1.2.2	Auflösung einer Rückstellung	173
1.3	Bewertung von Vermögen und Schulden	175
1.3.1	Bewertungsgrundsätze und -prinzipien	175
1.3.2	Bewertung des Anlagevermögens bei der Anschaffung	180
1.3.3	Abschreibung von Anlagevermögen	182

1.3.4	Geringwertige Wirtschaftsgüter	188
1.3.5	Bewertung der Warenbestände	189
1.3.6	Bewertung von Forderungen	194
1.3.7	Bewertung von Wertpapieren des Umlaufvermögens	198
1.3.8	Bewertung von Schulden	198
1.3.9	Bedeutung von Bewertungsentscheidungen	199
2	Unternehmensergebnisse ausweisen (Jahresabschluss)	200
2.1	Offenlegungs- und Prüfungspflichten	200
2.1.1	Offenlegungspflichtige Unternehmen	201
2.1.2	Rechnungslegungspflichten der Kapitalgesellschaften	201

2.2	Bilanz	203
2.2.1	Gliederung der Bilanz	203
2.2.2	Ausweis des Eigenkapitals in der Bilanz	205
2.3	Gewinn- und Verlustrechnung	207
2.4	Anhang und Lagebericht	209
3	Unternehmensergebnisse auswerten, nutzen und sichern	210
3.1	Auswertung der Bilanz	211
3.1.1	Vermögensstruktur	213
3.1.2	Kapitalstruktur	213
3.1.3	Anlagendeckung	214

3.1.4	Liquidität	215
3.2	Auswertung der Gewinn- und Verlust- rechnung	216
3.2.1	Intensitätskennziffern	217
3.2.2	Rentabilitätskennziffern	217
3.3	Budgetierung	219
3.3.1	Aufstellung von Budgets	219
3.3.2	Soll-Ist-Vergleich	220
3.3.3	Abweichungsanalyse	220
3.4	Ökologische und soziale Folgewirkungen	221
3.5	Statistische Auswertungen	224
3.6	Datensicherung und Datenschutz	227

LERNFELD 12

Berufsorientierte Projekte für den Groß- und Außenhandel durchführen

1	Projektmanagement	230
1.1	Phase: Projektdefinition	231
1.1.1	Problembeschreibung und Problemanalyse	231
1.1.2	Zielfestlegung	233
1.1.3	Projektauftrag	236
1.2	Phase: Projektplanung	237
1.2.1	Arbeitspakete	238
1.2.2	Projektstrukturplan	239
1.2.3	Projektablauf- und Terminplan	239
1.2.4	Kapazitätsplanung	244
1.2.5	Kostenplanung	244
1.3	Phase: Projektdurchführung	245
1.3.1	Projektsteuerung	245
1.3.2	Projektcontrolling	246
1.3.3	Projektdokumentation	249
1.4	Phase: Projektabschluss	250

2	Rahmenbedingungen für die Gründung eines Großhandelsunternehmens	252
2.1	Betriebsformen des Großhandels	252
2.2	Standortwahl	253
2.3	Kundenorientierung als zentraler Erfolgs- faktor im Großhandel	255
2.4	Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischen Handelns	256
2.4.1	Kaufmannseigenschaften	256
2.4.2	Firma	257
2.4.3	Handelsregister	258
2.5	Stellvertretung und Vollmachten im Handelsrecht	259
2.5.1	Prokura	259
2.5.2	Handlungsvollmacht	260
2.6	Rechtsformen von Unternehmen	261

Arbeit mit der beiliegenden CD-ROM	262
Stichwortverzeichnis	263
Kontenplan der BPK GmbH	268
Bildquellenverzeichnis	270

