

Jetzt mit
eLearning

*besser
lernen*



Betriebswirtschaftslehre

**Georg Erdmann
Michael Krupp**

Betriebswirtschaftslehre

Georg Erdmann
Michael Krupp

Betriebswirtschaftslehre

Inhaltsverzeichnis

Betriebswirtschaftslehre

Impressum

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Über die Autoren

MyLab | Betriebswirtschaftslehre

Teil I - Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Kapitel 1 - Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre

1.1 Die Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin

1.1.1 Ziele von Wissenschaft und Forschung

1.1.2 Die Betriebswirtschaftslehre als Teildisziplin der
Wirtschaftswissenschaften

1.1.3 Wissenschaftliche Ansätze der Betriebswirtschaftslehre

1.2 Die Grundkonzeption des Wirtschaftens und Begrifflichkeiten der
Betriebswirtschaftslehre

1.2.1 Wirtschaften als Grundkonzept

1.2.2 Das ökonomische Prinzip als Generalnorm des Wirtschaftens

1.2.3 Betriebe als Institutionen der Bedarfsdeckung

1.3 Die Betriebswirtschaftslehre in Theorie und Praxis

1.3.1 Wertschöpfung und betriebswirtschaftliche Grundfunktionen

1.3.2 Teilgebiete der Betriebswirtschaftslehre

1.3.3 Einteilungsmöglichkeiten von Unternehmen in der Praxis

Teil II - Konstitutive Entscheidungen

Kapitel 2 - Unternehmensziele und Stakeholdermanagement

2.1 Unternehmensziele

2.1.1 Funktionen von Zielen

2.1.2 Arten von Zielen

2.1.3 Zielbeziehungen

2.1.4 Inhaltliche und organisatorische Aspekte der Zielfindung in Unternehmen

2.2 Stakeholdermanagement – Anspruchsgruppen im Unternehmen und ihre
Zielsetzungen

2.2.1 Stakeholder und ihre Interessen

2.2.2 Einfluss der Gesellschafterstruktur auf die Unternehmensziele

2.2.3 Gesetzliche Regelungen zum Schutz und Ausgleich der Interessen

Kapitel 3 - Standortwahl und Unternehmensverbindungen

3.1 Standortwahl

3.1.1 Begriffsbestimmung Standort

3.1.2 Allgemeine Kriterien der Standortwahl

3.1.3 Strategische und operative Standortwahl

3.2 Unternehmensverbindungen und Unternehmensumwandlungen

Inhaltsverzeichnis

- 3.2.1 Marktlösung oder Unternehmensbildung
- 3.2.2 Unternehmensverbindungen – Kooperationsformen
- 3.2.3 Unternehmensverbindungen – Konzentrationsformen
- 3.2.4 Share Deal und Asset Deal als Formen des Unternehmenskaufs
- 3.2.5 Unternehmensumwandlungen – Verschmelzung und Spaltung

Kapitel 4 - Rechtsformen

- 4.1 Rechtsformen des deutschen öffentlichen Rechts
 - 4.1.1 Öffentlich-rechtliche Betriebe ohne Rechtspersönlichkeit
 - 4.1.2 Öffentlich-rechtliche juristische Personen
- 4.2 Rechtsformen des deutschen Privatrechts
 - 4.2.1 Einführung
 - 4.2.2 Einzelunternehmung
 - 4.2.3 Einführung in das Gesellschaftsrecht
 - 4.2.4 Gemeinsamkeiten aller Gesellschaften
 - 4.2.5 Gemeinsamkeiten aller Personengesellschaften
 - 4.2.6 Gemeinsamkeiten aller Körperschaften
 - 4.2.7 Personengesellschaften – Außengesellschaften
 - 4.2.8 Reine Innengesellschaften und ähnliche Vertragsbeziehungen
 - 4.2.9 Körperschaften
- 4.3 Rechtsformen außerhalb des deutschen Rechts
 - 4.3.1 Rechtsformen des europäischen Rechts
 - 4.3.2 Internationales Gesellschaftsrecht und ausländische Gesellschaftsformen

Teil III - Unternehmensführung

Kapitel 5 - Strategie

- 5.1 Grundlagen des strategischen Managements
 - 5.1.1 Herkunft und historische Entwicklungsphasen des strategischen Denkens
 - 5.1.2 Begrifflichkeiten des Strategischen Managements
 - 5.1.3 Wie entwickelt man eine Strategie?
- 5.2 Marktanalyse
 - 5.2.1 PESTEL-Analyse
 - 5.2.2 5-Kräfte-Modell
 - 5.2.3 Strategie-Mapping
- 5.3 Unternehmensanalyse
 - 5.3.1 Wertkettenanalyse
 - 5.3.2 Ressourcenanalyse
 - 5.3.3 Stärken-Schwächen-Profil
- 5.4 Strategische Optionen
 - 5.4.1 SWOT-Inventar
 - 5.4.2 TOWS-Matrix
 - 5.4.3 Portfolioanalyse
- 5.5 Strategieauswahl
- 5.6 Strategiekonzeption
 - 5.6.1 Generische Wettbewerbsstrategien
 - 5.6.2 Hybride Wettbewerbsstrategien
 - 5.6.3 Dynamische Wettbewerbsstrategien

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 6 - Organisation

6.1 Grundlagen der Organisationsgestaltung

- 6.1.1 Elemente der Organisationsstruktur
- 6.1.2 Mechanistische und organische Strukturen
- 6.1.3 Kontingenzfaktoren der Strukturwahl
- 6.1.4 Traditionelle Formen der Organisationsstrukturierung

6.2 Moderne Organisationsgestaltung

- 6.2.1 Moderne Formen der Organisationsgestaltung
- 6.2.2 Zusammenarbeit organisieren
- 6.2.3 Flexible Arbeitssysteme
- 6.2.4 Aktuelle Herausforderungen der Organisationsgestaltung

6.3 Kritische Perspektiven

Kapitel 7 - Personal

7.1 Einleitung

7.2 Personalkapazitätsmanagement

- 7.2.1 Grundlagen
- 7.2.2 Teilbereiche des Personalkapazitätsmanagements
- 7.2.3 Besondere Bedeutung der Personalbedarfsplanung
- 7.2.4 Bildung von Mitarbeitergruppen
- 7.2.5 Alters- und Personalstrukturanalyse
- 7.2.6 Prognose des Personalbestandes zum Planungshorizont
- 7.2.7 Prognose des Bruttopersonalbedarfes
- 7.2.8 Ermittlung des Nettopersonalbedarfes
- 7.2.9 Bestimmung von Handlungsoptionen
- 7.2.10 Nachfolgeplanung

7.3 Personalrekrutierung und Personalauswahl

- 7.3.1 Grundlagen
- 7.3.2 Arten der Personalrekrutierung
- 7.3.3 Maßnahmen der Personalauswahl
- 7.3.4 Bewerbermanagementsysteme
- 7.3.5 Candidate Experience Management
- 7.3.6 Onboarding
- 7.3.7 Veränderungen der Rolle der Personaler

7.4 Personalentwicklung

- 7.4.1 Grundlagen
- 7.4.2 Funktionszyklus systematischer Personalentwicklung

7.5 Personalanpassung

- 7.5.1 Grundlagen und Maßnahmen der Personalanpassung
- 7.5.2 Gründe und Herausforderungen der Personalanpassung
- 7.5.3 Maßnahmen der Personalanpassung ohne Personalabbau
- 7.5.4 Maßnahmen der Personalfreisetzung mit Personalabbau
- 7.5.5 Praxisorientierte Handlungsfelder
- 7.5.6 Betroffene der Personalanpassung

Teil IV - FACT Finance, Accounting, Controlling, Taxation

Kapitel 8 - Einführung Finanzen und Grundlagen der Buchführung

Inhaltsverzeichnis

8.1 Der Finanzbereich eines Unternehmens

- 8.1.1 Definitive Abgrenzungen
- 8.1.2 Allgemeine Aufgaben des Finanzbereichs
- 8.1.3 Teilsysteme des Finanzbereichs – Aufgaben, Begriffe und Rechengrößen

8.2 Grundlagen der Buchführung

- 8.2.1 Bilanz, Konto, Sollbuchung, Habenbuchung
- 8.2.2 Arten von Geschäftsvorfällen
- 8.2.3 Erfolgsneutrale Buchungen in der Bilanz
- 8.2.4 Erfolgswirksame Buchungen in der Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)
- 8.2.5 Behandlung der Umsatzsteuer in der Buchführung
- 8.2.6 Kontenrahmen und Organisation der Buchführung

Kapitel 9 - Bilanzierung und Jahresabschluss

9.1 Grundlagen des externen Rechnungswesens

- 9.1.1 Begriff des externen Rechnungswesens
- 9.1.2 Aufgaben des externen Rechnungswesens
- 9.1.3 Adressaten des externen Rechnungswesens
- 9.1.4 Begriffliche Grundlagen des externen Rechnungswesens
- 9.1.5 Rechtsgrundlagen des externen Rechnungswesens
- 9.1.6 Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung

9.2 Bilanzierung und Jahresabschluss

- 9.2.1 Bestandteile des Jahresabschlusses
- 9.2.2 Erstellung, Offenlegung und Prüfung des Jahresabschlusses
- 9.2.3 Ansatz von Vermögenswerten und Schulden
- 9.2.4 Bewertung von Vermögensgegenständen und Schulden
- 9.2.5 Rechnungsabgrenzungsposten
- 9.2.6 Ausweis

9.3 Besonderheiten des externen Rechnungswesens nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS)

- 9.3.1 Grundlagen der internationalen Rechnungslegung
- 9.3.2 Normsetzende Institution
- 9.3.3 Bestandteile eines IFRS-Abschlusses
- 9.3.4 Wesentliche Bilanzierungsgrundsätze nach IFRS

Kapitel 10 - Kosten- und Leistungsrechnung

10.1 Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung

- 10.1.1 Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung
- 10.1.2 Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung
- 10.1.3 Abgrenzung zwischen internem und externem Rechnungswesen

10.2 Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung

- 10.2.1 Kostenrechnungsbegriffe
- 10.2.2 Vergleich variable Kosten/fixe Kosten und Einzelkosten/ Gemeinkosten
- 10.2.3 Kostenrechnungssysteme
- 10.2.4 Verrechnungsprinzipien der Kostenrechnung

10.3 Kostenartenrechnung

- 10.3.1 Inhalte und Aufgaben der Kostenartenrechnung
- 10.3.2 Systematisierungskriterien für Kostenarten
- 10.3.3 Grundsätze der Kostenartenrechnung

Inhaltsverzeichnis

10.3.4 Erfassung wesentlicher Kostenarten

10.4 Kostenstellenrechnung

10.4.1 Inhalte und Aufgaben der Kostenstellenrechnung

10.4.2 Systematisierungskriterien für Kostenstellen

10.4.3 Grundsätze der Kostenstellenrechnung

10.4.4 Innerbetriebliche Leistungsverrechnung

10.5 Kostenträgerrechnung

10.5.1 Inhalte und Aufgaben der Kostenträgerrechnung

10.5.2 Kostenträgerzeitrechnung – Betriebsergebnisrechnung

10.5.3 Kostenträgerstückrechnung – Kalkulation

10.6 Deckungsbeitragsrechnung

10.6.1 Mängel der Vollkostenrechnung und Ansatzpunkte der Teilkostenrechnung

10.6.2 Kostenauflösung/Kostenspaltung

10.6.3 Einfach gestufte Deckungsbeitragsrechnung

10.6.4 Anwendungen der Deckungsbeitragsrechnung zur Entscheidungsunterstützung

10.6.5 Mehrfach gestufte Deckungsbeitragsrechnung

10.6.6 Vergleich Vollkostenrechnung und Teilkostenrechnung bei Lagerveränderungen

10.6.7 Bewertung Vollkostenrechnung/Teilkostenrechnung

Kapitel 11 - Investitionsrechnung und Unternehmensfinanzierung

11.1 Begriffe, Aufgaben und Teilgebiete der Finanzwirtschaft

11.1.1 Aufgaben und Teilgebiete der Finanzwirtschaft

11.1.2 Finanzwirtschaftliche Grundbegriffe

11.2 Finanzmarkttheoretische Grundlagen der Finanzwirtschaft

11.2.1 Begrifflichkeiten zu Finanzmärkten

11.2.2 Funktionen von Finanzmärkten

11.2.3 Theoretische Grundannahmen zu Finanzmärkten

11.2.4 Finanzmarktesetzgebung und Finanzmarktregulierung

11.3 Grundlagen, Aufgaben und Methoden der Investitionsrechnung

11.3.1 Finanzmathematische Grundlagen der Investitionsrechnung

11.3.2 Ziele und Arten von Investitionen

11.3.3 Der Investitionsprozess

11.3.4 Aufgaben und Fragestellungen der Investitionsrechnung

11.3.5 Statische Methoden der Investitionsrechnung

11.3.6 Dynamische Methoden der Investitionsrechnung

11.4 Ermittlung des Kapitalbedarfs

11.4.1 Grundlagen zur Kapitalbedarfsermittlung

11.4.2 Ermittlung des kurzfristigen Kapitalbedarfs

11.4.3 Ermittlung des mittel- bis langfristigen Kapitalbedarfs

11.5 Finanzierungsarten

11.5.1 Systematisierung unterschiedlicher Finanzierungsarten

11.5.2 Innenfinanzierung

11.5.3 Außenfinanzierung

11.5.4 Sonderformen der Finanzierung

11.5.5 Kapitalkosten und Verschuldungsgrad

Kapitel 12 - Steuern

Inhaltsverzeichnis

12.1 Grundlagen des deutschen Steuersystems

12.1.1 Einleitung

12.1.2 Differenzierte Besteuerung von Kapitalgesellschaft und ihren Anteilseignern

12.1.3 Fall 1: Anteilseigner ist eine natürliche Person und hält seine Anteile im Privatvermögen

12.1.4 Fall 2: Anteilseigner ist eine natürliche Person und hält seine Anteile im Betriebsvermögen

12.1.5 Fälle 3 und 4: Anteilseigner ist eine Kapitalgesellschaft

12.2 Körperschaftsteuer

12.2.1 Persönliche Steuerpflicht

12.2.2 Unbeschränkte Körperschaftsteuerpflicht

12.2.3 Beschränkte Körperschaftsteuerpflicht

12.2.4 Ermittlung des steuerbilanziellen Gewinns

12.2.5 Ermittlung des zu versteuernden Einkommens

12.2.6 Körperschaftsteuerliche Verluste

12.2.7 Verlustuntergang

12.2.8 Festsetzung der Körperschaftsteuer

12.3 Gewerbesteuer

12.3.1 Einleitung

12.3.2 Ermittlung der Gewerbesteuer

12.3.3 Gewerbeverlust

12.3.4 Berechnung der Gewerbesteuer

12.4 Grundzüge der steuerlichen Organschaft

Kapitel 13 - Controlling

13.1 Controlling – Theorien und Begrifflichkeiten

13.1.1 Theorien und Entwicklungslinien des Controllings

13.1.2 Definition wesentlicher Begriffe im Controlling

13.2 Gestaltung des Controllings in funktionaler, zeitlicher und organisatorischer Sicht

13.2.1 Aufgaben und Funktionen des Controllings

13.2.2 Zeitliche Dimensionen des Controllings

13.2.3 Abgrenzung des Controllings von anderen Unternehmensbereichen

13.2.4 Organisation des Controllings/Controllership

13.3 Informationsorientierte Grundlagen des Controllings

13.3.1 Externes Rechnungswesen

13.3.2 Internes Rechnungswesen

13.3.3 EDV-Einsatz im Controlling

13.4 Strategisches Controlling

13.4.1 Unternehmensziele und Unternehmensstrategie

13.4.2 Aufbau und Teilschritte im Strategiefindungsprozess

13.4.3 Aufgaben des strategischen Controllings

13.5 Operatives Controlling – Unternehmensplanung

13.5.1 Grundlagen zur Unternehmensplanung

13.5.2 Darstellung des operativen Planungsprozesses

13.5.3 Sachzielplanung und Formalzielplanung

13.5.4 Aufgaben des Controllers im Rahmen der operativen Unternehmensplanung

Inhaltsverzeichnis

13.5.5 Planungsprobleme in der Praxis

13.5.6 Ausblick auf weitergehende Planungsverfahren

13.6 Operatives Controlling – Steuerung, Kontrolle und Abweichungsanalysen

13.6.1 Grundlagen zu Steuerung und Kontrolle

13.6.2 Erstellung von Forecasts

13.6.3 Grundlagen zur Abweichungsanalyse

13.6.4 Analyse von Kostenabweichungen

13.6.5 Analyse von Umsatzabweichungen

13.7 Berichtswesen

13.7.1 Grundlagen zum Berichtswesen

13.7.2 Verwendung von Berichten im Controlling

13.7.3 Konzeption des Berichtswesens

13.7.4 Berichtsarten

13.8 Kennzahlen und Kennzahlensysteme

13.8.1 Grundlagen zu Kennzahlen

13.8.2 Verwendung von Kennzahlen im Controlling

13.8.3 Kennzahlensysteme

13.8.4 Grenzen von Kennzahlen und Kennzahlensystemen

Teil V - Wertschöpfung

Kapitel 14 - Beschaffung

14.1 Materialwirtschaft

14.1.1 Stücklisten

14.1.2 Bedarfsermittlung und -planung

14.1.3 Beschaffungsplanung

14.1.4 Teileklassifizierung

14.2 Einkauf

14.2.1 Instrumente im strategischen Einkauf

14.2.2 Operativer Einkauf – Bestellverfahren

14.2.3 E-Procurement

14.3 Logistik

14.3.1 Kernfunktion Transport

14.3.2 Kernfunktion Umschlag

14.3.3 Kernfunktion Lager

14.3.4 Logistik als Querschnittsfunktion

Kapitel 15 - Produktion

15.1 Der industrielle Produktionsprozess aus betriebswirtschaftlicher Sicht – Fertigungsverfahren, Zielsystem und Aufgabenverteilung

15.1.1 Betriebswirtschaftliche Fertigungsverfahren

15.1.2 Das Zielsystem – Ziele, Zielerreichung und Kennzahlen

15.1.3 Zuständigkeiten und Aufgabenverteilung im Produktionsprozess

15.2 Produktionslogistik im weiteren Sinne – Ansätze und Methoden der Produktionsplanung und -steuerung

15.2.1 Strategische Produktionsplanungs- und Steuerungsprinzipien: Push vs. Pull

– die beiden grundlegenden Steuerungsverfahren im Überblick

15.2.2 Verfahren zur operativen Produktionsplanung und -steuerung

Inhaltsverzeichnis

15.3 Auswirkung der Produktionsplanung und -steuerung auf die Produktionslogistik im engeren Sinn

- 15.3.1 Funktionsübergreifend: das Chirurg-Krankenschwester-Prinzip
- 15.3.2 Funktion Transport: Produktionsversorgung nach dem Milkrun-Prinzip (intern wie extern)
- 15.3.3 Funktion Lagerung und Warenbereitstellung: Supermarktprinzip (Kanban), Konsignationslager, Vendor Managed Inventory (VMI), Just-in-Time (JIT)
- 15.3.4 Funktion Umschlag und Kommissionierung: Just-in-Sequence (JIS), Standardisierung des Umschlag- und Kommissionierequipments

Kapitel 16 - Vertrieb

16.1 Vertriebskanal als Distributionsrahmen

16.2 Gestaltungsparameter des Vertriebskanals

- 16.2.1 Bestimmung der Vertriebskanaltiefe
- 16.2.2 Bestimmung der Vertriebskanalbreite
- 16.2.3 Bestimmung der Vertriebskanalstruktur
- 16.2.4 Bestimmung des Vertriebskanalsystems
- 16.2.5 Bestimmung der Vertriebskanalform

16.3 Direktvertriebsformen

- 16.3.1 Nullstufenvertrieb
- 16.3.2 Halbstufenvertrieb

16.4 Indirektvertriebsformen

- 16.4.1 Strukturen im indirekten Vertriebskanal
- 16.4.2 Beziehungen im indirekten Vertriebskanal

16.5 Verkaufsabwicklung

- 16.5.1 Logistische Distribution
- 16.5.2 Persönlicher Verkauf

16.6 Verkaufsgespräch

- 16.6.1 Verkäufersignale
- 16.6.2 Kundenqualifizierung
- 16.6.3 Gesprächsablauf
- 16.6.4 Nachbereitung

16.7 E-Commerce-Verkauf

16.8 Verkaufsförderung

16.9 Kundenwertsteuerung

Kapitel 17 - Supply Chain Management

17.1 Die dritte Bedeutung der Logistik: Supply Chain Management als durchgängiges Management von Fließsystemen

- 17.1.1 Historische Entwicklung der Logistik zu einem übergreifenden Management-Ansatz
- 17.1.2 Logistik als Management von Fließsystemen
- 17.1.3 Supply Chain Management als (unternehmens-) übergreifender Managementansatz

17.2 Typische Herausforderungen im Supply Chain Management

17.3 Allgemeine Optimierungsansätze

17.4 Werkzeuge des Supply Chain Management

Inhaltsverzeichnis

- 17.4.1 Werkzeuge aus dem Lean Management
- 17.4.2 Postponement
- 17.4.3 Open Book Strategy
- 17.4.4 IT-Integration
- 17.4.5 ERP-Systeme
- 17.4.6 Physische und informatorische Sicht von Prozessen
- 17.4.7 Big Data Management
- 17.4.8 Cloud Computing
- 17.4.9 Referenzmodelle

17.5 Efficient Consumer Response (ECR) – die Lösung aus dem Handel

- 17.5.1 Geschichte und Grundlagen des ECR
- 17.5.2 Basismodelle und Bausteine des ECR

17.6 Grenzen des Supply Chain Management

Kapitel 18 - Lean Management

18.1 Historische Entwicklung von Toyota zu Six Sigma

- 18.1.1 Moderne Arbeitsteilung bei Taylor und Ford
- 18.1.2 Toyota-Produktionssystem
- 18.1.3 PDCA-Zyklus und Qualitätsmanagement
- 18.1.4 Six Sigma und Lean Management

18.2 Bestandteile und Ebenen des Lean Managements

- 18.2.1 Philosophie und Prinzipien des Lean Managements
- 18.2.2 Prozesse im Lean Management
- 18.2.3 Mitarbeitereinbindung
- 18.2.4 Optimierungswerkzeuge

18.3 Organisatorische Verankerung von Lean Management

- 18.3.1 Verankerung durch ein Produktionssystem als Regelwerk
- 18.3.2 Verankerung in die Organisationsstruktur
- 18.3.3 Verankerung bei den Mitarbeitern durch Schulungskonzepte und Lean-Akademien

18.4 Methoden und Werkzeuge des Lean Managements

- 18.4.1 Kennzahlen im Lean Management
- 18.4.2 U-Zelle – Fließinsel-Prinzip
- 18.4.3 5S/5A – Arbeitsplatzorganisation
- 18.4.4 Poka Yoke
- 18.4.5 Ishikawa-Diagramm
- 18.4.6 5W-Fragetechnik
- 18.4.7 Sehen lernen & Gemba – Management by walking around
- 18.4.8 Wertstromanalyse
- 18.4.9 Visual Management – Steuerung durch Visualisierung
- 18.4.10 Kaizen – kontinuierliche Verbesserung gestalten

Kapitel 19 - Marketing

19.1 Darstellung und Bedeutung des Marketings

- 19.1.1 Marketingphilosophie
- 19.1.2 Marketinginhalte

19.2 Zentrale Elemente der Marketingkonzeption

- 19.2.1 Element Kundenbeziehungen

Inhaltsverzeichnis

19.2.2 Element Marktsegmentierung

19.2.3 Element Markenartikel

19.2.4 Element Angebotspositionierung

19.3 Marketing-Instrumentarium

19.3.1 Produkt- und Programmpolitiken im Marketing

19.3.2 Preis- und Konditionenpolitiken im Marketing

19.3.3 Kommunikations- und Identitätspolitiken im Marketing

19.3.4 Marketing-Instrumental-Mix

19.4 Käuferverhalten im Marketing

19.4.1 Privates Einkaufsverhalten

19.4.2 Gewerbliches Beschaffungsverhalten

19.5 Marktforschung als Wissensbasis im Marketing

19.5.1 Inhalte

19.5.2 Informationsquellen

19.5.3 Erhebungsformen

19.6 Sektorales und spezielles Marketing

19.7 Ausblick: Beziehungsmarketing

Endnoten

Register

Copyright

Copyright

Daten, Texte, Design und Grafiken dieses eBooks, sowie die eventuell angebotenen eBook-Zusatzdaten sind urheberrechtlich geschützt. Dieses eBook stellen wir lediglich als **persönliche Einzelplatz-Lizenz** zur Verfügung!

Jede andere Verwendung dieses eBooks oder zugehöriger Materialien und Informationen, einschließlich

- der Reproduktion,
- der Weitergabe,
- des Weitervertriebs,
- der Platzierung im Internet, in Intranets, in Extranets,
- der Veränderung,
- des Weiterverkaufs und
- der Veröffentlichung

bedarf der **schriftlichen Genehmigung** des Verlags. Insbesondere ist die Entfernung oder Änderung des vom Verlag vergebenen Passwort- und DRM-Schutzes ausdrücklich untersagt!

Bei Fragen zu diesem Thema wenden Sie sich bitte an: **info@pearson.de**

Zusatzdaten

Möglicherweise liegt dem gedruckten Buch eine CD-ROM mit Zusatzdaten oder ein Zugangscode zu einer eLearning Plattform bei. Die Zurverfügungstellung dieser Daten auf unseren Websites ist eine freiwillige Leistung des Verlags. **Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.** Zugangscodes können Sie darüberhinaus auf unserer Website käuflich erwerben.

Hinweis

Dieses und viele weitere eBooks können Sie rund um die Uhr und legal auf unserer Website herunterladen:

<https://www.pearson-studium.de>