

# Inhaltsverzeichnis

	Zur Reihe «Management / Leadership für Führungsfachleute»	6
	Vorwort zur 3. Auflage	7
<b>Teil A</b>	<b>Operatives Management</b>	<b>9</b>
	Einstieg	10
	<b>1 Der Problemlösungsprozess und die Steuerungsfunktionen</b>	<b>11</b>
	1.1 Problemlösungsprozess	11
	1.2 Steuerungsfunktionen des Problemlösungsprozesses	13
	Zusammenfassung	16
	Repetitionsfragen	16
	<b>2 Marketing</b>	<b>17</b>
	2.1 Definition: Was ist Marketing?	17
	2.2 Die Entwicklung des Marketings	19
	2.3 Marketingarten	24
	2.4 Marketingkonzept	28
	2.5 Marktforschung	31
	2.6 Marketing-Mix	32
	Zusammenfassung	36
	Repetitionsfragen	37
	<b>3 Leistungserstellung</b>	<b>39</b>
	3.1 Beschaffung	39
	3.2 Produktion	46
	3.3 Logistik	51
	Zusammenfassung	57
	Repetitionsfragen	58
	<b>4 Ökologiemanagement</b>	<b>59</b>
	4.1 Ökologiepolitik	59
	4.2 Der Ökologiemanagement-Prozess	60
	4.3 Kosten und Nutzen des Ökologiemanagements	62
	Zusammenfassung	63
	Repetitionsfragen	63
	<b>5 Unterstützungsprozesse</b>	<b>65</b>
	5.1 Informationsmanagement	66
	5.2 Personalmanagement	72
	5.3 Management von Rechtsaufgaben und Compliance	73
	5.4 Risikomanagement	74
	Zusammenfassung	82
	Repetitionsfragen	83
<b>Teil B</b>	<b>Haftpflichtrecht und Vertragsrecht</b>	<b>85</b>
	Einstieg	86
	<b>6 Wie entstehen Obligationen?</b>	<b>87</b>
	6.1 Was ist eine Obligation?	87
	6.2 Die drei Entstehungsgründe für Obligationen	87
	Zusammenfassung	89
	Repetitionsfragen	90

<b>7</b>	<b>Das Haftpflichtrecht</b>	<b>91</b>
7.1	Haftpflicht bedeutet: für einen Schaden haften müssen	91
7.2	Ohne Vertrag haften: die ausservertragliche Haftung	92
7.3	Zur Vertiefung: die vertragliche Haftung	96
	Zusammenfassung	96
	Repetitionsfragen	97
<b>8</b>	<b>Wie entstehen Obligationen aus einem Vertrag?</b>	<b>98</b>
8.1	Die Einigung über den Vertragsinhalt	98
8.2	Die Handlungsfähigkeit der Parteien	101
8.3	Die Form eines Vertrags	104
8.4	Der Inhalt eines Vertrags	106
	Zusammenfassung	107
	Repetitionsfragen	107
<b>9</b>	<b>Kann man gültige Verträge wieder auflösen?</b>	<b>108</b>
9.1	Grundsatz: Verträge müssen erfüllt werden	108
9.2	Vier Ausnahmen zum Grundsatz der Erfüllungspflicht	108
9.3	Die Anfechtung eines Vertrags	110
	Zusammenfassung	113
	Repetitionsfragen	113
<b>10</b>	<b>Die Erfüllung des Vertrags</b>	<b>114</b>
10.1	Richtige Erfüllung	114
10.2	Fehler bei der Vertragserfüllung – Überblick	118
10.3	Der Schuldnerverzug	119
10.4	Der Gläubigerverzug (Annahmeverzug)	123
10.5	Erlöschen der Obligation	123
	Zusammenfassung	126
	Repetitionsfragen	127
<b>Teil C</b>	<b>Unternehmensrecht</b>	<b>131</b>
	Einstieg	132
<b>11</b>	<b>Was ist ein Unternehmen?</b>	<b>133</b>
11.1	Einzelunternehmen und Gesellschaft	133
11.2	Die acht Gesellschaftsformen und ihre Einteilung	134
11.3	Das Einzelunternehmen	136
11.4	Die Kollektivgesellschaft	136
11.5	Die Aktiengesellschaft (AG)	138
11.6	Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	143
	Zusammenfassung	146
	Repetitionsfragen	147
<b>12</b>	<b>Die Stellvertretung: Wer darf ein Unternehmen nach aussen vertreten?</b>	<b>149</b>
12.1	Die gewöhnliche Stellvertretung	149
12.2	Voraussetzungen einer gültigen Stellvertretung	150
12.3	Umfang der Vollmacht	151
12.4	Die kaufmännische Stellvertretung	152
	Zusammenfassung	153
	Repetitionsfragen	154
<b>Teil D</b>	<b>Kommunikationsrecht</b>	<b>155</b>
	Einstieg	156
<b>13</b>	<b>Immaterialgüterrecht</b>	<b>157</b>
13.1	Das Urheberrecht an geistigen Werken	158
13.2	Verwandte Schutzrechte der Interpreten und Produzenten	162
13.3	Das Markenrecht an Marken	163
13.4	Design	166
13.5	Das Patentrecht schützt (technische) Erfindungen durch Patente	167
	Zusammenfassung	168
	Repetitionsfragen	168

<b>14</b>	<b>Das Lauterkeitsrecht</b>	<b>170</b>
14.1	Wann ist ein Verhalten im Wettbewerb unlauter?	170
14.2	Was tun bei unlauterem Wettbewerb?	173
	Zusammenfassung	174
	Repetitionsfragen	174
<b>Teil E</b>	<b>Anhang</b>	<b>177</b>
	Antworten zu den Repetitionsfragen	178
	Stichwortverzeichnis	191