

Florian Macheleidt

Deckungsbeitragsrechnung in mehrstufigen Märkten

Eine kritische Analyse im Hinblick auf das geeignete Bezugsobjekt

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2009 GRIN Verlag
ISBN: 9783640584970

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/147894>

Florian Macheleidt

Deckungsbeitragsrechnung in mehrstufigen Märkten

Eine kritische Analyse im Hinblick auf das geeignete Bezugsobjekt

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Freie Universität Berlin

Fachbereich Wirtschaftswissenschaft

Marketing Department

Diplomarbeit

zur Erlangung des Grades

eines Diplom-Kaufmanns

**Deckungsbeitragsrechnung
in mehrstufigen Märkten**
Eine kritische Analyse im Hinblick auf
das geeignete Bezugsobjekt

von cand. rer. pol. Florian Macheleidt

Ort/Datum Berlin, den 23.03.2009

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Einleitung	1
2. Grundlagen für eine relative Deckungsbeitragsrechnung im Mehrstufigen Marketing	3
2.1 Konzeption des Mehrstufigen Marketing.....	4
2.1.1 Grundlagen und Funktionslogik des Mehrstufigen Marketing	4
2.1.2 Aufgaben einer mehrstufigen Marketingkonzeption	8
2.2 Aufbau und zentrales Problemfeld der relativen Deckungsbeitragsrechnung	12
2.2.1 Grundstruktur und Grundverständnis der Rechnung	12
2.2.2 Erlösverbundenheit als Problemfeld.....	18
3. Problemfelder und Einflussfaktoren beim Einsatz der relativen Deckungsbeitragsrechnung im Mehrstufigen Marketing	23
3.1 Problemfelder	23
3.2 Einflussfaktoren.....	28
4. Prüfung von sechs Deckungsbeitragsrechnungen auf ihre Eignung als Instrument zur Erfolgsmessung mehrstufiger Marketingmaßnahmen	32
4.1 Produktspezifische Deckungsbeitragsrechnung.....	33
4.2 Auftragsspezifische Deckungsbeitragsrechnung.....	36
4.3 Kundenspezifische Deckungsbeitragsrechnung.....	39
4.4 Segmentspezifische Deckungsbeitragsrechnung.....	46
4.5 Marktstufenspezifische Deckungsbeitragsrechnung.....	50
4.6 Marktsystemspezifische Deckungsbeitragsrechnung.....	56
5. Schlussbetrachtung und Ausblick	58

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Push-Strategie, Pull-Strategie und kombinierte Push- & Pull-Strategie	6
Abbildung 2: Beispiele für Marktstufenstrukturen	9
Abbildung 3: Beispiele für Bezugsgrößenhierarchien	15
Abbildung 4: Konkurrierende Wege für den Aufbau von Bezugsobjekthierarchien.	16
Abbildung 5: Marketing-Dreieck im Mehrstufigen Marketing	24
Abbildung 6: Erlös- und Kostenstruktur im Mehrstufigen Marketing	26
Abbildung 7: Beispiel einer mehrstufigen Marktstruktur	30
Abbildung 8: Vorgehensweise und Determinanten der kritischen Analyse	32
Abbildung 9: Praxisbeispiel für die Erfolgsmessung einer mehrstufigen Marketing- maßnahme mittels einer stückspezifischen Deckungsbeitragsrechnung.....	34
Abbildung 10: Mehrstufige Segmentbewertung	47