

Beate Kremin-Buch

Strategisches Kostenmanagement

Grundlagen und moderne Instrumente

Mit Fallstudien

4., überarbeitete Auflage



Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur vierten Auflage.....	V
Vorwort zur ersten Auflage.....	VI
Inhaltsverzeichnis.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	X
Abkürzungs- und Symbolverzeichnis.....	XIII
1. Grundlagen des strategischen Kostenmanagement.....	I
1.1 Von der Kostenrechnung zum strategischen Kostenmanagement.....	1
1.2 Management zur Beeinflussung der Kosten.....	13
1.2.1 Kostenniveau-Management.....	13
1.2.2 Kostenverlauf-Management.....	14
1.2.3 Kosten Struktur-Management.....	20
2. Instrumente des strategischen Kostenmanagement.....	23
2.1 Fixkostenmanagement.....	23
2.1.1 Zielsetzungen.....	23
2.1.2 Erhöhung der Fixkostentransparenz als Grundlage für Abbaumentscheidungen.....	24
2.1.2.1 Kostenartenmethode.....	24
2.1.2.2 Vertragspotenzialdatenbanken.....	26
2.1.2.3 Eigentumspotenzialdatenbanken.....	31
2.1.3 Abbauhemmnisse fixer Kosten.....	32
2.1.4 Kritische Würdigung.....	33
2.2 Prozesskostenrechnung.....	34
2.2.1 Entwicklungsgründe.....	34
2.2.2 Merkmale.....	36
2.2.3 Prozesskostenstellenrechnung.....	40
2.2.4 Prozessorientierte Kalkulation.....	62
2.2.5 Gemeinkostencontrolling.....	78
2.2.6 Ausgewählte Probleme bei der Einführung und Anwendung der Prozesskostenrechnung.....	87
2.2.7 Kritische Würdigung.....	88
2.2.8 Integration von Prozesskostenrechnung und Fixkosten- management.....	93

2.3	Target Costing.....	117
2.3.1	Grundidee.....	117
2.3.2	Schlüsselkonzept.....	119
2.3.3	Zielkostenspaltung.....	123
2.3.4	Integration von Target Costing und Prozesskostenrechnung.....	132
2.3.5	Zielkostenkontrolldiagramm.....	140
2.3.6	Spezielle Aspekte des Target Costing.....	143
2.3.6.1	Target Costing in besonderen Branchen.....	143
2.3.6.2	Target Costing als Controllingansatz im Lean Management.....	153
2.3.6.2.1	Grundzüge des Lean Management.....	153
2.3.6.2.2	Unterstützung des Lean Management durch das Target Costing.....	158
2.3.6.3	Multi Market Target Costing.....	161
2.3.6.3.1	Problemkranz.....	361
2.3.6.3.2	Anforderungen an ein Multi Market Target Costing.....	164
2.3.7	Kritische Würdigung.....	177
2.4	Product Lifecycle Costing.....	181
2.4.1	Grundidee.....	181
2.4.2	Investitionsorientierter Ansatz.....	184
2.4.2.1	Rechengrößen.....	184
2.4.2.2	Konzept.....	186
2.4.3	Deckungsbeitragsorientierter Ansatz.....	198
2.4.3.1	Rechengrößen.....	198
2.4.3.2	Konzept.....	198
2.4.4	Kritische Würdigung.....	202
2.4.5	Integration von Target Costing, Product Lifecycle Costing und Prozesskostenrechnung.....	204
2.5	Cost Benchmarking.....	227
2.5.1	Grundzüge des Benchmarking.....	227
2.5.2	Zielsetzung des Cost Benchmarking.....	237
2.5.3	Abgrenzung von Cost Benchmarking und Kaizen Costing.....	237
2.5.4	Cost Benchmarking-Prozess.....	238
2.5.5	Kritische Würdigung.....	239
2.5.6	Integration von Target Costing, Prozesskostenrechnung und Cost Benchmarking.....	241

3. Strategisches Kostenmanagement zur Steigerung des Shareholder Value.....	263
3.1 Problemfeld.....	263
3.2 Charakteristik des Shareholder Value und der Messgrößen EVA™ und CFROI.....	264
3.2.1 Shareholder Value.....	264
3.2.2 Economic Value Added (EVA™).....	269
3.2.3 Cash Flow-Return on Investment (CFROI).....	271
3.3 Unterstützung des Shareholder Value durch das Strategische Kostenmanagement.....	272
3.3.1 Ansatzpunkte zur Steigerung des Shareholder Value und seiner periodischen Messgrößen EVA™ und CFROI.....	272
3.3.2 Ausgewählte Instrumente des Strategischen Kostenmanagement.....	273
3.3.2.1 Fixkostenmanagement.....	273
3.3.2.2 Prozesskostenrechnung.....	275
3.4 Fazit.....	278
Literaturverzeichnis.....	279
Stichwortverzeichnis.....	289