

Peter Horváth/Ronald Gleich/Dietmar Voggenreiter

Controlling umsetzen

Fallstudien, Lösungen und Basiswissen

5., überarbeitete Auflage

2012

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 5. Auflage.....	V
1. Gebrauchshinweise für den Leser.....	I
2. Fallstudien.....	3
2.0 Das Unternehmen: Die <i>Cyclo GmbH</i> , Stuttgart.....	5
2.1 Investitionen für den Karbon-Fahrradrahmenbau.....	8
2.2 Vertriebsplanung für England mit dem neuen Planungs- und Budgetierungssystem.....	11
2.3 War das Outsourcing der Lackierung die richtige Entscheidung?.....	15
2.4 Innovationscontrolling bei der Entwicklung neuer Rasenmähermodelle.....	18
2.5 Verrechnungspreise für die Fahrradnaben.....	22
2.6 Zu hohe Gemeinkosten: Neue Kalkulation?.....	25
2.7 Vergleich mit dem Besten im Konzern durch Benchmarking: Ist unser Vertrieb effizient?.....	29
2.8 Für den US-Markt kalkulieren: Target Costing.....	36
2.9 Unsere Produktivität muss steigen: Performance Measurement.....	39
2.10 Neue Strategie für die Mountainbikes.....	43
2.11 Welche Risiken bedrohen unseren Geschäftsbereich Profi-Rennräder?....	50
2.12 Strategieumsetzung für den Bereich Rasenmäher.....	53
2.13 Wie lässt sich Prozessperformance effektiv messen?.....	58
2.14 Wertorientiertes Management für die <i>Cyclo Standard-Räder GmbH</i>	60
2.15 Wertorientiertes Produktentwicklungsmanagement der <i>Cyclo Rasenmäher GmbH</i>	63
2.16 Einkaufscontrolling der <i>Cyclo GmbH</i>	67
2.17 Entwicklung eines Ökorasenmähers.....	71
3. Lösungsvorschläge.....	75
3.1 Investitionen für den Karbon-Fahrradrahmenbau.....	77
3.2 Vertriebsplanung für England mit dem neuen Planungs- und Budgetierungssystem.....	86
3.3 War das Outsourcing der Lackierung die richtige Entscheidung?.....	97
3.4 Innovationscontrolling bei der Entwicklung neuer Rasenmähermodelle.....	110
3.5 Verrechnungspreise für die Fahrradnaben.....	118
3.6 Zu hohe Gemeinkosten: Neue Kalkulation?.....	131

3.7	Vergleich mit dem Besten im Konzern durch Benchmarking: Ist unser Vertrieb effizient?.....	142
3.8	Für den US-Markt kalkulieren: Target Costing.....	151
3.9	Unsere Produktivität muss steigen: Performance Measurement.....	159
3.10	Neue Strategie für die Mountainbikes.....	168
3.11	Welche Risiken bedrohen unseren Geschäftsbereich Profi-Rennräder?....	183
3.12	Strategieumsetzung für den Bereich Rasenmäher.....	189
3.13	Wie lässt sich Prozessperformance effektiv messen?.....	199
3.14	Wertorientiertes Management für die <i>Cyclo Standard-Räder GmbH</i>	207
3.15	Wertorientiertes Produktentwicklungsmanagement der <i>Cyclo Rasenmäher GmbH</i>	214
3.16	Einkaufscontrolling der <i>Cyclo GmbH</i>	218
3.17	Entwicklung eines Okorasenmähers.....	226
4.	Basiswissen.....	233
4.0	Basiswissen Controlling.....	235
4.1	Basiswissen Investitionsrechnung und -Controlling.....	240
4.2	Basiswissen Budgetierung und Wertsteigerungsanalyse.....	244
4.3	Basiswissen Make-or-Buy/Outsourcing.....	247
4.4	Basiswissen Innovationscontrolling.....	248
4.5	Basiswissen Verrechnungspreise.....	252
4.6	Basiswissen Prozesskostenrechnung.....	254
4.7	Basiswissen Benchmarking.....	257
4.8	Basiswissen Target Costing.....	259
4.9	Basiswissen Performance Measurement.....	264
4.10	Basiswissen Strategisches Controlling.....	268
4.11	Basiswissen Risikomanagement.....	269
4.12	Basiswissen Strategieumsetzung mit der BSC.....	272
4.13	Basiswissen Prozessorientiertes Performance Measurement.....	276
4.14	Basiswissen Wertorientiertes Management.....	279
4.15	Basiswissen Wertorientierte Kennzahlen.....	285
4.16	Basiswissen Einkaufscontrolling.....	291
4.17	Basiswissen Grünes Controlling.....	296
	Index.....	299