

Herbert Loock

# Controlling in marktorientierten Unternehmen der deutschen Bekleidungsindustrie

Rainer Hampp Verlag

München, Mering 2010

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	IX
Abkürzungsverzeichnis .....	XIII
Zusammenfassung .....	XV
Summary .....	XVII
1      Problemstellung, Zielsetzung und Aufbau der Arbeit .....	1
2      Marktorientierte Unternehmensführung .....	7
3      Strukturen und Prozesse in der Bekleidungsbranche .....	15
3.1    Einbindung der Bekleidungsbranche in die textile Kette .....	15
3.2    Strukturen in der Bekleidungsindustrie .....	16
3.3    Prozesse in der Bekleidungsindustrie .....	18
3.4    Konsequenzen für die wirtschaftliche Führung von Bekleidungsunternehmen .....	20
4      Controllingbegriff und -bedeutung .....	23
4.1    Theoretische Grundlagen .....	23
4.2    Praktische Grundlagen .....	25
4.3    Controlling als Führungsinstrument .....	25
4.4    Strategisches Controlling .....	26
4.5    Operatives Controlling .....	31
5      Strategisches Controlling in der Bekleidungsbranche .....	35
5.1    Strategische Zielsetzung .....	35
5.2    Strategische Analyse .....	39
5.3    Ideenfindung und Strategiebewertung .....	48
5.4    Strategieentscheidung .....	56
5.5    Strategieumsetzung .....	57
5.6    Strategiekontrolle .....	61

6	Operatives Controlling in der Bekleidungsindustrie .....	65
6.1	Phasen des operativen Controlling .....	65
6.1.1	Zielsetzung .....	65
6.1.2	Planung .....	67
6.1.3	Erfassung der Istdaten .....	80
6.1.4	Vergleich von Plan- und Istdaten .....	82
6.1.5	Forecast .....	83
6.1.6	Abweichungsanalyse .....	86
6.1.7	Gegensteuerung .....	87
6.1.8	Controllingwürfel .....	89
6.2	Abteilungscontrolling .....	90
6.2.1	Vertrieb .....	91
6.2.1.1	Erlöscontrolling .....	92
6.2.1.2	Kostencontrolling .....	106
6.2.1.3	Einzahlungscontrolling .....	114
6.2.1.4	Auszahlungscontrolling .....	117
6.2.2	Kollektionsentwicklung .....	122
6.2.2.1	Erlöscontrolling .....	125
6.2.2.2	Kostencontrolling .....	135
6.2.2.3	Einzahlungscontrolling .....	143
6.2.2.4	Auszahlungscontrolling .....	145
6.2.3	Beschaffung .....	149
6.2.3.1	Erlöscontrolling .....	152
6.2.3.2	Kostencontrolling .....	155
6.2.3.3	Einzahlungscontrolling .....	166
6.2.3.4	Auszahlungscontrolling .....	168
6.2.4	Produktion .....	173
6.2.4.1	Kostencontrolling .....	176
6.2.4.2	Auszahlungscontrolling .....	193
6.2.5	Logistik .....	197
6.2.5.1	Kostencontrolling .....	198
6.2.5.2	Auszahlungscontrolling .....	204

6.2.6	Verwaltung und Finanzen .....	207
6.2.6.1	Erlöscontrolling .....	208
6.2.6.2	Kostencontrolling .....	209
6.2.6.3	Einzahlungscontrolling .....	211
6.2.6.4	Auszahlungscontrolling .....	212
6.2.7	Marketing .....	216
6.2.7.1	Erlöscontrolling .....	218
6.2.7.2	Kostencontrolling .....	220
6.2.7.3	Einzahlungscontrolling .....	222
6.2.7.4	Auszahlungscontrolling .....	224
6.2.8	Informationsverarbeitung .....	227
6.2.8.1	Kostencontrolling .....	229
6.2.8.2	Auszahlungscontrolling .....	232
6.3	Werkscontrolling .....	235
6.4	Bereichscontrolling .....	240
6.5	Unternehmenscontrolling .....	241
6.6	Konzerncontrolling .....	246
7	Berücksichtigung von Risiken im Rahmen des Controlling .....	251
8	Managementimplikationen für die marktorientierte Führung von Bekleidungsunternehmen .....	255
	Literaturverzeichnis .....	259
	Anhang .....	273