

Inhalt

Sonderheft 2 | 2009

GRUNDLAGEN

- 5 **Christian Krügerke/Andreas Linnenlücke**
Vertriebscontrolling als Forschungsfeld – ein Überblick über den Stand der deutschen und internationalen Literatur
- 12 **Sven Müller**
Führung im Vertrieb:
Zentrale Konzepte in der internationalen Literatur
- 18 **Andreas Linnenlücke**
Vertriebscontrolling – Rationalitätssicherung im Vertriebsmanagement
- 23 **Christian Krügerke**
Aktuelle Praxis des Vertriebscontrollings –
Ergebnisse einer empirischen Studie
- 30 **Verena Weber/Prof. Dr. Ove Jensen**
Hebel zur Wert- und Effizienzsteigerung in Marketing und Vertrieb:
Ergebnisse einer empirischen Studie

FELDER DES VERTRIEBSCONTROLLINGS

- 40 **Peter Mathias Fischer/Prof. Dr. Sven Reinecke**
Dysfunktionales Verhalten von Vertriebsmitarbeitern als Folge
imperfekter Steuerungssysteme
- 46 **Peter F. Potthoff/Yvonne Vieth**
Leitlinien für eine systematische Marketing- und Vertriebsplanung
- 52 **Dr. Enno E. Wolf**
Customer Relationship Management Anreizsysteme –
Bestandteil eines effektiven und effizienten Vertriebscontrollings
- 60 **Dr. Karl-Heinz Sebastian/Dr. Andrea Maessen/
Bert Sebastian Strasmann**
Preiscontrolling als Element des Vertriebscontrollings
- 65 **Prof. Dr. Thomas Günther/Matthias Ehrent**
Bewertung von Kundenbeziehungen zur Steigerung des
Unternehmenswertes bei mittelständischen Finanzdienstleistern
- 72 **Heather Heaton**
Hebel zur Steigerung von Vertriebseffektivität und Vertriebseffizienz

FALLBEISPIELE

- 75 **Dr. Dirk Neuhaus/Anton Preis**
Retailgeschäft von Banken und Finanzdienstleistern im Wandel –
Anforderungen an Geschäftsmodelle und Herausforderungen für das
Vertriebscontrolling
- 81 **Martin Passgang**
„Beim Vertriebscontrolling führen Lösungen aus dem Elfenbeinturm heraus
selten zum Ziel“
- 83 **Dr. Thomas Kaufmann**
Transparenz als Erfolgsfaktor der Vertriebssteuerung:
das Beispiel Evonik Health & Nutrition

REDAKTION

- 1 Editorial
- 2 Inhalt
- 4 Impressum