

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 2. Auflage .....	V
Vorwort zur 1. Auflage .....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
<b>Teil 1: Grundlagen des Controllings .....</b>	<b>1</b>
<b>Kapitel 1: Themenübersicht .....</b>	<b>3</b>
1 <b>Grundlagen .....</b>	<b>5</b>
1.1    Entwicklung des Controllings in der Unternehmenssteuerung .....	6
1.2    Ansätze zur Festlegung des Controllingbegriffs .....	10
1.2.1    Ergebniszielorientierte Controllingbegriffe.....	11
1.2.2    Universalzielorientierte Controllingbegriffe .....	13
1.2.3    Zusammenfassung zum Controllingbegriff .....	14
1.3    Controlling und Controller .....	15
1.4    Funktionen des Controllings .....	18
1.4.1    Koordinationsfunktion .....	18
1.4.2    Hilfsfunktionen des Controllings.....	21
1.5    Instrumente des Controllings.....	36
1.6    Controlling aus institutioneller Sicht .....	40
1.7    Abgrenzung des strategischen vom operativen Controlling.....	42
1.8    Merkmale des strategischen Controllings .....	50
1.9    Prozessschritte im strategischen Controlling.....	59

<b>Teil 2: Strategische Controllinginstrumente .....</b>	<b>63</b>
<b>Kapitel 2: Themenübersicht .....</b>	<b>65</b>
<b>2 Strategische Controllinginstrumente .....</b>	<b>67</b>
<b>2.1 Ressourcenanalysen .....</b>	<b>68</b>
<b>2.1.1 Unternehmenskulturanalyse.....</b>	<b>68</b>
<b>2.1.2 Kernkompetenzanalyse.....</b>	<b>76</b>
<b>2.1.3 Weitere Portfolioanalysen.....</b>	<b>84</b>
<b>2.2 Prozessanalysen.....</b>	<b>92</b>
<b>2.2.1 Prozesswertanalyse.....</b>	<b>92</b>
<b>2.2.2 Six-Sigma-Analyse.....</b>	<b>100</b>
<b>2.3 Produktanalysen.....</b>	<b>108</b>
<b>2.3.1 Lebenszyklusanalyse.....</b>	<b>108</b>
<b>2.3.2 Substitutionsanalyse.....</b>	<b>116</b>
<b>2.3.3 Conjoint-Analyse .....</b>	<b>129</b>
<b>2.3.4 Quality Function Deployment .....</b>	<b>134</b>
<b>2.3.5 Produktklinik.....</b>	<b>140</b>
<b>2.4 Kundenanalysen .....</b>	<b>144</b>
<b>2.4.1 ABC-Analyse .....</b>	<b>144</b>
<b>2.4.2 Zielgruppenanalyse.....</b>	<b>148</b>
<b>2.4.3 Kundenzufriedenheitsanalyse .....</b>	<b>154</b>
<b>2.5 Markt- und Unternehmensumfeld-analysen.....</b>	<b>160</b>
<b>2.5.1 Marktwachstum-Marktanteils-Portfolioanalyse .....</b>	<b>160</b>
<b>2.5.2 Marktattraktivität-Wettbewerbsstärken-Portfolioanalyse .....</b>	<b>165</b>
<b>2.5.3 Branchenstrukturanalyse.....</b>	<b>170</b>
<b>2.5.4 Konkurrenzanalyse.....</b>	<b>181</b>
<b>2.5.5 Benchmarking.....</b>	<b>190</b>
<b>2.5.6 Umweltanalyse.....</b>	<b>198</b>
<b>2.6 Finanzwirtschaftliche Analysen .....</b>	<b>207</b>
<b>2.6.1 Kostenstrukturanalyse .....</b>	<b>207</b>

2.6.2	GAP-Analyse.....	211
2.6.3	Erfahrungskurvenanalyse .....	216
2.6.4	PIMS-Analyse.....	222
<b>Teil 3: Strategische Konzepte .....</b>		<b>229</b>
Kapitel 3: Themenübersicht .....		231
3	Strategische Konzepte.....	233
3.1	Systematik strategischer Konzepte.....	235
3.2	Ressourcenökonomische Konzepte .....	240
3.2.1	Strategiekonzept nach Ansoff .....	243
3.2.2	Strategiekonzept nach Hamel/Prahalad.....	252
3.2.3	Strategiekonzept nach Mewes .....	258
3.3	Industrieökonomische Konzepte .....	265
3.3.1	Strategiekonzept nach Porter .....	267
3.3.2	Strategiekonzept nach Treacy und Wiersema .....	277
3.4	Balanced Scorecard zur Umsetzung der Unternehmensstrategie.	281
3.4.1	Entwicklung und Zielstellung .....	281
3.4.2	Perspektiven der Balanced Scorecard.....	284
3.4.3	Aufbau der Balanced Scorecard .....	288
Literaturhinweise .....		293
Sachwortverzeichnis .....		309