

Inhaltsverzeichnis

I. Konzeptionelles	1
Die drei Entwicklungspfade im Controllingdiskurs Péter Horváth	3
Controlling bei Komplexität Dietrich Adam	17
Controlling Dritten Grades – Wettbewerbspolitik und Volkswirtschaftsinformatik Stefan Kooths	33
II. Instrumente	51
Markenführung versus Controlling? – Ansatzpunkte zur Verbindung „weicher“ und „harter“ Erfolgsfaktoren mithilfe der Balanced Scorecard Heribert Meffert, Martin Koers	53
Die Balanced Scorecard – Konzept, Realisierung und Einbindung in die Managementsysteme Reinhold Mayer	81
Werttreiberbäume und Balanced Scorecards – ein Vergleich Klaus-Peter Franz	97
Kontrolle in Change Management-Prozessen – Mehr als nur Kontrollroutine Gerhard Schewe, Jörn Littkemann, Guido Schröter	111
Beurteilung des Realloptionsansatzes aus Sicht des Investitionscontrollings Carsten Erner, Klaus Röder	129
Kooperationscontrolling und Verrechnungspreise Theresia Theurl, Eric Christian Meyer	147

Einsatz strategischer Wettbewerbsanalysen im Controlling von Großunternehmen	181
Jens Leker, Nicole Hamelau	
Statistische Aspekte von Assoziationsregeln	201
Ulrich Müller-Funk	
Die Finanzsimulation als Instrument der Investitionsrechnung – Entwicklung eines Gewerbegebiets als Praxisproblem	213
Wolfgang Berens, Andreas Siemes, Klaus Segbers	
III. Anwendungsbereiche	235
Gebührenordnungen und Verrechnungspreissysteme in Netzwerken der Systemkooperation und des Franchisings als Aufgabenfeld des Controllings	237
Dieter Ahlert, Martin Ahlert	
Erfolgsspaltung nach den Regelungen des International Accounting Standards Board	267
Jörg Baetge, Rainer Heumann	
From Mass Customization to Mass Personalization – A New Competitive Strategy in E-Business	285
Michael Reiß, Martin Koser	
Dienstleistungscontrolling – Konzeptioneller Rahmen und Gestaltungsfelder	311
Hans Corsten, Ralf Gössinger	
Production Authorization Card System – ein generalisiertes Verfahren zur Auftragsfreigabe und Materialflussteuerung	345
Herfried Schneider, Thomas Rücker	
Vom Ökocontrolling zum Nachhaltigkeitscontrolling mithilfe der Balanced Scorecard	371
Manfred Kirchgeorg	
Kundenorientiertes Performance Measurement-System für Supply Chains	393
Alfred Taudes, Gerald Reiner, Reinhold Schodl	

Impulse der Erfolgsfaktorenforschung für das Marketingcontrolling	413
Martin Benkenstein, Michael Holtz	
Die Ständigen Kommissionen des Senats im Blickpunkt des Hochschulcontrollings	437
Wolfgang von Zwehl, Marco Kulosa	
Aufbau von Tochtergesellschaften und internationalen Joint Ventures in der Kfz-Zulieferindustrie in Ostasien	451
Heinrich B. Rösman	
IV. Informationssysteme	469
Handelscontrolling – Informationsgewinnung am Beispiel des Couponings	471
Jörg Becker, Axel Winkelmann	
Sichtenwartung in Datenlagern – Controlling aus datenbanktechnischer Sicht	495
Jens Lechtenbörger, Gottfried Vossen, Herbert Kuchen	
Zur Rolle des Data Minings im Controlling	511
Manfred Grauer, Anke Schüll	
Einsatz internetgestützter Lehrkonzepte in einem Massenstudiengang – Erfahrungen und Herausforderungen für die Zukunft	533
Klaus Backhaus, Marc Bieling, Holger Werthschulte	
Konzeption eines Corporate Performance Reportings für verschiedene Geschäftsbereiche	551
Jürgen E. L. Meyer	
Grob und das Data Mining – Ein interdisziplinärer Dialog unter Verwendung neuester Medien	569
Thomas Hoeren, Jan-Armin Reepmeyer	
Autoren- und Herausgeberverzeichnis	581
Stichwortverzeichnis	599