

Monika Haunerding | Hans-Jürgen Probst

BWL

Die wichtigsten Instrumente und Methoden der
Unternehmensführung

alles,
was sie wissen müssen

REDLINE | VERLAG

© des Titels »BWL« (ISBN 978-3-86881-359-3)
2012 by Redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

Inhaltsverzeichnis

Vorwort: Was Ihnen dieses Buch bietet	9
1. Bereich Unternehmensführung/Management	11
1.1 Visionen, Strategien und Ziele	12
• Finden Sie Ihren Strategietyp	13
• Gap-Analyse: Erkennen Sie Ihre strategischen Lücken	14
• Formulieren Sie ein verständliches Leitbild	16
• Was sind Unternehmensziele?	17
1.2 Planungs- und Entscheidungsmethoden	19
• Verknüpfung von strategischen und operativen Sichtweisen ...	19
• Zero-Base-Ansatz: Fangen Sie bei Null an	23
• SWOT-Analyse: Stärken erkennen, Schwächen beheben	25
• Szenariotechnik: Was wäre, wenn ...?	26
1.3 Managementtechniken	28
• Management-by-...-Konzepte:	
Delegieren oder Ziele setzen?	28
• Balanced Scorecard: Das Unternehmen mit	
Kennzahlen steuern	31
• Benchmarking: Wie machen es andere?	34
• Risikomanagement: Eisberge sicher umschiffen	36
• Wertorientierte Unternehmensführung	37
1.4 Organisation	40
• Profitcenter-Organisation: Mehr Transparenz	
im Unternehmen	42
• Wie Sie Ihre internen Prozesse optimieren	44
1.5 Projektmanagement	45
• Projektablauf	47
• Projektorganisation	48
• Projektcontrolling: Wann ist ein Projekt erfolgreich?	52
• 10 Gebote für ein erfolgreiches Projektmanagement	56
2. Bereich Leistungserstellung	59
2.1 Beschaffung/Lagerhaltung	60
• Auch im Einkauf liegt der Gewinn	60

• <i>Lagern: Nur so viel wie wirklich notwendig</i>	68
• <i>Fremdvergabe: Was können Externe besser oder billiger?</i>	72
2.2 <i>Fertigung/Produktion/Dienstleistung</i>	74
• <i>Produktionsplanung und -steuerung:</i> <i>Effizienz bei niedrigen Kosten</i>	74
• <i>Qualitätsmanagement: Mehr als Endkontrolle</i>	81
• <i>Forschung und Entwicklung: Die Zukunft steuern</i>	83
3. <i>Bereich Finanzierung/Investition</i>	85
3.1 <i>Finanzierung</i>	85
• <i>Klassische Außenfinanzierung: Geld von „draußen“</i>	86
• <i>Die „kreative“ Finanzierung: Was ist neu und sinnvoll?</i>	95
• <i>Klassische Innenfinanzierung: Geld „aus eigener Kraft“</i>	98
• <i>Finanzierungsregeln: Die optimale Kapitalstruktur finden</i>	103
• <i>Die wichtigsten Finanzkennzahlen: Vom Cashflow über die</i> <i>Liquidität bis zum ROI</i>	107
• <i>Finanzplanung: Die finanzielle Zukunft sichern</i>	111
• <i>Die 10 häufigsten Fehler bei der Finanzierung</i>	114
3.2 <i>Investitionen</i>	121
• <i>Was ist überhaupt eine Investition?</i>	122
• <i>Welche Basisdaten wichtig sind: Nicht allein die</i> <i>Investitionshöhe ist entscheidend</i>	123
• <i>Investitionsrechnungen: Mal einfachst rechnen,</i> <i>mal ein wenig Finanzmathematik anwenden</i>	125
4. <i>Bereich Marketing/Vertrieb</i>	135
4.1 <i>Marktforschung</i>	136
• <i>Einflussgrößen auf die Absatzplanung erkennen</i>	137
• <i>Externe und interne Informationsquellen nutzen</i>	139
4.2 <i>Marketingstrategien</i>	142
• <i>Produkt-Markt-Kombinationen: Wie Sie die optimale</i> <i>Kombination finden</i>	143
• <i>Zielgruppen finden: Marktsegmentierung</i>	145
• <i>Marktstimulierungsstrategien:</i> <i>Kostenführer oder Qualitätsführer?</i>	148
• <i>Marktgebietsstrategien: Auf dem Weg zum Global Player?</i>	151
4.3 <i>Marketing-Mix</i>	152
• <i>Produktpolitik: Welche Produkte,</i> <i>Leistungen sind Ihre „Stars“?</i>	153

• <i>Preispolitik: Die Preis-Absatz-Funktion kennen und nutzen</i>	157
• <i>Kommunikationspolitik: Werbung, Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit (PR)</i>	161
• <i>Distributionspolitik: Welcher Weg führt zum Kunden?</i>	167
4.4 Marketingkennzahlen	170
• <i>Marktkennzahlen</i>	171
• <i>Kundenkennzahlen</i>	171
4.5 Neue Marketingansätze	173
• <i>Lohnt sich ein Customer Relationship Management (CRM)?</i>	173
• <i>„One Face to the Customer“: Neue Wege der Kundenbetreuung</i>	174
• <i>Cross Selling</i>	176
5. Bereich Personal	177
5.1 Personalplanung	177
• <i>Wie Sie Personalbedarfsrechnungen durchführen</i>	177
• <i>Wie Sie mit Anforderungsprofilen die passenden Mitarbeiter finden</i>	179
• <i>Personalkosten: Nebenkosten nicht vergessen</i>	181
5.2 Personalentwicklung	183
• <i>Beurteilungsgespräche: Feedback und Zielvorgaben</i>	183
• <i>Personalportfolio: Identifizieren Sie die Leistungsträger des Unternehmens</i>	187
5.3 Personalführung	189
• <i>Führungsstile: Für jedes Unternehmen den optimalen finden</i>	190
• <i>Motivationstechniken: Geld und Anerkennung</i>	192
• <i>Transparenz durch Personalkennzahlen</i>	195
• <i>Was ist interessant an der „Work-Life-Balance“ und am Wissensmanagement?</i>	200
6. Bereich Rechnungswesen/Controlling	205
6.1 Externes Rechnungswesen	207
• <i>Grundlagen und ein „Crashkurs“ in Buchführung</i>	208
• <i>Bilanzanalyse: Was sagt uns die Bilanz über das Unternehmen?</i>	224
• <i>Neue Ergebnisbegriffe: Was sagt uns ein EBIT?</i>	233

• Konzernrechnungslegung: Wenn Abschlüsse zusammengefasst werden	236
• Die Internationale Rechnungslegung ist im Kommen!	240
6.2 Internes Rechnungswesen/Controlling	243
• Die Kostenrechnung schafft Transparenz im Unternehmen	245
• Kalkulationen: Was kosten Ihre Produkte?	251
• Erfolgsrechnungen: Womit verdienen (oder verlieren) Sie Geld?	254
• Kunden- und Managererfolgsrechnung: Einer muss verantwortlich sein	260
• Break-even-Analyse: Wo liegt die Gewinnschwelle bei Ihren Produkten?	263
• Planung und Plankostenrechnung: Die Zukunft rechnen	265
• Moderne Kostenrechnungsmethoden: Das Ziel im Auge haben und Prozesse optimieren	270
• Controlling: Im Zweifelsfall eine „Korrekturzündung“ veranlassen	273
7. Über das rein Fachliche hinaus	279
7.1 Präsentationstechniken: Wie man die Dinge darstellt	280
• Präsentationsmedien	281
• Präsentationsablauf	283
7.2 Kommunikationstechniken: Wie man die Dinge sagt	285
• Sender-Empfänger-Modell	286
• Feedbackregeln	288
• Killerphrasen	289
7.3 Bewährte Arbeitsmethoden: Wie man die Dinge anpackt	292
• Kreativitätstechniken	293
• Networking	298
Weiterführende Literatur/Linktipps	301
Stichwortverzeichnis	305