

Inhaltsverzeichnis

Die Balanced Scorecard - Management- und Kennzahlensystem

Doris Kortus-Schultes

1. Definition und Entstehungsgeschichte der Balanced Scorecard	9
2. Die Balanced Scorecard als Instrument zur Unternehmenssteuerung ...	16
2.1. Die Balanced Scorecard als Managementsystem	16
2.1.1. Maßnahmen und Handlungsrahmen in der Balanced Scorecard	23
2.1.2. Merkmal der Ausgewogenheit	24
2.1.2.1 Ergebnis- und Leistungstreiberkennzahlen	27
2.1.2.2 Früh- und Spätindikatoren	29
2.1.3. Strategy Maps: Ursache- / Wirkungsketten	31
2.1.4. Ansätze zur Konkretisierung der Leitziele durch abgeleitete Subziele	36
2.1.4.1 Ansatz von Kaplan/Norton: Grundsätze der strategiefokussierten Organisation	36
2.1.4.2 Ansatz von Friedag/Schmidt: Strategische Potenziale	41
2.1.4.3 Ansatz von Horváth: Vorgehensweise und erfolgskritische Faktoren	50
2.2. Die Balanced Scorecard als Kennzahlensystem	53
2.2.1. Tradition finanzwirtschaftlicher Kennzahlen	53
2.2.2. Die Perspektiven der Balanced Scorecard	54
2.2.2.1 Finanzwirtschaftliche Perspektive	60
2.2.2.2 Kundenperspektive	61
2.2.2.3 Interne Prozessperspektive	66
2.2.2.4 Lern- und Entwicklungsperspektive	70
2.2.2.5 Weitere Perspektiven	72
3. Zusammenfassung	74
Literaturverzeichnis	75

Supply Chain Management aus Marketingsicht - Wertschöpfung in Lieferketten

Doris Kortus-Schultes

A. Einleitung	79
B. Schaffung von Wert in Lieferketten	80
I. Definitionen und Ansatzpunkte für Supply Chain Management ...	82
1. Supply Chain Management und Wertsteigerung	84
2. Ansatzpunkte für Supply Chain Management	87
II. Integriertes Logistikmanagement in zwischenbetrieblichen Netzwerken	87
1. Strukturen von Supply Chains	87
2. Ziele und Steuerungsdimensionen in Supply Chains	90
a. Strategische, taktische und operative Gestaltungsaufgaben	92
b. Das SCOR-Modell	93
c. Vorläufer des Supply Chain Management	94
d. Typologien von Supply Chain Designs	97
3. ‚Peitschenschlageffekt‘	100
4. Organisation und Steuerung unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse	101
5. Wertschöpfungsketten und Geschäftsszenarien	104
III. Gestaltung von Supply Chains unter Nutzung von IT-Plattformen	108
1. Advanced Planning and Scheduling	108
2. Internet-basierte Wertschöpfung	110
3. Wertsteigerungen durch Prozessoptimierungen auf elektronischen Marktplätzen	110
4. Value Webs	114
5. Collaborative Ausgestaltung von firmenübergreifenden Prozes- sen	120
6. CRM, Collaboration und Knowledge Management	125

C. Theoretische Konzepte zu Anreizmechanismen in Supply Chains	126
I. Transaktionskostenansatz	129
1. Klassifikation der Transaktionskosten in Koordinations- und Motivationskosten	134
2. Erwartetes Verhalten in der Beziehung der Transaktionspartner 138	
3. Transaktionskostenminimierung	139
II. Prinzipal-Agenten-Theorie	142
1. Informationsasymmetrien aus Anbieterperspektive	142
2. Informationsasymmetrien aus Nachfragerperspektive	145
3. Lösungsvorschläge gem. Prinzipal-Agenten-Theorie	147
III. Spieltheoretische Ansätze zur Ausgestaltung von Supply Chains	147
1. Konflikt- und Kooperationspotenziale	148
2. Preismanagement, Bestandsmanagement und Vertragsgestaltung	149
IV. Kritik an den Prämissen den theoretischen Konzepte	150
D. Zusammenfassung	151
Literaturverzeichnis	155