

Inhaltsübersicht

Vorwort oder Zum Adjektiv „neu“ in der Betriebswirtschaft.....	5
Abbildungsverzeichnis	15
Tabellenverzeichnis.....	21
<i>Alexander Brem</i>	
1 Das Neue in der Betriebswirtschaft: Ansätze zur qualitativen Forschung und Konzeption theoriegenerierender Forschungsstrategien.....	25
<i>Uwe Christians</i>	
2 Buchhaltung, Bilanzierung und Finanzflussrechnung.....	39
<i>Peter P. Eckstein</i>	
3 Neue Betriebswirtschaftslehre und Angewandte Statistik – zwei Seiten einer Medaille.....	103
<i>Wolfgang Becker, Björn Baltzer, Patrick Ulrich</i>	
4 Kosten-, Erlös- und Ergebnisrechnung.....	177
<i>Rebecca Popp</i>	
5 Rechtlicher Rahmen: Rechtsformwahl und SE	207
<i>Wilhelm Schmeisser</i>	
6 Von der traditionellen Finanzierungslehre zum wertorientierten Finanzmanagement.....	219
<i>Ralf Hafner</i>	
7 Einführung in die Unternehmensbewertung.....	229
<i>Rebecca Popp</i>	
8 Unternehmenszusammenschlüsse.....	249
<i>Sugirtha Murugaiah, Wilhelm Schmeisser</i>	
9 Zur Anwendung des Ratings / Basel III / Basel IV im Rahmen neuerer Regulierungs- vorschriften	267
<i>Thomas Henschel, Ilka Heinze</i>	
10 Governance, Risk & Compliance	339
<i>Günter Müller-Stewens, Christoph Lechner</i>	
11 Der Strategic Management Navigator: Ein Bezugsrahmen zur Strukturierung der Strategiearbeit	371
<i>Kai-Christian Muchow</i>	
12 Strategisches Controlling.....	391

	<i>Matthias Hartmann, Bastian Halecker, Ralf Waubke</i>	
13	Das neue Modell der Geschäftsmodelle	425
	<i>Rebecca Popp</i>	
14	Standortentscheidungen	453
	<i>Irene E. Rath</i>	
15	Einführung in das Personalmanagement	469
	<i>Wilhelm Schmeisser</i>	
16	Grundlegende Überlegungen zu den Organisationsansätzen	511
	<i>Anna Riedel</i>	
17	Online-Kommunikation	539
	<i>Markus Beckmann, Jens Heidingsfelder</i>	
18	Einführung in das unternehmerische Nachhaltigkeitsmanagement	549
	<i>Matthias Hartmann, Leonhard Gebhardt</i>	
19	Die neue Nachhaltigkeit im Unternehmertum	593
	Über die Autoren	619
	Index	621

Inhaltsverzeichnis

Vorwort oder Zum Adjektiv „neu“ in der Betriebswirtschaft.....	5
Abbildungsverzeichnis	15
Tabellenverzeichnis.....	21
1 Das Neue in der Betriebswirtschaft: Ansätze zur qualitativen Forschung und Konzeption theoriegenerierender Forschungsstrategien	25
1.1 Hintergrund	25
1.2 Wissenschaftsziele in der Betriebswirtschaftslehre.....	25
1.3 Angewandte Forschung als Zwischenform.....	26
1.4 Spielregeln für anwendungsorientierte, qualitativ-empirische Forschung in der Betriebswirtschaftslehre.....	28
1.5 Konzeption einer betriebswirtschaftlich orientierten, qualitativen Forschungsstrategie	31
1.6 Einschränkungen, Ausblick und weiterer Forschungsbedarf.....	35
Literatur	36
2 Buchhaltung, Bilanzierung und Finanzflussrechnung	39
2.1 Funktion und Teilgebiete des Rechnungswesens und der Buchführung	39
2.2 Inventur, Bilanz und Bilanzaufbau	47
2.3 Erfolgswirksame Geschäftsvorfälle, Veränderung der Bilanz und laufende Kontenbuchhaltung	54
2.4 Eigenkapitalkonto und dessen Veränderung, Verbuchung erfolgswirksamer Geschäftsvorfälle und Erfolgsrechnung.....	66
2.5 Berücksichtigung von Verlusten und Risiken im Jahresabschluss	87
2.6 Kapital-/Finanzflussrechnung als Ursachenrechnung für Liquiditätsveränderung.....	94
Anlage: Bilanzgliederung nach § 266 HGB	101
Literatur	102
3 Neue Betriebswirtschaftslehre und Angewandte Statistik – zwei Seiten einer Medaille	103
3.1 Vorbemerkungen.....	103
3.2 Historische Notizen zur Statistik.....	104
3.3 Statistische Grundbegriffe	107
3.4 Datenerhebung	113
3.5 Verteilungsanalytische Betrachtungen.....	118
3.6 Wahrscheinlichkeitstheoretische Betrachtungen	138
3.7 Zusammenhangsanalytische Betrachtungen	149

3.8	Regressionsanalytische Betrachtungen.....	165
3.9	Schlussbemerkungen und Literaturhinweise.....	174
4	Kosten-, Erlös- und Ergebnisrechnung.....	177
4.1	Zielsetzung und Aufbau des Beitrags.....	177
4.2	Die Stellung der Kosten-, Erlös- und Ergebnisrechnung in der Betriebswirtschaftslehre	177
4.3	Einführender Überblick über die Kosten-, Erlös- und Ergebnisrechnung.....	181
4.4	Angebotskalkulation	184
4.5	Marktorientiertes Kostenmanagement.....	190
4.6	Ermittlung und Analyse des Erfolgs	192
4.7	Planung und Kontrolle der Wirtschaftlichkeit.....	195
4.8	Business Cases zur Produkteinführung	196
4.9	Kalkulation besonderer Kostenträger	199
4.10	Konkrete Entscheidungssituationen.....	200
	Literatur zur Kosten-, Erlös- und Ergebnisrechnung	204
5	Rechtlicher Rahmen: Rechtsformwahl und SE	207
5.1	Rechtsformwahl.....	207
5.2	SE, Aktiengesellschaft und Börse	211
	Literatur.....	217
6	Von der traditionellen Finanzierungslehre zum wertorientierten Finanzmanagement	219
6.1	Finanzierungstheorien, deren terminologische Grundlagen, Logik und Ziele.....	219
6.2	Wertorientiertes Finanzierungsmanagement.....	224
	Literatur.....	227
7	Einführung in die Unternehmensbewertung	229
7.1	Anlässe für Unternehmensbewertungen	229
7.2	Methoden der Unternehmensbewertung.....	230
7.3	Vom Enterprise Value zum Wert des Eigenkapitals	243
	Literatur.....	247
8	Unternehmenszusammenschlüsse	249
8.1	Begriffsabgrenzung.....	249
8.2	Motive	251
8.3	Phasen von M&A	256
8.4	Erfolgsfaktoren und Risiken von M&A-Transaktionen.....	259
8.5	Erfolgsmessung von Mergers & Acquisitions	260
8.6	Trends bei Unternehmenszusammenschlüssen.....	261
	Literatur.....	264

9	Zur Anwendung des Ratings / Basel III / Basel IV im Rahmen neuerer Regu- lierungsvorschriften.....	267
	Abstract.....	267
9.1	Fundamentale Grundlagen zum Risiko.....	267
9.2	Ratings	277
9.3	Rechtliche Grundlagen.....	292
9.4	Risikosteuerung.....	308
	Literatur	331
10	Governance, Risk & Compliance	339
10.1	Einführung in die Thematik von Governance, Risk & Compliance	339
10.2	Corporate Governance.....	341
10.3	Risikomanagement.....	346
10.4	Compliance Management	357
10.5	Governance, Risk & Compliance Quick -Check.....	364
10.6	Übungsaufgaben/Fragen zu Governance, Risk & Compliance	365
	Literaturempfehlungen.....	366
	Literatur	367
11	Der Strategic Management Navigator: Ein Bezugsrahmen zur Strukturierung der Strategiearbeit.....	371
11.1	Einleitendes zum Unternehmen/Umwelt-Verhältnis.....	372
11.2	Der Aufbau des Strategic Management Navigator	373
11.3	Strategische Gestaltungsebenen.....	383
11.4	Pfade durch den SMN.....	385
11.5	Besonderheiten und Grenzen des SMN.....	388
11.6	Zusammenfassung	390
12	Strategisches Controlling.....	391
12.1	Konzeptionelle Grundlagen	391
12.2	Aufgaben des strategischen Controllings	396
12.3	Instrumente des strategischen Controllings.....	399
13	Das neue Modell der Geschäftsmodelle	425
13.1	Eine systematische Perspektive des Geschäftsmodells	425
13.2	Begrifflichkeit des Geschäftsmodells.....	426
13.3	Funktion eines Geschäftsmodells.....	435
13.4	Struktur eines Geschäftsmodells	438
13.5	Prozess eines Geschäftsmodells	441

13.6	Lenkung eines Geschäftsmodells.....	446
	Literatur.....	448
14	Standortentscheidungen	453
14.1	Determinanten der betrieblichen Standortentscheidung	453
	Literatur.....	466
15	Einführung in das Personalmanagement.....	469
15.1	Einführung in die Thematik und personalwirtschaftliche Grundlagen.....	469
15.2	Theoretische Grundlagen	471
15.3	Personalwirtschaftliche Kernaufgaben.....	475
15.4	Trends im Personalwesen und Arbeit 4.0.....	504
15.5	Schlussbemerkung.....	506
	Literatur.....	506
16	Grundlegende Überlegungen zu den Organisationsansätzen	511
16.1	Toyotas Just-in-Time: Eine organisatorische Erfolgsgeschichte	512
16.2	Organisationsziele: Ohne Ziele keine Performance-Messung	516
16.3	Zur Notwendigkeit von Organisationsansätzen	518
16.4	Organisationsansätze und Prämissen	520
16.5	Betriebliche Organisationstheorie als Wissenschaft, Organisationsprobleme zu erkennen, zu analysieren und zu gestalten	527
16.6	Zur traditionellen deutschen Organisationslehre nach Kosiol.....	529
16.7	Organisationsanalyse.....	534
16.8	Fragen.....	537
17	Online-Kommunikation.....	539
17.1	Einführung	539
17.2	Suchmaschinenmarketing.....	541
17.3	Display Advertising.....	542
17.4	Affiliate Marketing.....	542
17.5	Email Marketing	543
17.6	Online-PR und Storytelling	543
17.7	Social Media Marketing	544
17.8	Crowdsourcing.....	544
17.9	Mobiles Internet	545
17.10	Corporate Website.....	545
17.11	Social Collaboration	546
	Literatur.....	546

18 Einführung in das unternehmerische Nachhaltigkeitsmanagement 549

18.1 Einleitung und Aufbau dieses Buchabschnitts 549

18.2 Nachhaltigkeit und Unternehmen: Vor welchen neuen gesellschaftlichen Herausforderungen stehen Unternehmen heute? 551

18.3 Unternehmen für Nachhaltigkeit..... 557

18.4 Stakeholder-Management..... 569

18.5 Normen und Standards des Nachhaltigkeitsmanagements 574

18.6 Nachhaltigkeitsmanagement und die Funktionen des Unternehmens 582

18.7 Fazit 590

 Literatur 591

19 Die neue Nachhaltigkeit im Unternehmertum 593

19.1 Nachhaltiges Unternehmertum 593

19.2 Funktion nachhaltigen Unternehmertums..... 596

19.3 Struktur nachhaltigen Unternehmertums..... 603

19.4 Prozesse nachhaltigen Unternehmertums..... 608

19.5 Lenkung nachhaltigen Unternehmertums..... 611

 Literatur 615

Über die Autoren 619

Index 621