

Inhalt

Vorwort	7
1 Strategisches Finanzmanagement	11
Megatrends im Management	11
Kontrollelemente	15
Finanzmanagement versus Buchhaltung	19
Erläuterung der Ziele	22
Den Cash-flow verstehen	28
Lektionen aus der »Buchführung unter Berücksichtigung von Preisänderungen«	32
2 Ein Kontrollrahmen	35
Das traditionelle Buchhaltungsmodell	35
Die Dreiecksbeziehung	40
Die strategische Hierarchie	46
Reaktionen	49
3 Pricing	53
Die Mathematik des Finanzmanagements	53
Maximierung des Deckungsbeitrags	59
Kundentreue	61
Kontrolle	63
4 Umsatzfördernde Ausgaben	65
Generalstrategien	65
Handelsmarken in der Bilanz	67
Die Geschichte zweier Strategien	69
Investitionsbewertung	72
Prognostizierte Ergebnisse und Benchmarking	78
5 Umsatzantizipierende Ausgaben	81
Symptome und Notwendigkeiten	81
Von der Taktik zur Strategie	84
Wertzuwachs	88
Optimierung	94
Prognostiziertes Ergebnis	98

6 Umsatzerhaltende Ausgaben	101
Qualität als Objekt des Finanzmanagements	101
Worum es geht	104
Die Kundendimension	106
Dunkle Felder für das Management	108
Evaluierungen	109
7 Umsatzerneuernde Ausgaben	115
Die Minimaloption	115
Strategische Budgeterstellung	121
Die anderen immateriellen Werte	123
8 Management der Unsicherheit	129
Eine heimliche Verschwörung	129
Zusammenfassung	135
Das ewige Dreieck	137
Das Finanzwesen unter der Lupe	140
9 Die Zukunft	143
Aktive Mitgestaltung	143
Finanzmanagement	145
Das Umfeld wird weich	146
Weitere Horizonte	148
Index	151