

CONTROLLING

Herausgegeben von
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Péter Horváth
Prof. Dr. Thomas Reichmann

**ZEITSCHRIFT FÜR
ERFOLGSORIENTIERTE
UNTERNEHMENSSTEUERUNG**

Prof. Dr. Ulrike Baumöl
Prof. Dr. Andreas Hoffjan
Prof. Dr. Klaus Möller
Prof. Dr. Burkhard Pedell

- | | | |
|---|--|-----|
| Regina Schröder und
Friederike Wall | Customer Perceived Value Accounting | 669 |
| Jürgen Weber und
Stefan Linder | Better Budgeting und Beyond Budgeting
erfolgreich implementieren | 677 |
| Susanne Kolb und
Daniel Heinemann | Turnaround-Balanced Scorecard | 683 |
| Bernd Tigges und
Maximilian Schmid | Unternehmensplanung | 689 |
| Gereon Neuhaus, Ulrike Voß
und Olaf Sonnenschein | Entwicklung eines Kundenwertmodells für
einen mittelständischen Full Service
IT-Dienstleister | 695 |

16. Jahrgang **12** VERLAGE C.H. BECK · VAHLEN
Dezember 2004 München · Frankfurt a. M.

**»Wer sind wir? – Was machen wir? – Und warum sind wir wichtig?
Falls Sie nicht alle drei Fragen schlüssig und schnell beantwortet haben,
dann sollten Sie dieses Buch intensiv studieren. Dieses im deutschen Sprach-
raum einmalige Werk wird Ihnen alle Werkzeuge an die Hand geben, um Ihre
Marke aufzuladen und in der Wahrnehmung ... nachhaltig zu unterstützen.«**

Philip Kotler

In diesem Werk sind zum ersten Mal alle wesentlichen B2B-Marken-Konzepte und neueste Einsichten zum Markenmanagement zusammenfassend dargestellt und mit aktuellen Fallbeispielen beschrieben.

Strategische Markenaufladung und operative Markenkommunikation

- B2B – Grundlagen und Herausforderungen
- Strategische Parameter der Markenaufladung im B2B-Sektor
- Operative Parameter der Markenkommunikation im B2B-Sektor
- Dienstleistungen, Dienstleistungsmarken und B2B-Dienstleistungen
- Integrierte Kommunikation

Branchenanwendungen und Unternehmensbeispiele

- Accenture
- DaimlerChrysler Management Consulting
- Porsche Consulting
- Hako
- Festo
- Randstad Deutschland
- POI
- MBtech Group
- Bosch
- ZF Friedrichshafen
- KUKA Roboter
- TRUMPF
- Schroff
- Siemens
- Intel
- Lernimpulse aus der Praxis für die Praxis
- Die Zukunft des B2B-Markenmanagement

Prof. Dr. Waldemar A. Pförtzsch lehrt und forscht im Bereich International Business und B2B Marketing an der Hochschule Pforzheim und an der University of Illinois at Chicago (UIC).

Dr. Michael Schmid ist selbständiger Unternehmensberater in den Bereichen Research, Training und Coaching.



Von Prof. Dr. Waldemar Pförtzsch und Dr. Michael Schmid, Pforzheim
2005. XVI, 605 Seiten. Gebunden € 49,-
ISBN 3-8006-3144-X



FAX-COUPON

Expl. 3-8006-3144-X
Pförtzsch/Schmid · B2B-Markenmanagement
2004. Gebunden € 49,- inkl. MwSt., zzgl. Vertriebskosten

Name/Firma _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Datum/Unterschrift _____ B/136340

Sie haben das Recht, die Ware innerhalb von 2 Wochen nach Lieferung ohne Begründung an Ihre Buchhandlung oder an den Verlag Franz Vahlen, c/o Nördlinger Verlagsauslieferung, Augsburg Str. 67 a, 86720 Nördlingen zurückzusenden, wobei die rechtzeitige Absendung genügt. Kosten und Gefahr der Rücksendung trägt der Empfänger.
Ihr Verlag Franz Vahlen GmbH, Wilhelmstr. 9, 80801 München, Geschäftsführer: Dr. Hans Dieter Beck

Bitte bestellen Sie bei Ihrem Buchhändler oder bei:

VERLAG VAHLEN
80791 MÜNCHEN
Fax: (089) 3 81 89-402
Internet: www.vahlen.de
E-Mail: bestellung@vahlen.de

CONTROLLING

16. Jahrgang · Heft 12 · Dezember 2004

Editorial	„Vorsicht Kunde!“ Ein Thema für das Service-Controlling 667
Controlling-Wissen	Dipl.-Kffr. <i>Regina Schröder</i> und Prof. Dr. <i>Friederike Wall</i> , Witten/Herdecke Customer Perceived Value Accounting Konzeption, Beiträge und Entwicklungsstand. 669
	Prof. Dr. <i>Jürgen Weber</i> und Dipl.-Kfm. <i>Stefan Linder</i> , Vallendar Better Budgeting und Beyond Budgeting erfolgreich implementieren. 677
	<i>Susanne Kolb</i> und <i>Daniel Heinemann</i> , Siegen Turnaround-Balanced Scorecard 683
	Dr. <i>Bernd Tigges</i> und <i>Maximilian Schmid</i> , Frankfurt am Main Unternehmensplanung Erfolgstreiber oder Bremsklotz? 689
Controlling-Case Study	Betriebswirt <i>Gereon Neuhaus</i> , Dipl.-Oec. <i>Ulrike Voß</i> , Gelsenkirchen, und Dipl.-Kfm. <i>Olaf Sonnenschein</i> , Dortmund Entwicklung eines Kundenwertmodells für einen mittelständischen Full Service IT-Dienstleister. 695
Controlling-Lexikon	Dr. <i>Marc Diederichs</i> , Wetter an der Ruhr Balanced Chance- & Risk-Card 703
Controlling-Literatur	Fachbuch-ABC 707
Controlling Aktuell	Veranstaltungs-Vorschau. 711 Kongresse • Seminare • Workshops 713

Mit dieser Ausgabe verteilen wir eine Beilage vom
Verlag Franz Vahlen GmbH, München.

Wir bitten unsere Leser um Beachtung!

Herausgeber

Prof. Dr. Péter Horváth
Prof. Dr. Thomas Reichmann

Herausgeberbeirat

Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. Ing. E.h. Dietger Hahn
Geschäftsführender wissenschaftlicher Leiter des *Instituts für Unternehmensplanung*
ILU Gießen/TU Berlin

Karlheinz Hornung
Mitglied des Vorstandes der *mg technologies AG*, Frankfurt am Main

Prof. Robert S. Kaplan
Inhaber des Lehrstuhls für Leadership Development an der Harvard Business School/USA

Dr. Jürgen Krumnow
Mitglied des Beraterkreises der *Deutsche Bank AG*, Frankfurt am Main

Prof. Philippe Lorino
Inhaber des Lehrstuhls für Comptabilité-Contrôle de Gestion an der ESSEC, Paris/Frankreich

Prof. Andy Neely
Inhaber des Lehrstuhls für Business Performance an der Cranfield School of Management/UK

Dipl.-Wirt. Ing. Manfred Rimmel
Vorstandsvorsitzender der *Magna Steyr AG & Co KG*, Oberwaltersdorf/Österreich

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. August-Wilhelm Scheer
Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik an der Universität des Saarlandes und
Vorsitzender des Aufsichtsrates der *IDS Scheer AG*, Saarbrücken

Prof. Takeyuki Tani, Ph.D.
Inhaber des Lehrstuhls für Management Control an der Graduate School of Business
Administration der Kobe University

Dr. Klaus Wienhold
Senior Consultant der *CIC GmbH & Co. KG*, Dortmund

Impressum

Schriftleitung: Verantwortlich für den Textteil: Prof. Dr. Péter Horváth, Universität Stuttgart, Betriebswirtschaftliches Institut, Keplerstraße 17, 70174 Stuttgart, Telefon: 0711/121-3170, Telefax: 0711/121-3151.

Stellvertreter: Prof. Dr. Thomas Reichmann, Universität Dortmund, Lehrstuhl für Controlling und Unternehmensrechnung, Otto-Hahn-Straße 6a, 44227 Dortmund, Telefon: 0231/7553140, Telefax: 0231/7553141.

Herausgeber: Prof. Dr. Péter Horváth, Stuttgart, und Prof. Dr. Thomas Reichmann, Dortmund.

Redakteure: Dr. Klaus Möller, Dipl.-Kfm. Sven Eckert, Universität Stuttgart, Lehrstuhl Controlling, Keplerstraße 17, 70174 Stuttgart, Telefon: 0711/121-3926; Dipl.-Kffr. Anja Lücke, Dr. Marc Diederichs, Universität Dortmund, Lehrstuhl für Controlling und Unternehmensrechnung, Otto-Hahn-Straße 6a, 44227 Dortmund, Telefon: 0231/755-3140.

Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Eingeschlossen sind insbesondere auch die Befugnis zur Einspeicherung in eine Datenbank sowie das Recht der weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken im Wege eines photomechanischen oder eines anderen Verfahrens. Dem Autor verbleibt die Befugnis, nach Ablauf eines Jahres anderen Verlagen eine einfache Abdruckgenehmigung zu erteilen; ein Honorar hieraus steht dem Autor zu.

Urheber- und Verlagsrechte: Alle in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Der Rechtsschutz gilt auch gegenüber Datenbanken und ähnlichen Einrichtungen. Kein Teil dieser Zeitschrift darf außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form - durch Fotokopie, Mikrofilme oder andere Verfahren - reproduziert oder in eine von Maschinen, insbesondere von Datenverarbeitungsanlagen verwendbare Sprache, übertragen werden.

Anzeigenabteilung: Verlag C.H. Beck, Anzeigenabteilung, Wilhelmstr. 9, 80801 München. *Postanschrift:* Postfach 400340, 80703 München

Media-Service: Telefon: 089/381 89-781, Telefax: 089/381 89-782, media-service@beck.de.

Media-Disposition (Herstellung Anzeigen, technische Daten): Telefon: 089/381 89-598/-603, Telefax Auftrags-service 089/3 81 89-589. *Verantwortlich für den Anzeigenteil:* Fritz Lebherz. Z.Zt. gilt Anzeigenpreisliste Nr. 16.

Verlag: Verlag C.H. Beck oHG, Wilhelmstr 9, 80801 München, Telefon: 089/381 89-0, Telex: 5215085 beck d, Telefax: 089/381 89-398, Postbank: München, Kto. 6229-802, BLZ 700 100 80.

Erscheinungsweise: monatlich.

Bezugspreise 2004: jährlich € 138,- (darin € 9,03 MwSt.), **Vorzugspreis** für Studenten (fachbezogener Studiengang, gegen Nachweis) € 106 (darin € 6,94 MwSt.). **Einzelheft:** € 13,00 (darin € -,85 MwSt.) jeweils zuzüglich Versandkosten.

Bestellungen nehmen entgegen: jede Buchhandlung und der Verlag.

Abo-Service: Tel.: 089/381 89-706, Fax: 089/381 89-297. E-Mail: abo.service@beck.de.

Abbestellungen müssen 6 Wochen vor Jahresschluss erfolgen.

Satz: FotoSatz Pfeifer GmbH, 82166 Gräfelfing.

Druck: Druckerei C. H. Beck, Bergerstr. 3, 86720 Nördlingen