

(Download pdf) Beyond Budgeting: Von der Theorie zur Praxis: Implementierung des Modells am Beispiel einer Handelsunternehmensgruppe (German Edition)

Beyond Budgeting: Von der Theorie zur Praxis: Implementierung des Modells am Beispiel einer Handelsunternehmensgruppe (German Edition)

Natalie Heck

**Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks*



DOWNLOAD



READ ONLINE

2013-10-30 2013-10-30 File Name: B00US2IQ7E | File size: 45.Mb

Natalie Heck : Beyond Budgeting: Von der Theorie zur Praxis: Implementierung des Modells am Beispiel einer Handelsunternehmensgruppe (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Beyond Budgeting: Von der Theorie zur Praxis: Implementierung des Modells am Beispiel einer Handelsunternehmensgruppe (German Edition):

Diplomarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich BWL - Controlling, Note: 1,5, Hamburger Fern-Hochschule, Sprache: Deutsch, Abstract: **„Wer nichts veräußern will, wird auch das verlieren, was er bewahren möchte.“** Gustav Heinemann (1899-1976), dt. Politiker **Exposé**; EHEC, Dioxinskandal, Finanz- und Wirtschaftskrise **–** um nur einige Schlagwörter zu nennen **–**; könnten durchaus auch als **Umwörter** des Jahres 2011 bezeichnet werden, denn sie haben zu massiven Umsatzeinbrüchen geführt und dem Handel viel abverlangt. Dennoch stehen diesen Schlagzeilen auch Meldungen von Rekordgewinnen einiger renommierter Unternehmen wie Daimler oder Rheinmetall gegenüber (O. V. <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/bilanz-daimler-praesentiert-rekordgewinn/6188392.html> und O. V. <http://www.derwesten.de/nachrichten/rheinmetall-verbucht-rekordgewinn-id6388970.html>). **„Handel ist Wandel“**. Dieses gefällige Sprichwort wird von Führungskräften allzu gerne benutzt, wenn es darum geht, die andauernd notwendige Veräußerungsbereitschaft in Handelsunternehmen zum Ausdruck zu bringen. Die Anpassung an die Dynamik des Käufer- und Konsumentenverhaltens stellte zu allen Zeiten die zentrale Herausforderung des Handels dar. Die Entwicklungen des Käufer- und Konsumentenverhaltens lassen sich im Wesentlichen in soziodemographische (z. B. **„alternd“** Gesellschaft), psychographische (z. B. High-Tech- versus High-Touch-Gesellschaft) und verhaltensspezifische (Abwechslungsneigung z. B. Marke bzw. Anbieter zu wechseln) Kategorien unterteilen (O. V. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/handel-ist-wandel-entwicklungen-in-der-handelsstruktur.html>). Auch die verfügbaren Einkommen, die heutzutage stagnieren, lassen den finanziellen Spielraum vieler Konsumenten eher gering ausfallen, was wiederum zu zurückhaltendem Kaufverhalten führt. Gleichzeitig wird der Kunde von immer mehr Unternehmen umworben. Die leistungsstarken Mitbewerber aus dem Ausland und die wachsende Globalisierung erhöhen den Druck auf die Unternehmen. Der Handel wird zunehmend mit schwierigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen konfrontiert. Um erfolgreich zu bleiben, müssen moderne Handelsunternehmen neuartige Strategien entwickeln und umsetzen. Die Voraussetzungen dafür sind Innovationskraft und technologischer Fortschritt. Zudem müssen die Unternehmen die Erfolg versprechenden Ideen schnell umsetzen und moderne Technologien frühzeitig nutzen. (vgl. Kotler et al. 2011: 242). Dabei ist ein zuverlässiges Controlling selbst für Kleinbetriebe unabdingbar geworden. Controller verstehen sich als Unternehmensberater im eigenen Unternehmen...