

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
Symbolverzeichnis.....	XXI
A. Grundlegung	1
B. Kundenorientierte Erlös- und Kostenrechnung.....	11
I. Entwicklung der Rechnungskonzeption.....	11
1. Die Integration des Erlös- und Kostenträgers Kunde	11
2. Die Erlösrechnung als originäre Kundenrechnung	19
a) Klassifizierung der Erlösarten	19
b) Direkte Erlöszurechnung auf den Kunden.....	25
3. Kundenorientierte Grenzplankostenrechnung.....	32
a) Identifizierung kundenvariabler Kostenarten	32
b) Erweiterung der Kostenstellenrechnung um kundenbezogene Pro- zesskosten	37
c) Kalkulation von Kundenselbstkosten	44
4. Informationsmehrwerte für die Unternehmensplanung	46
a) Effizienzvorteile der kundenorientierten Erlöskonzeption.....	46
i) Komplexitätsreduktion bei der Erlösplanung	46
ii) Verursachungsgerechte Erlöszurechnung.....	50
iii) Synergieeffekte für die Segmentberichterstattung.....	54
b) Direkte Kostenzurechnung als Vorteil der kundenorientierten Grenzplankostenrechnung.....	57
i) Substitution produktbezogener Zuschlagssätze	58

ii) Steigerung der Kostentransparenz	63
iii) Rechnungstheoretische Konsequenzen aus der Anwendung der Prozesskostenrechnung	67
II. Erfolgscontrolling einmaliger Kundentransaktionen	71
1. Kunden-Deckungsbeiträge als Periodenerfolgmaßstab.....	72
a) Entscheidungsorientierte Deckungsbeiträge der kundenorientierten Unternehmensrechnung	72
b) Erhöhtes Steuerungspotenzial gegenüber Deckungsbeiträgen nach RIEBEL.....	79
2. Entscheidungsrelevante Steuerungsinformationen für das Produkt- geschäft.....	85
a) Entscheidung über die Kundenannahme anhand der kurzfristigen Preisuntergrenze.....	85
b) Disposition von Personalkapazitäten mit Hilfe der Break-Even- Kundenauftragsanzahl.....	90
c) Bestimmung optimaler Kundenprogramme.....	94
3. Kundenkontrolle mittels Perioden-Abweichungsanalyse	100
a) Kundenspezifische Ausgestaltung der Deckungsbeitrags-Abwei- chungsanalyse	100
b) Erlöskontrolle zur verbesserten Prognose des Kundenverhaltens	107
c) Personalkostenkontrolle mittels Prozesskosten-Abweichungsanalyse..	114
C. Kundenorientierte Investitionsrechnung	123
I. Erweiterung der Rechnungskonzeption auf Kundenbeziehungen	123
II. Instrumente zur Bewertung des System- und Großkundengeschäftes	132
1. Ableitung der Einnahmen für das Systemgeschäft	132
a) Gutenberg-Funktion zur Modellierung von Kunden- und Konkur- renzreaktionen.....	132
b) Conjoint-Analyse als Messinstrument der Preisbereitschaft	138

2. Zielkostenrechnung zur Anpassung der Ausgaben an den Kundennutzen	145
3. Transaktionskostenrechnung zur Quantifizierung großkundenspezifischer Ausgaben.....	154
4. Lebenszykluskostenrechnung zur Senkung der Gesamtausgaben.....	163
III. Investitionscontrolling im Beziehungslebenszyklus	169
1. Vermögenswerte als Vorteilskriterium für Kundenbeziehungen	169
2. Preisstrategien für das Systemgeschäft.....	174
3. Spieltheoretische Modellierung des Großkundengeschäftes	181
a) Wechselkosten als Maßstab für opportunistisches Kundenverhalten....	181
b) Vertragliche Instrumente zur Erhöhung kundenseitiger Wechselkosten	187
c) Folgekäufe als Institution zur Erzeugung kooperativen Kundenverhalten.....	194
4. Periodenübergreifende Planfortschrittskontrolle	197
a) Rechnungsmethodische Erweiterung der Perioden-Abweichungsanalyse um die Zeitkomponente	197
b) Ableitung kundentypspezifischer Steuerungsinformationen.....	202
D. Resümee	213
Anhang	217
Literaturverzeichnis	223