

Inhalt

Vorwort	5
1 Konzeptionelle Grundlagen	13
1.1 Controlling-Grundverständnis	14
1.1.1 Auffassungen von Controlling	14
1.1.2 Zentrale Funktionen von Controlling.....	18
1.1.3 Controllinginstrumente.....	28
1.2 Medienspezifika und deren Implikationen für das Controlling.....	31
1.2.1 Spezifika auf der Entstehungsseite	32
1.2.2 Eigenschaften von Medienprodukten.....	39
1.2.3 Spezifika auf der Nutzungsseite	54
1.2.4 Gesellschaftliche und politische Wirkungen.....	68
1.3 Fallbeispiele	73
Literatur	79
2 Accounting	83
2.1 Rechnungswesen in Medienunternehmen.....	84
2.2 Relevanz des Rechnungswesens für das Controlling.....	87
2.2.1 Funktionen des Rechnungswesens	87
2.2.2 Zentrale Rechnungsgrößen.....	90
2.3 Rechnungen.....	102
2.3.1 Bilanz als Vermögens- und Kapitalrechnung	103
2.3.2 Gewinn- und Verlustrechnung als Wertrechnung	112
2.3.3 Kapitalflussrechnung als Finanzierungsrechnung.....	116
2.4 Fallbeispiele	120
Literatur.....	123
3 Informationsversorgung	125
3.1 Informationsversorgung im Medienbereich	126
3.1.1 Medienspezifika zur Informationsversorgung.....	126
3.1.2 Führungsinformationen und Performance Measurement	132
3.1.3 Kennzahlen und Kennzahlensysteme	156
3.1.4 Berichtswesen, Management Reporting und Berichte	164
3.2 Instrumente der Formalzielmessung.....	176
3.2.1 Kosten- und Leistungsrechnung zur Erfolgsermittlung	176
3.2.2 Kostenartenrechnung	188
3.2.3 Kostenstellenrechnung	196
3.2.4 Kostenträgerrechnung	209

3.2.5	Deckungsbeitrag und Break-Even-Analyse	218
3.2.6	Instrumente des Kostenmanagements.....	227
3.2.7	Integrierte Erfolgsmessung.....	235
3.2.8	Jahresabschluss- und Bilanzanalyse.....	241
3.3	Instrumente der Sachzielmessung	248
3.4	Fallbeispiele	257
	Literatur.....	262
4	Planung und Budgetierung.....	267
4.1	Planung und Budgetierung bei Medienunternehmen.....	268
4.2	Planungs- und Kontrollsystem.....	273
4.2.1	Bausteine des Planungs- und Kontrollsystems.....	273
4.2.2	Ausgestaltung der relevanten Teilplanungen	277
4.2.3	Umfassende Integration und Koordination.....	281
4.3	Budgetierung	283
4.3.1	Vom Plan zum Budget	283
4.3.2	Festlegung des Gesamtbudget-Volumens	286
4.3.3	Verteilung des Gesamtbudgets auf Verantwortungsträger.....	289
4.3.4	Relevanz des Koordinationsmodus.....	295
4.3.5	Optimierung der Steuerungsfunktion der Budgetierung	298
4.4	Fallbeispiele	301
	Literatur.....	314
5	Organisations- und Personalcontrolling.....	317
5.1	Organisations- und Personalmanagement im Medienbereich	318
5.2	Steuerung von Organisation und Personal.....	319
5.2.1	Controlling als Instrument der Organisationsgestaltung.....	319
5.2.2	Controlling als Instrument im Personalmanagement.....	332
5.3	Fallbeispiele	343
	Literatur.....	348
6	Strategisches Controlling.....	351
6.1	Strategisches Controlling bei Medienunternehmen.....	352
6.2	Positionierung von strategischem Controlling	360
6.2.1	Prozessuale Perspektive.....	360
6.2.2	Inhaltliche Perspektive.....	375
6.3	Ganzheitliche strategische Steuerung.....	397
6.3.1	Konfiguration des Geschäftsmodells.....	397
6.3.2	Balanced Scorecard	404
6.3.3	Corporate Responsibility	411
6.4	Fallbeispiele	425
	Literatur.....	431

7	Projektcontrolling	435
7.1	Projektmanagement bei Medienunternehmen	436
7.2	Konzeptionelle Grundlagen	445
7.2.1	Typisierung von Medienprojekten	445
7.2.2	Project Governance	451
7.3	Controlling im Kontext der Projektphasen	457
7.3.1	Projektentstehung	458
7.3.2	Projektdefinition	465
7.3.3	Projektstart	470
7.3.4	Projektplanung	478
7.3.5	Projektrealisation	488
7.3.6	Projektabschluss	496
7.4	Fallbeispiele	500
	Literatur	506
8	Ausgestaltung der Controllingfunktion	509
8.1	Umsetzung von Controlling in Medienunternehmen	510
8.2	Grundbausteine eines effizienten Controllingsystems	511
8.2.1	Informationstechnische Ausgestaltung	511
8.2.2	Personale Ausgestaltung der Controllingfunktion	520
8.2.3	Organisationale Ausgestaltung der Controllingfunktion	529
8.3	Erfolgskontrolle und Dokumentation	541
8.4	Fallbeispiele	544
	Literatur	551
	Stichwortverzeichnis	553