

Vorwort zur zweiten Auflage

Am Aufbau des Buches wurde nichts Grundlegendes verändert, damit sich der Besitzer der ersten Auflage sehr schnell wieder einfinden kann. Einige Kapitel wurden umgestellt.

Komplett neu gegenüber der ersten Auflage ist die Aufnahme des Vertriebs als eigenständiger Unternehmensbereich. Dies ist auch der Tätigkeit des Autors an der Fakultät für Management und Vertrieb geschuldet. Als Gründungsdekan dieser Fakultät am Campus Schwäbisch Hall der Hochschule Heilbronn habe ich unmittelbar erfahren, dass die in Wissenschaft und Lehre verbreitete Auffassung der Unterordnung des Vertriebs unter das Marketing einem Praxistest kaum standhält.

Einige der Praxisbeispiele und Daten der ersten Auflage bezogen sich auf die Jahre 1993 bis 2004. Soweit möglich wurden die Daten aktualisiert. Auch wurden die Ausführungen veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen und der neuesten Fassung des Deutschen Corporate Governance Kodex angepasst.

Mein besonderer Dank gilt folgenden Personen:

- Stefanie Winter (Springer Gabler Verlag, Wiesbaden) für die sehr konstruktive Zusammenarbeit
- Juliane Klieme und Esther Streeb von der Bibliothek der Hochschule Heilbronn am Campus Schwäbisch Hall für die Unterstützung bei Buchausleihen, Verlängerungen, Vormerkungen und Bestellwünschen
- Jenny Waffenschmid für die Unterstützung bei der Aktualisierung der Daten, Literaturhinweise und der Praxisbeispiele

Ich danke auch mehreren Generationen von Studierenden an der Fakultät für Management und Vertrieb am Campus Schwäbisch Hall der Hochschule Heilbronn für Verbesserungshinweise.

Es versteht sich zwar von selbst, aber alle Fehler in diesem Buch gehen zu meinen Lasten. Für Kritik und Anregungen bin ich sehr dankbar (ulrich.brecht@hs-heilbronn.de).

Meiner Frau Silvia danke ich für ihre Unterstützung und ihr Verständnis sehr herzlich.

Ubstadt-Weiher, im September 2012

Ulrich Brecht

Vorwort zur ersten Auflage

Dieses Buch wendet sich an Entscheidungsträger in Unternehmen, die sich einen Überblick über die Betriebswirtschaftslehre verschaffen möchten. Viele betriebliche Entscheidungsträger haben keine betriebswirtschaftliche Ausbildung, sehen sich in ihrer täglichen Arbeit aber vielen betriebswirtschaftlichen Fragen gegenüber: Wie entstehen die Ziele von Unternehmen? Warum muss ein Risikomanagementsystem eingeführt werden? Wie funktioniert die Kostenrechnung? Wie werden Mitarbeiter motiviert? Wie wird die Zahlungsfähigkeit sichergestellt? Wie wird der Erfolg einer Investition definiert? Wie kann die Produktion geplant und gesteuert werden? Diese Lücke möchte das Buch füllen.

Das vorliegende Buch soll kein wissenschaftliches Werk sein, sondern den interessierten Praktiker effizient in die Betriebswirtschaftslehre einführen.

Mein besonderer Dank gilt folgenden Personen und Institutionen:

- Dr. Manfred Grieger (Volkswagen AG, Bereich Konzernkommunikation, Wolfsburg) für die Beantwortung meiner Anfragen und die Unterstützung mit Datenmaterial
- Jens Kreibaum (Gabler Verlag, Wiesbaden) für die sehr konstruktive und angenehme Zusammenarbeit bei unserem zweiten Werk
- Michael Schanbacher und seinem Team von der Bibliothek der Fachhochschule Heilbronn für die Unterstützung bei Recherchen, Buchausleihen, Verlängerungen, Vormerkungen und Bestellwünschen

Es versteht sich zwar von selbst, aber alle Fehler in diesem Buch gehen zu meinen Lasten. Für Kritik und Anregungen bin ich sehr dankbar (brecht@fh-heilbronn.de).

Ein Buch kann nicht entstehen ohne Verständnis und Unterstützung im privaten Umfeld. Mein besonderer Dank geht daher an meine Frau Silvia. Ihr widme ich dieses Buch.

Ubstadt-Weiher, im Februar 2005

Ulrich Brecht

BWL für Führungskräfte

Was Entscheider im Unternehmen wissen müssen

Brecht, U.

2012, XX, 245 S. 59 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-3428-4