
Vorwort

Ist Planung eine Selbstverständlichkeit, unabdingbar nötig für eine erfolgreiche Führung, um die man kein Aufheben zu machen braucht? Oder ist sie angesichts einer unsicheren Welt eigentlich ein Ding der Unmöglichkeit? Auf beide Sichtweisen treffen Sie in Wissenschaft und Praxis:

Das Unternehmen „lebt von der Zukunft. Die Vergangenheit bringt Erkenntnis, schafft aber keinen Ertrag.“ Vor allem die Planung ist „imstande, die Betriebsführung aus dem Bereich des Zufalls in den rationaler Gestaltung zu rücken.“ (Mellerowicz 1976, S. 251).

Das Scheitern ist die Regel in Unternehmen, nicht die Ausnahme. Die allermeisten Existenzgründungen scheitern, viele Markteinführungen scheitern, ebenso Pläne und Strategien (Vgl. hierzu Ormerod 2005, S. 221, eigene Zusammenfassung).

Zwischen diesen beiden Polen bewegt sich wohl jeder, der plant: dem Optimismus, dass Pläne für eine erfolgreiche Unternehmensführung unbedingt nötig sind, und dem fakten-gestützten Pessimismus über das Scheitern der allermeisten Pläne, Ideen und Entscheidungen. Wozu dann Planung und Budgetierung? Besonders wenn man bedenkt, welcher Aufwand damit in Unternehmen getrieben wird.

In diesem Buch für die Unternehmenspraxis möchte ich Ihnen einen dritten Weg aufzeigen: wie Sie die für Ihr Unternehmen geeigneten Planungs- und Budgetierungsinstrumente finden, wie Sie dabei weder übertrieben optimistisch sein sollten, was den Nutzen der Planung angeht, noch allzu pessimistisch, denn Planung dient im Kern nicht der Vorhersage der Zukunft, sondern der Vorbereitung auf die Zukunft. Und das allein ist sehr viel wert!

Erfreulicherweise hat das Buch Anklang gefunden und so wurde eine zweite Auflage nötig. In der zweiten Auflage wurde die Gesamtstruktur beibehalten, jedoch einige inhaltliche Ergänzungen vorgenommen. Neue Ausführungen zu Ziele und Planung (Abschn. 1.4), Kontextfaktoren der Planung (Abschn. 3.1), Planung und Unternehmenserfolg (Abschn. 4.1), treiberbasierte Planung (Abschn. 4.3.4) und Moderne Budgetierung (Abschn. 4.9) wurden aufgenommen. Manches konnte auch gekürzt und gestrafft werden, anders wurde überarbeitet, neu formuliert und die Literatur wurde aktualisiert.

Ein solches Buch lebt auch von der Rückmeldung der Leser und so freue ich mich über Ihre Anregungen und Ideen!

Robert Rieg

Literatur

Mellerowicz, K. (1976). Unternehmenspolitik. Band 1: Grundlagen. 3. Aufl. Freiburg im Breisgau.
Ormerod, P. (2005). Why Most Things Fail. London.

Planung und Budgetierung

Was wirklich funktioniert

Rieg, R.

2015, XIX, 233 S. 74 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-4628-7