

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
Verzeichnis ausgewählter Symbole.....	XIX
A. Gegenstand und Aufbau der Arbeit.....	1
B. Grundlagen des Target Costing in der Automobilindustrie	5
I. Zwecksetzungen und Anwendungsbereiche des Target Costing.....	5
II. Verfahrensschritte im Grundkonzept des Target Costing.....	9
1. Festlegung von Produktzielkosten.....	9
a) Bestehende methodische Basis	9
i) Methoden zur Festlegung der Produktzielkosten	9
ii) Methoden zur Festlegung der Gewinnspanne	13
b) Festlegung kundenorientierter Produktzielkosten auf Basis der Umsatzrendite.....	16
c) Abgrenzung für die Zielkostenspaltung relevanter Kostenarten	24
2. Zielkostenspaltung	28
a) Zielkostenspaltung auf Produktfunktionen	28
b) Zielkostenspaltung auf Produktkomponenten	35
i) Ableitung komponentenbezogener Zielkosten mit Hilfe der Komponentenmethode	36
ii) Ableitung komponentenbezogener Zielkosten mit Hilfe der Funktionsmethode	37
3. Zielkostenerreichung	46
a) Instrumente zur Kostenkontrolle.....	46
i) Das einfache Value Control Chart.....	47
ii) Das zielkostenbezogene Value Control Chart.....	47
b) Instrumente zur Zielkostensicherung	55
i) Isolierte Maßnahmen zur Zielkostensicherung.....	55
ii) Einsatz der Wertanalyse zur Zielkostensicherung	58
III. Target Costing in der deutschen Automobilindustrie.....	64
1. Allgemeine Charakterisierung der deutschen Automobilindustrie	64
a) Begriffliche Grundlagen und Abgrenzung des Betrachtungsbereichs	64
b) Volkswirtschaftliche Bedeutung.....	67
c) Zulieferer- und Wertschöpfungsstruktur	70
2. Einsatz des Grundkonzepts des Target Costing in der Unternehmenspraxis	74
a) Überblick über Praxisfallbeispiele in der Literatur	74
b) Einsatz der Methoden zur Festlegung von Produktzielkosten in der Unternehmenspraxis	76
c) Einsatz der Methoden zur Zielkostenspaltung in der Unternehmenspraxis.....	78

3. Branchenspezifische Modifikation des Grundkonzepts der Zielkostenspaltung für Automobile.....	79
a) Methodik des modifizierten Ansatzes zur Zielkostenspaltung.....	79
i) Zielkostenspaltung auf Produktkostenarten.....	79
ii) Zielkostenspaltung auf Kundenanforderungsklassen	80
iii) Zielkostenspaltung auf Hauptbaugruppen	83
b) Kritik am modifizierten Ansatz zur Zielkostenspaltung.....	85
IV. Ansätze zur Integration von Zulieferern in das Target Costing	87
1. Zum Begriff der Zuliefererintegration im Hinblick auf das Target Costing	87
2. Ausgewählte Ansätze eines unternehmungsübergreifenden Target Costing	89
a) Ansätze zur Zuliefererintegration in das Target Costing	89
i) Der Ansatz von <i>Seidenschwarz et al.</i>	89
ii) Der Ansatz von <i>Möller</i>	92
b) Ansätze zum Target Costing in Wertschöpfungsketten	96
V. Weiterentwicklungsbedarf des Target Costing im Hinblick auf die Zuliefererintegration in der Automobilindustrie.....	99
1. Erweiterung des Grundkonzepts der Zielkostenspaltung für Automobile als komplexe Produkte	99
2. Integration von Automobilzulieferern in das erweiterte Grundkonzept	101
C. Entwicklung eines mehrstufigen Target-Costing-Konzepts für Automobile	103
I. Begründung der Notwendigkeit eines mehrstufigen Ansatzes	103
II. Anforderungen an das mehrstufige Target-Costing-Konzept.....	107
1. Kundenorientierte Ableitung von Zielkosten für Erzeugniselemente	107
2. Detaillierte Erhebung von Kundenanforderungen	110
3. Ursachenorientierte Kostenzurechnung.....	115
III. Formulierung von Verfahrensschritten für das mehrstufige Target-Costing-Konzept.....	117
1. Erfassung und Strukturierung von Kundenanforderungen	118
a) Begriffliche Grundlagen.....	118
b) Bestehende methodische Basis	124
i) Einstufige Ansätze zur Erfassung und Strukturierung von Kundenanforderungen	124
ii) Hierarchische Ansätze zur Erfassung und Strukturierung von Kundenanforderungen	127
c) Vorschlag einer Methodik zur Erfassung und hierarchischen Strukturierung von Kundenanforderungen für Automobile.....	131
i) Methodik zur Erfassung von Kundenanforderungen	131
ii) Methodik zur hierarchischen Strukturierung von Kundenanforderungen	134
2. Festlegung von Produktzielkosten.....	147

3. Ermittlung von Bedeutungsgraden für Kundenanforderungen	148
a) Bestehende methodische Basis	148
b) Vorschlag einer Methodik zur Ermittlung von Bedeutungsgraden für Kundenanforderungen.....	150
4. Festlegung kundenanforderungsbezogener Zielkosten	156
a) Bestehende methodische Basis	156
b) Vorschlag einer Methodik zur Zielkostenfestlegung für Kundenanforderungen	158
5. Erfassung der Erzeugnisstruktur von Automobilen für das Target Costing	160
a) Bestehende methodische Basis	160
b) Vorschlag einer Methodik zur formalen Abbildung der Erzeugnisstruktur von Automobilen.....	163
6. Festlegung von Bedeutungsgraden für Erzeugniselemente.....	169
a) Bestehende methodische Basis	169
b) Vorschlag einer Methodik zur Ermittlung bedingter Bedeutungsgrade für Erzeugniselemente	172
i) Partielle bedingte Bedeutungsgrade von Erzeugniselementen	172
ii) Globale bedingte Bedeutungsgrade von Erzeugniselementen	179
c) Vorschlag einer Methodik zur Ermittlung absoluter Bedeutungsgrade für Erzeugniselemente	184
i) Globale absolute Bedeutungsgrade von Erzeugniselementen	185
ii) Partielle absolute Bedeutungsgrade von Erzeugniselementen.....	189
7. Festlegung erzeugniselementbezogener Zielkosten.....	192
a) Bestehende methodische Basis	192
i) Hierarchische Strukturierung planungsrelevanter Kosten für Erzeugniselemente	192
ii) Ermittlung spaltbarer und nichtspaltbarer Zielkostenanteile für Baugruppen.....	193
b) Vorschlag einer Methodik zur Zielkostenfestlegung für Erzeugniselemente	195
D. Integration von Automobilzulieferern in das mehrstufige Target-Costing-Konzept.....	201
I. Begriffliche Grundlagen.....	201
II. Typisierung der Integration von Automobilzulieferern in das Target Costing der Hersteller	207
1. Machtbasiertes Target Costing.....	207
2. Kooperatives Target Costing	210
3. Entkoppeltes Target Costing	213
III. Nähere Kennzeichnung und Prüfung der Adäquanz der Integrationstypen	214
1. Abhängigkeit der Adäquanz eines Integrationstyps von der Form der Geschäftsbeziehung	214
2. Nähere Kennzeichnung des machtbasierten Target Costing.....	217
3. Nähere Kennzeichnung des kooperativen Target Costing.....	220
4. Nähere Kennzeichnung des entkoppelten Target Costing.....	222

IV. Typisierung der Automobilzulieferer nach ihrer Integration in das Target Costing des Herstellers	225
1. Systempartner	225
2. Serienentwicklungszulieferer	228
3. Marktzulieferer	231
V. Integrationstypspezifische Ausgestaltung der Verfahrensschritte zur Zielkostenspaltung	233
1. Abgrenzung des Betrachtungsbereichs	233
2. Kooperatives Target Costing zur Integration von Systempartnern	236
a) Benötigte Ausgangsdaten	236
b) Festlegung vorläufiger hersteller- und zuliefererbezogener Zielkosten für Systeme	238
c) Ermittlung des partiellen absoluten Bedeutungsgrades für Kundenanforderungen im Hinblick auf Systeme	240
d) Durchführung eines Konzeptwettbewerbs zur Auswahl geeigneter Systempartner	242
e) Festlegung verbindlicher hersteller- und zuliefererbezogener Zielkosten für Systeme	245
f) Festlegung verbindlicher zuliefererbezogener Zielkosten für die Erzeugniselemente von Systemen	249
3. Machtbasiertes Target Costing zur Integration von Serienentwicklungszulieferern	249
a) Benötigte Ausgangsdaten	249
b) Festlegung hersteller- und zuliefererbezogener Zielkosten für Subsysteme	251
c) Festlegung zuliefererbezogener Zielkosten für die Erzeugniselemente von Subsystemen	255
4. Entkoppeltes Target Costing zur Integration von Marktzulieferern	259
a) Benötigte Ausgangsdaten	259
b) Festlegung hersteller- und zuliefererbezogener Zielkosten für Teile	260
VI. Spezifizierung der Zielkostenerreichung im Rahmen des Zulieferer integrierenden Target Costing	265
1. Instrumente zur Zielkostensicherung	265
a) Isolierte Maßnahmen zur Zielkostensicherung	265
b) Zulieferer integrierende Instrumente zur Zielkostensicherung	267
i) Instrumente zur kurzfristigen Zielkostensicherung	267
ii) Instrumente zur langfristigen Zielkostensicherung	268
2. Instrumente zur Kostenkontrolle	271
E. Fazit	273
Literaturverzeichnis	275
Verzeichnis der Interviewpartner	293