

ZfB

ZEITSCHRIFT FÜR BETRIEBSWIRTSCHAFT

Editor-in-Chief: Prof. Dr. Günter Fandel

Department Editors: Prof. Dr. Holger Ernst, Prof. Dr. Oliver Fabel, Prof. Dr. Günter Fandel,
Prof. Dr. Armin Heinzl, Prof. Dr. Manfred Krafft, Prof. Dr. Norbert Krawitz, Prof. Dr. Hans-Ulrich Küpper,
Prof. Dr. Wolfgang Kürsten, Prof. Dr. Werner Pascha, Prof. Dr. Joachim Schwalbach,
Prof. Dr. Hartmut Stadtler, Prof. Dr. Stefan Winter, Prof. Dr. Peter Witt, Prof. Dr. Uwe Zimmermann

Editorial Board: Prof. Dr. Horst Albach (Chairman), Prof. Alain Burlaud, Prof. Dr. Santiago Garcia Echevarria,
Prof. Dr. Lars Engwall, Dr. Dieter Heuskel, Dr. Detlef Hunsdiek, Prof. Dr. Don Jacobs, Prof. Dr. Eero Kasanen,
Dr. Bernd-Albrecht v. Maltzan, Prof. Dr. Koji Okubayashi, Hans Botho von Portatius, Prof. Dr. Oleg D. Prozenko,
Prof. Dr. Hermann Sabel, Prof. Dr. Adolf Stepan, Dr. Martin Zügel

75. Jahrgang 2005

GABLER

Editor-in-Chief

Prof. Dr. Günter Fandel ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaft, insbesondere Produktions- und Investitionstheorie an der FernUniversität in Hagen. Seine Hauptarbeitsgebiete sind Industriebetriebslehre, Produktionsmanagement und Hochschulmanagement.

Department Editors

Prof. Dr. Holger Ernst ist Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Technologie- und Innovationsmanagement an der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung – Otto-Beisheim-Hochschule – (WHU) in Vallendar.

Prof. Dr. Oliver Fabel ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Unternehmenspolitik an der Universität Konstanz. Seine Hauptarbeitsgebiete sind Personal-, Organisations- und Bildungsökonomik.

Prof. Dr. Günter Fandel, s.o.

Prof. Dr. Armin Heinzl ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik an der Universität Mannheim. Seine Hauptarbeitsgebiete sind Wirtschaftsinformatik, Organisationslehre sowie Logistik.

Prof. Dr. Manfred Krafft ist Universitätsprofessor, Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Direktor des Instituts für Marketing der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Seine Hauptarbeitsgebiete sind Customer Relationship Management, Direktmarketing und Vertriebsmanagement.

Prof. Dr. Norbert Krawitz ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Prüfungswesen an der Universität Siegen. Seine Hauptarbeitsgebiete sind Rechnungslegung, Wirtschaftsprüfung und betriebswirtschaftliche Steuerlehre.

Prof. Dr. Hans-Ulrich Küpper ist Universitätsprofessor und Direktor des Instituts für Produktionswirtschaft und Controlling der Universität München. Seine Hauptarbeitsgebiete sind Unternehmensrechnung, Controlling und Hochschulmanagement.

Prof. Dr. Wolfgang Kürsten ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Finanzierung, Banken und Risikomanagement an der Universität Jena. Seine Hauptarbeitsgebiete sind Finanzkontrakte, Bankbetriebswirtschaftslehre und kapitalmarktorientierte Unternehmensführung.

Prof. Dr. Werner Pascha ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Ostasienwirtschaft/Wirtschaftspolitik an der Universität Duisburg-Essen.

Prof. Dr. Joachim Schwalbach ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Internationales Management an der Humboldt Universität in Berlin.

Prof. Dr. Hartmut Stadler ist Universitätsprofessor und Inhaber des Instituts für Logistik und Transport an der Universität Hamburg. Seine Hauptarbeitsgebiete sind die Logistik, die Unternehmensplanung und die unternehmensübergreifende Planung im Rahmen des Supply Chain Management sowie deren Unterstützung durch Softwaresysteme (z.B. Advanced Planning Systeme).

Prof. Dr. Stefan Winter ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Human Resource Management an der Ruhr-Universität in Bochum. Seine Hauptarbeitsgebiete sind die Analyse von Anreizstrukturen in Unternehmen, Gestaltung von Vergütungssystemen für Führungskräfte sowie die Institutionenökonomische Analyse von Personal- und Organisationsproblemen.

Prof. Dr. Peter Witt ist Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Unternehmertum und Existenzgründung an der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung – Otto-Beisheim-Hochschule – (WHU) in Vallendar. Seine Hauptarbeitsgebiete sind Gründungsfinanzierung, Entrepreneurship und Corporate Governance.

Prof. Dr. Uwe Zimmermann ist Hochschulprofessor und Leiter des Instituts für Mathematische Optimierung an der Technischen Universität Braunschweig. Seine Hauptarbeitsgebiete sind die Lineare, Kombinatorische und Diskrete Optimierung und ihre Anwendung auf komplexe Systeme in Verkehr und Logistik.

Editorial Board

Prof. (em.) Dr. Dr. h.c. mult. Horst Albach
(Chairman)

Prof. Alain Burlaud

Prof. Dr. Santiago Garcia Echevarria

Prof. Dr. Lars Engwall

Dr. Dieter Heuskel

Dr. Detlef Hunsdiek

Prof. Dr. Don Jacobs

Prof. Dr. Eero Kasanen

Dr. Bernd-Albrecht v. Maltzan

Prof. Dr. Koji Okubayashi

Hans Botho von Portatius

Prof. Dr. Oleg D. Prozenko

Prof. (em.) Dr. Hermann Sabel

Prof. Dr. Adolf Stepan

Dr. med. Martin Zügel

Übersicht

Heft 1, Januar 2005	Seiten	1–98
Heft 2, Februar 2005	Seiten	99–214
Heft 3, März 2005	Seiten	215–318
Heft 4, April 2005	Seiten	319–426
Heft 5, Mai 2005	Seiten	427–534
Heft 6, Juni 2005	Seiten	535–666
Heft 7/8, Juli/August 2005	Seiten	667–802
Heft 9, September 2005	Seiten	803–911
Heft 10, Oktober 2005	Seiten	912–1028
Heft 11, November 2005	Seiten	1029–1124
Heft 12, Dezember 2005	Seiten	1125–1246
ZfB-Special Issue 1/05 – Revenue Management	Seiten	1–124
ZfB-Special Issue 2/05 – Perspektiven der Kommunikationspolitik	Seiten	1–114
ZfB-Special Issue 3/05 – Reverse Logistics I	Seiten	1–114
ZfB-Special Issue 4/05 – Reverse Logistics II	Seiten	1–100
ZfB-Special Issue 5/05 – Unternehmensethik und Unternehmenspraxis	Seiten	1–116

<i>Albach, Horst: Betriebswirtschaftslehre ohne Unternehmensethik!</i>	809
<i>Alt, Rainer; Puschmann, Thomas; Österle, Hubert: Erfolgsfaktoren im Customer Relationship Management</i>	185
<i>Boysen, Nils: Reihenfolgeplanung bei Variantenfließfertigung: Ein integrativer Ansatz</i>	135
<i>Bresser, Rudi K. F.; Thiele, Reynaldo Valle; Biedermann, Annette; Lüdeke, Holger: Entlassung des Vorstandsvorsitzenden und Unternehmenserfolg: Eine empirische Untersuchung der größten deutschen Aktiengesellschaften</i>	1165
<i>Brockhoff, Klaus: Konflikte bei der Einbeziehung von Kunden in die Produktentwicklung</i>	859
<i>Bruch, Heike; Ghoshal, Sumantra: Managerial Action: Construct Definition, Model Development and Testing</i>	105
<i>Campenhausen, Claus v.: Offshoring Rules – Auslagern von unterstützenden Funktionen</i>	5
<i>Dierkes, Stefan: Break Even-Analyse und Risiko – eine kapitalmarkttheoretische Analyse</i>	717
<i>Ehrmann, Thomas; Spranger, Georg: Warum setzen Franchisesysteme Filialen und Franchisen parallel ein?</i>	477
<i>Fandel, Günter; Stammen-Hegener, Cathrin: Ein Ansatz zum General Lot Sizing and Scheduling Problem (GLSP) für die mehrstufige Fertigung</i>	879
<i>Fischbacher, Urs; Stefani, Ulrike: Quantal Response Equilibrium am Beispiel der strategischen Interaktion zwischen Manager und Prüfer – Theorie und experimentelle Evidenz</i>	325
<i>Hallerbach, Winfried G.; Hundack, Christoph; Pouchkarev, Igor; Spronk, Jaap: Market Dynamics from the Portfolio Opportunity Perspective: the DAX[®] Case</i>	739
<i>Helm, Roland; Ludl, Michaela: Kundenkarten und ihre Wirkung als Kundenbindungsinstrument</i>	1131
<i>Homburg, Christian; Bucerius, Matthias: Integrationsdauer von Marketing- und Vertriebsressourcen als Erfolgsfaktor von Fusionen und Akquisitionen? Eine Untersuchung des Einflusses externer und interner interorganisationaler Heterogenität</i> . . .	595
<i>Homburg, Christian; Koschate, Nicole: Behavioral Pricing – Forschung im Überblick; Teil 1: Grundlagen, Preisinformationsaufnahme und Preisinformationsbeurteilung</i>	383
<i>Homburg, Christian; Koschate, Nicole: Behavioral Pricing-Forschung im Überblick; Teil 2: Preisinformationsspeicherung, weitere Themenfelder und zukünftige Forschungsrichtungen</i>	501
<i>Hutzschenreuter, Thomas: Zur Wahl der Realisierungsformen für Qualifizierungsmaßnahmen</i>	573
<i>Klein, Christian: Wochenend' und Sonnenschein – Der Wettereffekt in deutschen Aktienindizes</i>	1035
<i>Knobloch, Alois Paul; Rümmele, Peter: Zur systemgerechten Besteuerung von Anleihen mit Sonderzinsgestaltungen im Privatvermögen sowie ihrer steuer- und handelsbilanziellen Behandlung</i>	681

Jahresinhaltsverzeichnis

<i>Korunka, Christian; Keßler, Alexander:</i> Prädiktoren der Realisierung von Unternehmensgründungen: Eine Längsschnittanalyse	1053
<i>Koziol, Christian; Thabe, Tim:</i> Streben Unternehmen nach ihrem optimalen Rating? Theorie und Evidenz vom deutschen Kapitalmarkt	919
<i>Kruschwitz, Lutz; Löffler, Andreas:</i> Antwort auf eine Replik zu einer Stellungnahme zu einer Kritik Wilhelms an einer Arbeit von Kruschwitz/Löffler	1025
<i>Kruschwitz, Lutz; Löffler, Andreas:</i> Kapitalkosten, Wertprozesse und Steuern	1013
<i>Küpper, Hans-Ulrich:</i> Analytische Unternehmensethik als betriebswirtschaftliches Konzept zur Behandlung von Wertkonflikten in Unternehmungen	833
<i>Matzler, Kurt; Fuchs, Matthias; Binder, Hans Jörg; Leih, Helmut:</i> Asymmetrische Effekte bei der Entstehung von Kundenzufriedenheit: Konsequenzen für die Importance-Performance-Analyse	299
<i>Mohnen, Alwine:</i> Good News für die Steuerung von Investitionsentscheidungen – Eine Verallgemeinerung des relativen Beitragsverfahrens	277
<i>Mölls, Sachsa H.; Willershausen, Timo; Krag, Joachim:</i> Bewertung von Forschung und Entwicklung mithilfe eines Compound-Option-Phasenmodells	765
<i>Nietert, Bernhard:</i> Nutzenorientierte versus traditionelle subjektive Unternehmensbewertung	541
<i>Nöth, Markus:</i> Reduktion des Dispositionseffekts privater Anleger durch Einsatz technischer Handelsregeln	455
<i>Pummerer, Erich; Steckel, Rudolf:</i> Die österreichische Gruppenbesteuerung unter Unsicherheit	1099
<i>Rank, Olaf N.:</i> Interdependenzen in den Governance-Strukturen deutscher Großunternehmen	15
<i>Reichelt, Dirk; Schmidt, Matthias:</i> Notwendigkeit zur konzeptionsgerechten Fortentwicklung der Konzernrechnungslegung – das Beispiel sog. „umgekehrter“ Unternehmenserwerbe	43
<i>Salomo, Sören; Cratzius, Michael:</i> Integration von Marketing und Fertigung als Erfolgsfaktoren der Neuproduktentwicklung: Die moderierende Wirkung des Innovationsgrades	71
<i>Schöndube, Jens Robert:</i> Informationsgehalt und Performancemaß-Manipulation in einer Agency-Beziehung mit Nachverhandlungsmöglichkeit	219
<i>Schreyögg, Georg; Geiger, Daniel:</i> Zur Konvertierbarkeit von Wissen – Wege und Irrwege im Wissensmanagement	433
<i>Schulze, Timo; Gedenk, Karen:</i> Biases bei der Tarifwahl und ihre Konsequenzen für die Preisgestaltung	157
<i>Schwarz, Erich J.; Ehrmann, Thomas; Breitenecker, Robert J.:</i> Erfolgsdeterminanten junger Unternehmen in Österreich: eine empirische Untersuchung zum Beschäftigungswachstum	1077

Jahresinhaltsverzeichnis

<i>Spengler, Thomas; Walther, Grit</i> : Strategische Planung von Wertschöpfungsnetzwerken zum Produktrecycling – Konzeption eines Ansatzes zur Modellierung und betriebswirtschaftlichen Bewertung	247
<i>Stock, Ruth</i> : Erfolgsfaktoren von Teams: Eine Analyse direkter und indirekter Effekte	971
<i>Strotmann, Harald</i> : Determinanten der betrieblichen Einführung von Gewinnbeteiligungsmodellen – eine empirische Analyse mit Betriebspaneldaten	1193
<i>Vera, Antonio; Foit, Kristian</i> : Modulare Krankenhausorganisation und Effizienz	357
<i>Wald, Andreas; Weibler, Jürgen</i> : Soziale Einbettung und die Zuschreibung von Führung – Ein Netzwerkansatz	947
<i>Weber, Thomas</i> : Optimale Zeitallokation auf Routineaufgaben und Erfindungen	1223
<i>Wilhelm, Jochen</i> : Bemerkungen über Kapitalkosten vor und nach Steuern – Anmerkungen zu dem gleichnamigen Beitrag von Kruschwitz und Löffler	1005
<i>Wilhelm, Jochen</i> : Replik zu Kruschwitz und Löffler	1021
<i>Wilhelm, Jochen</i> : Unternehmensbewertung – Eine finanzmarkttheoretische Untersuchung	631

Rezensionen

<i>Adler, Jost</i> : Markus Voeth: Gruppengütermarketing	900
<i>Albach, Horst</i> : Burkhard Spinnen: Der schwarze Grat. Die Geschichte des Unternehmers Walter Lindenmaier aus Laupheim	903
<i>Albach, Horst</i> : Eduard Gaugler (Hrsg.): Guido Fischer 1899 – 1983	896
<i>Albach, Horst</i> : Mohan Sawhney, Jeff Zabin: The Seven Steps to Nirvana. Strategic Insights into e-Business Transformation	899
<i>Berens, Wolfgang; Bertelsmann, René</i> : Jürgen Weber: Einführung in das Controlling . .	897
<i>Hahn, Dietger; Blome, Marcus</i> : Péter Horváth, Klaus Möller (Hrsg.): Intangibles in der Unternehmenssteuerung. Strategien und Instrumente zur Wertsteigerung des immateriellen Kapitals	209
<i>Krafft, Manfred</i> : Christian Homburg, Harley Krohmer: Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung	525
<i>Riphahn, Regina T.</i> : Renate Ortlieb: Betrieblicher Krankenstand als personalpolitische Arena. Eine Längsschnittanalyse	424
<i>Strebel, Heinz</i> : Thomas Sterr: Industrielle Stoffkreislaufwirtschaft im regionalen Kontext	528

Jahresinhaltsverzeichnis

Dissertationen

- Grosse, Diana*: Matthias Meyer: Prinzipale, Agenten und ökonomische Methoden . . . 96
Kastner, Marc: Planung von Just-in-Time-Belieferungen mit lokalen Suchverfahren . . . 906

Nachrichten

Jost Adler 1027 – Horst Albach 802 – Sönke Albers 802 – Ulrike Baumöl 1027 – Sven Behrens 909 – Stefan Betz 212 – Thorsten Blecker 909 – Ricarda B. Bouncken 212 – Ricarda Bouncken I (75/4) – Michel Clement 1027, 1245 – Torsten Eymann 98 – Oliver Fabel 213 – M.J. Fallgatter 98 – Martin Feldmann 666 – Ulrich Frank 213 – Jetta Frost 909 – Manfred Frühwirth 666 – Rolf Uwe Fülbier 909 – Karen Gedenk 98 – Ulrich Gilbert 213, 533 – Jorge Marx Gómez 1245 – Ralf Gössinger 1245 – Dietmar Grichnik 1027, 1245 – Norbert Gronau 98 – Marc Gruber 1027, 1246 – Jens Grundei 909, 1027 – Oliver Günther 909 – Sabrina Helm 666 – Roland Helm 98 – Bernhard Heni 666, 802 – Joachim Henkel 533 – Klaus Henselmann 1028 – Andreas Hoffjan 533, 1028 – Sonia Hornberger 909 – Harald Jansen 909 – Reinhard Jung 1027 – Holger Kahle 213, 533 – Peter Kajüter 1028, 1246 – Luise Kämpf 213 – Rainer Kasperzak 213 – Lutz Kaufmann 909, I (75/4) – Hans-Jürgen Kirsch 213 – Heinz Klingelhöfer 426 – Tobias Kollmann 802, 909 – Georg Krieg 1246 – Alexis Kunz 1028 – Hans-Ulrich Küpper 1246 – Rudolf Large 98 – Erik Lehmann 1027 – Susanne Leist 213 – Susanne Leist-Galanos 534 – Stephan Lengsfeld 1246 – Hagen Lindstädt 534 – Andreas Löffler 1246 – Peter Loos 802, 1028 – Ralf Maiterth 910 – Wenzel Matiaske 534 – Dirk Matten 666 – Kurt Matzler 1028 – Reinhard Meckl 213 – Taieb Mellouli 213 – Barbara Mikus I (75/4) – Detlef Möller 98, I (75/4) – Lars Mönch, 1245 – Kathrin Möslein 426, 1027 – Michael Olbrich 212, 426 – Andreas Pflingsten 910 – Frank Piller 1027 – Frank Thomas Piller 1245 – Thorsten Posselt 910 – Reiner Quick 98 – Frank Richter 98 – Daniel Rösch 802 – Stefan Roth 1245 – Susanne Royer 534 – Hato Schmeiser 1246 – Matthias Schmidt 98 – Gertrud Schmitz 213 – Frank Schuhmacher I (75/4) – Rainer Sibbel 213 – Dirk Simons 212 – Martin Spann 1028 – Stefan Spinler 910 – Ruth Stock 1028 – Wolfgang Stölzle 98 – Christopher Sürrie 1246 – Ralf Terlutter 212 – Norbert Thom 802 – Corinna Treisch 1028 – Markus Voeth 1028 – Christoph Weber 1028 – Friederike Welter 1246 – Horst Wildemann 213 – Matthias Wolz 666

Jahresinhaltsverzeichnis

ZfB-Special Issue 1/05 – Revenue Management

<i>Corsten, Hans; Gössinger, Ralf</i> : Kapazitätssteuerung im Revenue Management	31
<i>Kimms, Alf; Klein, Robert</i> : Revenue Management im Branchenvergleich	1
<i>Lindenmeier, Jörg; Tschulin, Dieter K.</i> : Kundenzufriedenheitsrelevante Effekte der Überbuchung im Rahmen des Revenue-Managements	101
<i>Oymann, Bernhard; Schumann, Peter; Fleischmann, Bernhard</i> : Standardisierte Logistikprodukte für globale Belieferungsnetze: Realisierung, Optimierungspotenziale und Preisgestaltung	79
<i>Spann, Martin; Klein, Joachim; Makhlouf, Karim; Bernhardt, Martin</i> : Interaktive Preismaßnahmen bei Low-Cost-Fluglinien	53

ZfB-Special Issue 2/05 – Perspektiven der Kommunikationspolitik

<i>Albers, Sönke; Söhnchen, Florian</i> : Akquisitionsmanagement im industriellen Projektgeschäft	59
<i>Barthel, Jürgen</i> : Multisensuelles Corporate Design bei Siemens	1
<i>Michael, Bernd M.</i> : Marke und Zeitgeist	11
<i>Peters, Kay; Krafft, Manfred</i> : Direktmarketing und klassische Medien: State-of-the-Art in der Budgetallokation	81
<i>Sattler, Henrik</i> : Markenbewertung: State-of-the-Art	33

ZfB-Special Issue 3/05 – Reverse Logistics I

<i>Atasu, Atalay; Van Wassenhove, Luk N.</i> : Outsourcing Remanufacturing under Finite Life Cycles: Operational and Tactical Issues	77
<i>Fandel, Günter; Rudolph, Armin</i> : Die Integration von Separierungs- und Aufarbeitungsprozessen in die optimale Demontageplanung	31
<i>Spengler, Thomas; Schröter, Marcus</i> : Konzeption eines System Dynamics Modells zur strategischen Planung von Closed-Loop Supply Chains – dargestellt am Beispiel der Ersatzteilversorgung	1
<i>Steven, Marion; Laarmann, Andreas</i> : Lerneffekte in der Entsorgungslogistik	95
<i>Tuma, Axel; Lebreton, Baptiste</i> : Zur Bewertung und Umsetzung von Kreislaufwirtschaftsstrategien	59

Jahresinhaltsverzeichnis

ZfB-Special Issue 4/05 – Reverse Logistics II

<i>Inderfurth, Karl:</i> Stochastische Bestandsdisposition in integrierten Produktions- und Recyclingsystemen	29
<i>Letmathe, Peter:</i> Kostenrechnerische Implikationen für verschiedene Forschungsfelder der Reverse Logistics	1
<i>Reese, Joachim; Urban, Karsten-Patrick:</i> Tourenplanung bei verbundener Distribution	81
<i>Richter, Knut; Gobsch, Barbara:</i> Kreislauf-Logistik mit Losgrößenrestriktionen	57

ZfB-Special Issue 5/05 – Unternehmensethik und Unternehmenspraxis

<i>Albach, Horst:</i> Unternehmensethik: Ein subjektiver Überblick	3
<i>Backes, Roland H.; Backes, Wilfried:</i> Ethik-Kodex für deutsche Unternehmen – wer braucht ihn??	61
<i>Baumann, Karl-Hermann:</i> Code of Ethics. Überlegungen und Erfahrungen	39
<i>Bernhardt, Wolfgang:</i> Zum „Nachholbedarf“ in Unternehmensethik	95
<i>Cordes, Eckhard:</i> Ethik und soziale Verantwortung bei DaimlerChrysler	45
<i>Fischer, Karl Heinz:</i> Der Verhaltenskodex für Business Ethik und Compliance der Allianz	53
<i>Henzler, Herbert:</i> Besteht angesichts des Sarbanes-Oxley-Acts Regelungsbedarf im Deutschen Aktiengesetz?	91
<i>Hochheuser, Kurt:</i> Überflüssig, aber auch nicht schädlich	97
<i>Kley, Karl Ludwig:</i> Die Verordnung der Ethik – Deutsche Unternehmen zwischen Sarbanes-Oxley und dem kategorischen Imperativ	73
<i>Lochmann, Hans-Otto:</i> To Ethics, or Not to Ethics: That is the Question...	109
<i>Schoeller, Georg:</i> Sarbanes-Oxley Act, Section 406, auch für deutsche (Aktien)gesellschaften?	69
<i>Spielberg, Jürgen:</i> Code of Ethics – eine sinnvolle Fortentwicklung innerbetrieblicher Organisation und externer Berichterstattung	81
<i>Suckale, Margret:</i> Korruptionsbekämpfung bei der Deutschen Bahn AG	101

Stichwortverzeichnis

Stichwortverzeichnis (römische Bezifferungen beziehen sich auf die ZfB-Special Issues)

- Absatzmengenplanung 721
 Absatzpreis 721
 Agency 219
 – Beziehung 219
 – Kosten 219
 Akquisition 595, 596, II 59, II 66
 – management II 59
 – prozess II 66
 Anleger 455
 – private 455
 Anleihen 681
 – festverzinsliche 681
 Arbeitsrecht V 42
 Arbitrage 1008
 Aufarbeitungsprozesse III 31
 Automobilvermietung I 21
 Autonomieprinzip 821

Behavioral Finance 458, 1035
Behavioral Pricing 383, 385, 501
 Beitragsverfahren 277
 – relatives 277
 Belieferungsnetze I 79
 – globale I 79
 Benchmarking 487
 Bestandsdisposition IV 29
 – stochastische IV 29
 Besteuerung 683
 Betriebspanel 1193
 Bewertung 637
 – ansätze 637
 Bewertungsobjekt 634
 Bias 157, 158
 Bilanzierung 55, 699
 – handelsrechtliche 699
 – Steuer- 699
 Bluechip-Segment 764
 Brand Elements II 4
 Break Even-Analyse 717
 Budgetallokation II 81

 Car-Sequencing 142
 Cash-flow 283
 Claim II 4
 Code of Ethics V 40
 Compliance V 54
 Compound-Option 765, 768
 – Phasenmodell 765, 768
 Corporate Design II 1
 – multisensuelles II 1

 Corporate Governance 16, 18
 – Kodex V 50
 – Netzwerk 18, 28
 Customer Relationship Management 185, 186
 – System 186

DaimlerChrysler AG V 46
 DAX 764
 Demontageplanung III 31
 Deutsche Bahn AG V 104
 Direktmarketing II 81
 Dispositionseffekt 455
 Distribution IV 81
 – verbundene IV 81
 Durchlaufzeiten IV 36

Effizienz 357
 E-Learning 585
 Emissionsrendite 683
 Entsorgungslogistik III 95
 Erfindungen 1223
 Ersatzteilversorgung III 15
 Ethik 812, 813, V 6, V 8, V 46
 – Handlungs- 812
 – Ordnungs- 813
 Externalisierung 436

Faktor I 6
 – externer I 6
 Farben II 5
 Fertigung 71, 879
 – mehrstufige 879
 Fertigungsindustrie I 22
 Filialen 477
 Finanzdienstleister V 54
 Finanzmarkt 634
 Fluglinien I 56
 Fracht I 17
 Franchisegeber 477
 Franchisesysteme 479
 Führung 947
 – -beziehungen 947
 Führungsansätze 949
 Führungswechsel 1166
 – erzwungener 1173
 Fusionen 595, 596

Gastronomie I 20
 Gewinnbeteiligung 1193

- Gleichgewicht 818
 – finanzielles 818
 Gründung 1060, 1083
 – -erfolg 1060
 – -phase 1060
 – -prozess 1060
 Gruppenbesteuerung 1099
 – österreichische 1099
 Gruppeninteraktion 973
- Handelsregeln 455, 457
 – technische 455
 Hotellerie I 18
- IAS/IFRS 45
 Importance-Performance-Analyse 299, 301
 Informations- und Warenflüsse I 89
 Innovationsgrad 71
 Insider-/Outsider-Nachfolge 1171
 Interaktion 325
 – strategische 325
 Internalisierung 436
 Investition 277
- Kapazitätsangebot** I 7
Kapazitätsplanung I 33
Kapazitätssteuerung I 31, I 33
Kapitalkosten 1005, 1013
Kapitalmarkt 919
Kontingentierung I 108
Konzernrechnungslegung 43, 55
Kostenzurechnung IV 12
Krankenhausorganisation 357
Krankenhausvergütung 358
Kreislauf-Logistik IV 57
Kreislaufwirtschaftsstrategie III 59
Kundenbindung 1131, 1133
 – Determinanten 1134
Kundenkarten 1131, 1137
Kundenzufriedenheit 299, 300, 1134, I 101
Kundenzufriedenheitstheorie I 104
- Layout** II 5
Lernkurve III 100
Level-Scheduling 138
Logistikprodukte I 79
 – standardisierte I 79
Logo II 4
Losgrößen IV 57
Losgrößen- und Reihenfolgeplanung 879, 880, 881
 – simultane 879
Low-Cost-Fluglinien I 53, I 60
Lufthansa AG V 75
Luftverkehr I 14
- Managerial Action** 105, 106
Manager-Prüfer-Interaktion 327
Marke II 11
Markenbewertung II 33
Markenbewertungszwecke II 35
Markenwertdefinition II 34
Marketing 71, 595
Mitarbeiterbeteiligung 1199
Mixed-Model-Sequencing 139
- Nachfragerverhalten** I 8
 – heterogene I 8
Nachverhandlung 219
Nash-Gleichgewicht 325
Netzwerk 248, 947
- Offshoring** 5, 6
Ordnungsethik 18
Organisation 363
 – modulare 363
Outsourcing III 84
- Performancemaß-Manipulation** 219
Planung 247, III 1
 – strategische 247, III 1
Preis 383, 387, 389, 501, 502
 – -informationsaufnahme 383, 387
 – -informationsbeurteilung 383, 389
 – -informationsspeicherung 501, 502
Preis-Absatz-Funktion 725
Preisfairness 403
Preismaßnahmen I 53
 – interaktive I 53
Principal-Agent-Modell 220
Produktentwicklung 71, 72, 859
 – Neu- 71, 72
Produktions- und Recyclingsysteme IV 29
 – integrierte IV 29
Produktionskosten III 68
Produktrecycling 247, 248
Produktrückflüsse IV 35
Projektgeschäft II 59
 – industrielles II 59
- Qualifizierung** 573
 – -maßnahmen 573
Quantal Response Equilibrium 325, 332
- Rating** 919, 927, 933
Recycling-Strategien III 65
Referenzpreis 394
Reifenindustrie III 66
Reihenfolgeplanung 135, 137
Remanufacturing III 65

- Revenue Management I 1, I 3, I 10,
I 101
– strategisch-taktische Ebene I 11
– taktisch-operative Ebene I 10
Revenue-Management-System I 35
Reverse Logistics IV 1
Risiko 717
Routineaufgaben 1223
Routinewechsel 1173
- Sales Funnel Management II 71
Sarbanes Oxley Act V 71
Separierungsprozesse III 31
soziale Verantwortung V 47
Sozialisation 436
Steuern 1005, 1013
Stil II 6
Subsidiarität 823
Supply Chain Management III 69
Supply Chains I 85, III 1
– Closed-Loop III 1
- Tarifbestimmungen I 111
Tarifklassen I 111
Tarifwahl 157, 160
Team 971
Teamerfolg 971
Teamleistung 975
Technische Analyse 458
Tourenplanung IV 81
Touristik I 18
Transaktionskosten III 68
- Überbuchung I 107, I 109
Unternehmensbewertung 541, 542, 544, 631,
632
– subjective 542
– nutzenorientierte 544
Unternehmenserfolg 1165
- Unternehmenserwerbe 45
– umgekehrte 45
Unternehmensethik 809, 833, 835, V 3, V 16
– analytische 833
– Individualethik V 16
– Organisationsethik V 16
Unternehmensgründung 1053
Unternehmenswert 1006
Unternehmenszusammenschlüsse 51
– aktientauschbasierte 51
US-GAAP 45
- Variantenfließfertigung 135, 136
Variety Seeking 1135
Verrechnungspreise IV 16
Vertrieb 595
Vorstandsvorsitzender 1165
- Wachstum 1077
– Beschäftigungs- 1077
Wagniskosten IV 12
Wechselbarrieren 1135
Wertkonflikte 833
Wertpapiere 683
– festverzinsliche 683
Wertprozesse 1013
Wertschöpfungsnetzwerke 247
Wettbewerb 823
Wettereffekt 1035
Wirtschaftlichkeit 811
Wirtschaftsethik V 16
Wirtschaftsfreiheit 823
Wissen 433, 438, 446
– implizites 438
– narratives 446
Wissensmanagement 433, 450
Wissensspirale 434
- Zeitallokation 1223
Zeitgeist II 11

Verlag

Gabler Verlag/GWV Fachverlage GmbH,
Abraham-Lincoln-Straße 46, 65189 Wiesbaden,
<http://www.gabler.de>
<http://www.zfb-online.de>
Geschäftsführer: Andreas Kösters
Verlagsleitung: Dr. Heinz Weinheimer
Programmleitung Wissenschaft: Claudia Splittgerber
Gesamtleitung Produktion: Bernhard Laquai
Gesamtleitung Vertrieb: Gabriel Göttinger

Editor-in-Chief:
Professor Dr. Günter Fandel
FernUniversität in Hagen
Fachbereich Wirtschaftswissenschaft
58084 Hagen
E-Mail: ZfB@FernUni-Hagen.de

Anfragen an den Editor-in-Chief: Briefe an den Editor-in-Chief mit der Bitte um Auskünfte etc. können nur beantwortet werden, wenn ihnen Rückporto beigelegt ist. Von Anfragen, die durch Einsicht in die Jahressinhaltsverzeichnisse beantwortet werden können, bitten wir abzusehen.

Redaktion: Susanne Kramer, Tel.: 06 11/78 78-234,
E-Mail: Susanne.Kramer@Gabler.de

Annelie Meisenheimer, Tel.: 06 11/78 78-232, Fax: 06 11/78 78-411,
E-Mail: Annelie.Meisenheimer@Gabler.de

Abonnentenbetreuung: Doris Schöne, Tel.: 052 41/80 19 68,
Fax: 052 41/80 96 20

Produktmanagement: Kristiane Alesch, Tel.: 06 11/78 78-359,
Fax: 06 11/78 78-439, E-Mail: Kristiane.Alesch@Gabler.de

Anzeigenleitung: Christian Kannenberg, Tel.: 06 11/78 78-369,
Fax: 06 11/78 78-430, E-Mail: Christian.Kannenberg@gwv-fachverlage.de

Anzeigendisposition: Monika Dannenberger,
Tel.: 06 11/78 78-148, Fax: 06 11/78 78-430,
E-Mail: Monika.Dannenberger@gwv-fachverlage.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 27 vom 1. 10. 2002.

Produktion/Layout: Kerstin Gollarz

Bezugsmöglichkeiten: Die Zeitschrift erscheint monatlich. Kündigung des Abonnements spätestens sechs Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraumes schriftlich mit Nennung der Kundennummer. Eine schriftliche Bestätigung erfolgt nicht. Jährlich können 1 bis 6 Ergänzungshefte hinzukommen. Jedes Ergänzungsheft wird den Jahresabonnenten mit einem Nachlaß von 25% des jeweiligen Ladenpreises gegen Rechnung geliefert. Kündigung des Abonnements spätestens sechs Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraumes schriftlich mit Nennung der Kundennummer.

	Preise Inland:	Preise Ausland:	
Einzelheft:	32,- Euro	40,- Euro	
Studenten-/Emeritus-Abo:	60,- Euro	78,- Euro	
ausgewählte Verbände:**	144,- Euro	162,- Euro	
Privat-Abo:	174,- Euro	192,- Euro	
Lehrstuhl-Abo:	198,- Euro	216,- Euro	
Bibliothek-/Unternehmensabo:	348,- Euro	366,- Euro	

* Studienbescheinigung
** auf Anfrage beim Verlag

© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/
GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2005.

Der Gabler Verlag ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM und allen anderen elektronischen Datenträgern.

Satzherstellung: Fotosatz-Service Köhler GmbH,
97084 Würzburg.

Druck und Verarbeitung: Wilhelm & Adam, 63150 Heusenstamm.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier.

Printed in Germany

ISSN: 0044-2372

Hinweise für Autoren

- Bitte beachten Sie die „Grundsätze und Ziele“ der ZfB.
- Die ZfB bietet ihren Autoren die Möglichkeit der Online-Einreichung ihrer Beiträge an. Manuskripte – in deutscher oder englischer Sprache – können vom Autor unter <http://mc.manuscriptcentral.com/zfb> direkt in das Manuskriptverwaltungssystem eingespeist werden. Hierbei ist insbesondere auf die Wahrung der Anonymität der zur Begutachtung eingereichten Vorlagen zu achten. Der Autor verpflichtet sich mit der Einsendung des Manuskripts unwiderruflich, das Manuskript bis zur Entscheidung über die Annahme nicht anderweitig zu veröffentlichen oder zur Veröffentlichung anzubieten. Diese Verpflichtung erlischt nicht durch Korrekturvorschläge im Begutachtungsverfahren.
- Aufsätze, die im wesentlichen Ergebnisse von Dissertationen wiedergeben, werden nicht veröffentlicht. Um die Ergebnisse von Dissertationen breiter bekannt zu machen, hat die ZfB eine Rubrik „Dissertationen“ im Besprechungsteil eingeführt. Hier werden vorzugsweise Erstgutachten von Dissertationen – in entsprechend gekürzter Form – abgedruckt.
- Alle eingereichten Manuskripte werden, wie international üblich, einem doppelt verdeckten Begutachtungsverfahren unterzogen, d.h. Autoren und Gutachter erfahren ihre Identität gegenseitig nicht. Die Gutachten werden den Autoren und den Gutachtern gegenseitig in anonymisierter Form zur Kenntnis gebracht. Jeder Beitrag wird von zwei Fachgutachtern beurteilt. Bei abweichenden Gutachten wird ein dritter Gutachter bestellt. Durch dieses Verfahren soll die fachliche Qualität der Beiträge gesichert werden. Die Department Editors entscheiden auf der Grundlage der Gutachten eigenverantwortlich über die Annahme und Ablehnung der von ihnen betreuten Manuskripte. Auch haben sie das Recht, einen Beitrag direkt abzulehnen, wenn er aus formalen und/oder inhaltlichen Gründen von den Vorgaben der Zeitschrift abweicht.
- Die Manuskripte sind in Times New Roman, 12 Punkt, 1/2zeilig mit 2,5 cm Rand zu schreiben. Sie sollten nicht länger als 25 Schreibmaschinenseiten sein. Der Titel des Beitrages und der/die Verfasser mit vollem Titel und ausgeschriebenen Vornamen sowie beruflicher Stellung sind auf der ersten Manuskriptseite aufzuführen. Dem Beitrag ist ein „Überblick“ von höchstens 15 Zeilen voranzustellen, in dem das Problem, die angewandte Methodik, das Hauptergebnis in seiner Bedeutung für Wissenschaft und/oder Praxis dargestellt werden. Die Aufsätze sind einheitlich nach dem Schema A., I., 1., a) zu gliedern. Endnoten (Times New Roman, 12 pt) sind im Text fortlaufend zu nummerieren und am Schluß des Aufsatzes unter „Anmerkungen“ zusammenzustellen. Anmerkungen und Literatur sollen getrennt aufgeführt werden. Im Text und in den Anmerkungen soll auf das Literaturverzeichnis nach dem Schema: (Gutenberg, 1982, S. 352) verwiesen werden. Jedem Aufsatz muß eine „Summary“ in englischer Sprache von nicht mehr als 15 Zeilen Länge und eine deutsche Zusammenfassung gleicher Länge angefügt werden. Über Abbildungen und Tabellen ist eine Legende vorzusehen (z.B.: Abb. 1: Kostenfunktion, bzw. Tab. 2: Rentabilitätsentwicklung). Abbildungen und Tabellen sind an der betreffenden Stelle des Manuskripts in Kopie einzufügen und im Original (reproduzierfähig) dem Manuskript beizulegen. Mathematische Formeln sind fortlaufend zu nummerieren: (1), (2) usw. Sie sind so einfach wie möglich zu halten. Griechische und Fraktur-Buchstaben sind möglichst zu vermeiden, ungewöhnliche mathematische und sonstige Zeichen für den Setzer zu erläutern. Auf mathematische Ableitungen soll im Text verzichtet werden; sie sind aber für die Begutachtung beizufügen. Mit dem Manuskript liefert der Autor ein reproduzierfähiges Brustbild (Passfoto) von sich sowie eine kurze Information (max. 7 Zeilen) zu seiner Person und seinen Arbeitsgebieten.
- Der Autor verpflichtet sich, die Korrekturfahnen innerhalb einer Woche zu lesen und die Mehrkosten für Korrekturen, die nicht vom Verlag zu vertreten sind, sowie die Kosten für die Korrektur durch einen Korrektor bei nicht termingerechter Rücksendung der Fahnenkorrektur zu übernehmen.
- Der Autor ist damit einverstanden, daß sein Beitrag außer in der Zeitschrift auch durch Lizenzvergabe in anderen Zeitschriften (auch übersetzt), durch Nachdruck in Sammelbänden (z.B. zu Jubiläen der Zeitschrift oder des Verlages oder in Themenbänden), durch längere Auszüge in Büchern des Verlages auch zu Werbezwecken, durch Vervielfältigung und Verbreitung auf CD-ROM oder anderen Datenträgern, durch Speicherung auf Datenbanken, deren Weitergabe und dem Abruf von solchen Datenbanken während der Dauer des Urheberrechtsschutzes an dem Beitrag im In- und Ausland vom Verlag und seinen Lizenznehmern genutzt wird.