

Alexander Himme

**Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements
und von Markteintrittsentscheidungen**

Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business

Herausgegeben von

Prof. Dr. Dr. h.c. Sönke Albers,

Prof. Dr. Birgit Friedl,

Prof. Dr. Daniel Klapper,

Prof. Dr. Achim Walter,

Prof. Dr. Joachim Wolf,

Institut für Betriebswirtschaftslehre,

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Prof. Dr. Udo Konradt,

Institut für Psychologie,

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

In der Schriftenreihe werden Ergebnisse von Forschungsarbeiten veröffentlicht, die sich in herausragender Weise mit Fragen des Managements lose gekoppelter Systeme, virtueller Unternehmen und elektronischer Geschäftsprozesse beschäftigen. Die Reihe richtet sich an Leser in Wissenschaft und Praxis, die Anregungen für die eigene Arbeit und Problemlösungen suchen. Sie ist nicht auf Veröffentlichungen aus den Instituten der Herausgeber beschränkt.

Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements und von Markteintritts- entscheidungen

Inaugural-Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades
eines Doktors der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen
Fakultät der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

vorgelegt von
Dipl.-Kfm. Alexander Himme
aus Göttingen
Kiel, 2008

Gedruckt mit Genehmigung der
Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Dekan: Prof. Dr. Helmut Herwartz
Erstberichterstattende: Prof. Dr. Birgit Friedl
Zweitberichterstattender: Prof. Dr. Dr. h.c. Sönke Albers

Tag der Abgabe der Arbeit: 30. Januar 2008
Tag der mündlichen Prüfung: 17. März 2008

*„Das Wissen hat bittere Wurzeln,
aber seine Früchte sind süß.“
(Marcus Porcius Cato, d. Ä., 234-149 v. Chr.)*

Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Januar 2008 von der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel als Dissertation angenommen. Um die „süßen Früchte des Wissens“ zu ernten, haben mich beim Entstehen dieser Arbeit verschiedene Personen unterstützt, denen ich an dieser Stelle danken möchte.

Zuallererst gilt mein großer Dank Professor Dr. Birgit Friedl. Die Arbeit entstand während meiner Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter an ihrem Lehrstuhl für Controlling an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. In dieser Zeit hat Frau Friedl durch ihre ständige Bereitschaft zur Diskussion meines Themas, ihre eigenen Forschungsleistungen zum Kostenmanagement und ihre konstruktive Kritik hinsichtlich meines Arbeitsfortschritts maßgeblich zum Erfolg dieser Arbeit beigetragen. Ihr Eifer bei der Auseinandersetzung mit dem Kostenmanagement hat mich stets motiviert, mich ebenfalls mit diesem spannenden Themenfeld auseinanderzusetzen. Generell war es vorbildhaft, wie sie mich bei der Anfertigung der Arbeit vorbehaltlos unterstützt hat, insbesondere auch, als ich den traditionellen Weg verlassen und statt einer Monographie eine kumulative Dissertation angefertigt habe. Ebenso bin ich Professor Dr. Dr. h.c. Sönke Albers in dreifacher Hinsicht dankbar: Erstens für die Übernahme des Zweitgutachtens meiner Dissertation, zweitens für die Unterstützung, die er mir als Kollegiat im Rahmen des Graduiertenkollegs „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business“ hat zukommen lassen und schließlich drittens für seine Hinweise und das Einbringen seines Erfahrungsschatzes bei der Anfertigung eines Beitrags dieser Dissertation. Des Weiteren bedanke ich mich bei Professor Dr. Joachim Wolf für die Übernahme des Vorsitzes der Prüfungskommission.

Insgesamt gibt und gab es am Institut für Betriebswirtschaftslehre viele Kollegen und Freunde, die mir bei offenen Fragen immer weitergeholfen haben. Vier Kollegen möchte ich dabei hervorheben, da auch sie ihren Teil zum Gelingen der Dissertation beigetragen haben. Dr. Thomas Andreßen hat mir zu Beginn meiner Dissertation geholfen, nicht zu viele „bittere Wurzeln“ auszuprobieren. Als wir uns kennen gelernt haben, hat er sich in der Endphase seiner Dissertation befunden, sodass ich von seinen Erfahrungen profitieren konnte. Professor

Dr. Marc Fischer danke ich ebenfalls für die überaus gute Unterstützung und Zusammenarbeit beim Entstehen der Beiträge zur Markteintrittsreihenfolge. Mit Dr. Tobias Maria Günter konnte ich jederzeit fachlich wie auch freundschaftlich die Aufs und Abs diskutieren, die man im Laufe einer Dissertation zu durchleben hat. Im letzten Jahr hatte ich schließlich noch das Vergnügen, Daniel Reuschenbach als neuen Kollegen am Lehrstuhl für Controlling kennen zu lernen. Für die Begleitung meiner Dissertation auf den letzten Metern sei ihm ebenfalls herzlich gedankt.

Ein solches Projekt gelingt nur, wenn auch helfende Hände dabei sind, die einem den Rücken in Verwaltungsdingen frei halten. Regina Schulz-Giese und Hille Rowehl bin ich dafür sehr dankbar. Dies gilt ebenso für unsere wissenschaftlichen Hilfskräfte am Lehrstuhl, insbesondere Monika Bukowski, Holger Gerken, Stephanie Glaser und Andrea Lüttenberg.

Mein tiefer Dank ist auch an meine Eltern gerichtet, da sie mir immer die Möglichkeit gegeben haben, meine Ziele zu verfolgen. Mein größter Dank gilt meiner Freundin Barbara, die mich in meiner Promotionsphase stets begleitet, unterstützt und mir immer Kraft gegeben hat.

Alexander Himme

März 2008

Inhaltsverzeichnis

Synopsis

1	Bestandteile der kumulativen Dissertation	1
2	Bearbeitete Themenbereiche	3
2.1	Genereller Überblick	3
2.2	Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements	4
2.2.1	Status Quo der empirischen Forschung	4
2.2.2	Durchführung eines erfolgreichen Kostenmanagements	4
2.3	Einfluss der Markteintrittsreihenfolge auf den Unternehmenserfolg	5
2.3.1	Status Quo der empirischen Forschung	5
2.3.2	Wahl der optimalen Markteintrittsstrategie	6

	Literaturverzeichnis	7
--	-----------------------------	---

	Lebenslauf	9
--	-------------------	---

Synopsis

1 Bestandteile der kumulativen Dissertation

Die verschiedenen Artikel der vorliegenden kumulativen Dissertation befassen sich mit zwei zentralen Problemfeldern, mit denen sich Unternehmen zur Sicherung ihrer Wettbewerbsfähigkeit auseinandersetzen müssen. Zum einen behandeln zwei Beiträge die Art und Weise, wie Kostenmanagement zu gestalten ist. Zum anderen beschäftigen sich zwei Artikel mit der Frage, welche Position in der Markteintrittsreihenfolge sich bei der Einführung neuer Produkte als günstig erweist.

Tabelle 1 gibt einen Überblick über die in der kumulativen Dissertation enthaltenen Artikel und Manuskripte. Die Inhalte und Beziehungen zwischen den Beiträgen werden im folgenden Abschnitt überblicksartig beschrieben.

Tabelle 1: Bestandteile der kumulativen Dissertation

Kostenmanagement
<p>„Kostenmanagement: Bestandsaufnahme und kritische Beurteilung der empirischen Forschung“</p> <p><i>Alexander Himme</i></p> <p>Befindet sich im Reviewprozess; verfügbar unter: http://opus.zbw-kiel.de/volltexte/2008/7145/pdf/Kostenmanagement_Bestandsaufnahme.pdf</p>
<p>„Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung“</p> <p><i>Alexander Himme</i></p> <p>Befindet sich im Reviewprozess; verfügbar unter: http://opus.zbw-kiel.de/volltexte/2008/7146/pdf/Kostenmanagement_Erfolgsfaktoren.pdf</p>
<p>(wird fortgesetzt)</p>

Markteintrittsreihenfolge**„Empirische Verallgemeinerung des Pioniervorteils? Eine kritische Analyse existierender Arbeiten und Leitlinien für die weitere Forschung auf diesem Gebiet“**

Alexander Himme

Erschienen in: Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, 28. Jg. (2006), Nr. 3, S. 169-182.

„Pionier, Früher Folger oder Später Folger: Welche Strategie verspricht den größten Erfolg?“

Marc Fischer, Alexander Himme und Sönke Albers

Erschienen in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 77. Jg. (2007), Nr. 5, S. 539-573.

Weiterhin wurden zum Thema Kostenmanagement zwei Arbeitspapiere (Himme 2007c; Himme 2007d) und ein Transferaufsatz (Himme 2007e) sowie zum Thema Markteintrittsreihenfolge ein Arbeitspapier (Himme 2005) veröffentlicht. Diese Arbeitspapiere wie auch der Transferaufsatz beinhalten verschiedene Einzel- sowie Zwischenergebnisse und bilden unterschiedliche Ausgangspunkte für die oben aufgeführten Artikel. Sie stellen jedoch keinen Bestandteil der kumulativen Dissertation dar.

2 Bearbeitete Themenbereiche

2.1 Genereller Überblick

Unternehmen sind laufend gefordert, ihre Wettbewerbsfähigkeit und Erfolgspotenziale durch verschiedene strategische Maßnahmen zu sichern bzw. zu verstärken. Diese Maßnahmen können einerseits auf die Kosten-, andererseits auf die Erlösseite ausgerichtet sein:

1. Insbesondere die konjunkturelle Schwächeperiode zu Beginn der 1990er Jahre und der zunehmende Wettbewerbsdruck aus dem asiatischen Raum haben sichtbar gemacht, dass zahlreiche deutsche Unternehmen unter massiven Kostenproblemen gelitten haben bzw. bis heute weiterhin leiden. Es ist zu beobachten, dass sich deutsche Unternehmen in jüngster Vergangenheit stärker mit dem Thema *Kostenmanagement* beschäftigt haben. Zumeist wurde Kostenmanagement reaktiv durchgeführt, d. h. auf krisenhafte Entwicklungen wurde mit pauschalen Kostensenkungsmaßnahmen (z. B. Budgetkürzungen, Personalabbau) reagiert. Als problematisch erweist sich hier neben den zu erwartenden Widerständen, dass diese Maßnahmen die Wettbewerbsfähigkeit und damit das Erfolgspotenzial der Unternehmen reduzieren. Daher gehen die Unternehmen stärker dazu über, Kostenmanagement als permanentes Erschließen von Kostensenkungspotenzialen zu verstehen.
2. Neben der Betrachtung der Kostenseite müssen sich die Unternehmen auch laufend auf der Erlösseite mit der Konkurrenz auseinandersetzen. Die *Entwicklung und Einführung neuer Produkte* ist für Unternehmen eine wesentliche Voraussetzung zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit. Grundsätzlich stehen die Unternehmen hier vor zwei Alternativen. Sie können einerseits versuchen, als Pionier einen neuen Markt zu kreieren. Ziel dieser Strategie ist es, von Vorteilen zu profitieren, die mit der Pionierrolle in Verbindung gebracht werden. Andererseits besteht für Unternehmen die Option, der Konkurrenz bewusst die Position des Ersten im Markt zu überlassen, um als Folger in den Markt einzutreten. Risiken, die für Pionierunternehmen bestehen, sollen dadurch vermieden und Chancen, die Folgerunternehmen zugewiesen werden, sollen dadurch genutzt werden.

Die vorliegenden Beiträge setzen sich mit zwei zentralen Fragestellungen dieser Kosten- und Erlösperspektive auseinander. Konkret werden zum einen Faktoren herausgearbeitet, die für eine erfolgreiche Umsetzung des Kostenmanagements relevant sind. Zum anderen wird der Frage nachgegangen, ob die Pionierrolle tatsächlich ein Erfolgsfaktor beim Markteintritt ist.

Gemeinsam ist daher den Beiträgen, dass konzeptionell wie auch empirisch Einflussfaktoren bestimmt werden, die für die Durchführung eines effektiven Kostenmanagements und einer Neuprodukteinführung verantwortlich sind und dadurch direkt oder indirekt einen Einfluss auf den gesamten Unternehmenserfolg ausüben. Als Basis für die jeweilige empirische Untersuchung dienen dazu zwei umfassende Überblicksartikel, die eine Bestandsaufnahme und kritische Würdigung der bisherigen Forschungsergebnisse bieten und zukünftige Forschungsfelder aufzeigen. Die beiden empirischen Beiträge greifen jeweils darauf aufbauend verschiedene aufgezeigte Probleme der existierenden empirischen Forschung auf und leisten einen Beitrag zu den herausgearbeiteten zukünftigen Forschungsfeldern.

2.2 Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements

2.2.1 Status Quo der empirischen Forschung

Kostenmanagement wird seit Anfang der 1990er Jahre intensiv in der betriebswirtschaftlichen Literatur diskutiert (z. B. Franz 1992; Friedl 2004, S. 49ff.; Horváth und Seidenschwarz 1991; Kajüter 2000; Streitferdt 1993). Neben einer Vielzahl von konzeptionellen Beiträgen wurden vereinzelt verschiedene Fragestellungen zum Kostenmanagement empirisch untersucht (z. B. Kajüter 2005). Der Beitrag „Kostenmanagement: Bestandsaufnahme und kritische Beurteilung der empirischen Forschung“ (Himme 2007a) gibt ausgehend von einem konzeptionellen Bezugsrahmen einen systematischen Überblick über bisher erzielte empirische Ergebnisse. Auf dieser Basis werden potenzielle Einflussgrößen für ein erfolgreiches Kostenmanagement abgeleitet und die bestehenden Arbeiten in inhaltlicher und methodischer Hinsicht kritisch gewürdigt. Es ist festzustellen, dass Kostenmanagement zumeist oberflächlich betrachtet bzw. ein einzelnes Instrument (insbesondere das Target Costing) hervorgehoben wird. Konzeptionell wird auf potenzielle Widerstände gegen das Kostenmanagement hingewiesen (Konle 2003; Shields und Young 1992). In empirischen Untersuchungen ist bisher nicht berücksichtigt worden, durch welche personenbezogenen Maßnahmen und mit welchem Erfolg diesen Widerständen entgegengewirkt werden kann.

2.2.2. Durchführung eines erfolgreichen Kostenmanagements

Der Beitrag „Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements. Eine empirische Untersuchung“ (Himme 2007b) setzt an dem State-of-the-Art-Artikel zur empirischen Forschung zum Kostenmanagement an, indem einige der abgeleiteten potenziellen Erfolgsfaktoren in einem Gesamtsystem untersucht werden. Dabei werden insbesondere die Erfolgsauswirkungen personenbezogener Maßnahmen („weiche Faktoren“, z. B. Partizipation der Betroffenen an der

Planung von Kostenmanagement-Maßnahmen) neben den bisher vorrangig untersuchten Konsequenzen unterschiedlicher Kostenplanungs- und Kontrollmethoden („harte Faktoren“) berücksichtigt. In methodischer Hinsicht besteht der Beitrag des vorliegenden Aufsatzes darin, dass entgegen der bei Erfolgsfaktorenstudien vorherrschenden, aber oft falschen Verwendung reflektiver Indikatoren (Albers und Hildebrandt 2006) formative Indikatoren entwickelt und eingesetzt werden. Dementsprechend wird die Analyse mithilfe des varianzbasierten Strukturgleichungsverfahrens PLS (Partial Least Squares) durchgeführt. Die Auswertung einer schriftlichen Befragung von 131 Leitern bzw. Mitarbeitern des Controlling deutscher mittelgroßer und großer Unternehmen unterstützt die Hypothese, dass weichen Faktoren gegenüber harten Faktoren eine größere Bedeutung beim Erfolg des Kostenmanagements zukommt.

2.3 Einfluss der Markteintrittsreihenfolge auf den Unternehmenserfolg

2.3.1 Status Quo der empirischen Forschung

Die theoretische und empirische Literatur hat sich im Rahmen der Markteintrittsstrategie intensiv mit der Frage beschäftigt, welche Position in der Markteintrittsreihenfolge den größten Erfolg verspricht (siehe z. B. Robinson, Kalyanaram und Urban 1994; Urban et al. 1986). Der Großteil dieser Arbeiten weist einen deutlichen Pioniervorteil nach, der inzwischen sogar als empirische Verallgemeinerung formuliert worden ist (Kalyanaram, Robinson und Urban 1995). Demgegenüber stehen jedoch andere Forschungsergebnisse, insbesondere der jüngeren Vergangenheit, die Pioniernachteile aufzeigen (siehe z. B. Boulding und Christen 2003; Shankar, Carpenter und Krishnamurthi 1998). Der Beitrag „Empirische Verallgemeinerung des Pioniervorteils? Eine kritische Analyse existierender Arbeiten und Leitlinien für die weitere Forschung auf diesem Gebiet“ (Himme 2006) gibt daher einen systematischen Überblick über die bestehenden Arbeiten zum Einfluss der Markteintrittsreihenfolge auf den Erfolg. Die Arbeiten können erstens danach unterschieden werden, ob die verwendeten Untersuchungsmodelle den Einfluss der Reihenfolge direkt oder indirekt mithilfe moderierender Variablen untersucht haben. Zweitens sind Unterschiede dahingehend festzustellen, in welcher Form die Markteintrittsreihenfolge und der Unternehmenserfolg operationalisiert werden. Eine kritische Würdigung der Arbeiten anhand dieser Unterscheidungsmerkmale legt verschiedene Defizite offen. Insbesondere wird häufig auf die PIMS (Profit Impact of Market Strategies)-Datenbank zurückgegriffen, wobei jedoch gezeigt werden kann, dass sie als Datenbasis für die Untersuchung der Erfolgsauswirkungen der Markteintrittsreihenfolge ungeeignet ist. Aufbauend auf weiteren Kritikpunkten werden Leitlinien für die zukünftige Forschung formuliert. Als zentrales Ergebnis des Beitrags ist festzuhalten, dass aufgrund des vorliegenden Bestands an empirischen

rischen Arbeiten nicht von einer Verallgemeinerung des Pioniervorteils ausgegangen werden kann.

2.3.2. Wahl der optimalen Markteintrittsstrategie

Der Beitrag „Pionier, Früher Folger oder Später Folger: Welche Strategie verspricht den größten Erfolg?“ (Fischer, Himme und Albers 2007) baut auf dem oben aufgeführten State-of-the-Art-Artikel und den dargestellten Defiziten der bisherigen empirischen Forschung auf. Ausgangspunkt der Untersuchung ist die Beobachtung, dass grundsätzlich nur ein Vergleich von Pionieren und Folgern und damit möglicherweise eine Überbewertung des Pioniervorteils stattgefunden hat. Die theoretische Literatur legt jedoch nahe, dass es notwendig ist, bei den Folgerunternehmen zwischen Frühen und Späten Folgern zu unterscheiden (z. B. Lieberman und Montgomery 1988; Schnaars 1994). Wesentlich für diese Unterscheidung ist, dass es aus theoretischer Sicht verschiedene Gründe gibt, die der Frühen Folgerstrategie größere Erfolgspotenziale gegenüber der Pionier- wie auch der Späten Folgerstrategie zuweisen (z. B. Trittbrettfahrerverhalten und Lernen aus den Fehlern des Pioniers; Aufbau von Wettbewerbsbarrieren gegenüber Späten Folgern). Die Forschung hat die Hypothese der Überlegenheit der Frühen Folgerstrategie bisher empirisch noch nicht untersucht, da entweder der Zusammenhang von Markteintrittsreihenfolge und Erfolg lediglich in monotoner Form spezifiziert oder auf Datengrundlagen zurückgegriffen worden ist, die Pioniere, Frühe Folger und Späte Folger unpräzise voneinander abgrenzen. Der vorliegende Beitrag stellt daher zum einen eine Methode zur Unterscheidung von Frühen und Späten Folgern vor, die sich am Takeoff eines neuen Marktes ausrichtet. Zum anderen werden verschiedene alternative Spezifikationen des Reihenfolgeeffekts vorgestellt und diskutiert. Das Abgrenzungskriterium sowie die alternativen Spezifikationen werden anhand von zwölf internationalen Pharmamärkten analysiert. Als Ergebnis dieser Untersuchung wird ein deutlicher Vorteil für die Frühe Folgerstrategie nachgewiesen.

Literaturverzeichnis

- Albers, Sönke und Lutz Hildebrandt (2006): Methodische Probleme bei der Erfolgsfaktorenforschung: Messfehler, formative versus reflektive Indikatoren und die Wahl des Strukturgleichungs-Modells. In: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 58. Jg., Nr. 1, S. 2-33.
- Boulding, William und Markus Christen (2003): Sustainable Pioneering Advantage? Profit Implications of Market Entry Order. In: Marketing Science, Vol. 22, Nr. 3, S. 371-392.
- Fischer, Marc, Himme, Alexander und Sönke Albers (2007): Pionier, Früher Folger oder Später Folger: Welche Strategie verspricht den größten Erfolg? In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 77. Jg., Nr. 5, S. 539-573.
- Franz, Klaus-Peter (1992): Moderne Methoden der Kostenbeeinflussung. In: Männel, W. (Hrsg.): Handbuch Kostenrechnung, Wiesbaden, S. 1492-1505.
- Friedl, Birgit (2004): Kostenrechnung. Grundlagen, Teilrechnungen und Systeme der Kostenrechnung, München et al.
- Himme, Alexander (2005): Der Einfluss der Markteintrittsreihenfolge auf den Unternehmenserfolg – eine Zusammenfassung empirischer Arbeiten und Leitlinien für die weitere Forschung auf diesem Gebiet. Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, Nr. 600.
- Himme, Alexander (2006): Empirische Verallgemeinerung des Pioniervorteils? Eine kritische Analyse existierender Arbeiten und Leitlinien für die weitere Forschung auf diesem Gebiet. In: Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, 28. Jg., Nr. 3, S. 169-182.
- Himme, Alexander (2007a): Kostenmanagement: Bestandsaufnahme und kritische Beurteilung der empirischen Forschung; eingereicht bei der Zeitschrift für Betriebswirtschaft im November 2007.
- Himme, Alexander (2007b): Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements. Eine empirische Untersuchung; eingereicht bei der Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung im Januar 2008.
- Himme, Alexander (2007c): Eine kritische Analyse bestehender empirischer Arbeiten zum Kostenmanagement. Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, Nr. 618.
- Himme, Alexander (2007d): Eine empirische Untersuchung zu Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements: Befragungsergebnisse und abgeleitete Managementempfehlungen. Manuskripte aus den Instituten für Betriebswirtschaftslehre der Universität Kiel, Nr. 621.
- Himme, Alexander (2007e): Erfolgsfaktoren des Kostenmanagements. Empfehlungen für Kostenmanagementprojekte. In: projektManagement aktuell, 18. Jg., Nr. 4, S. 16-23.
- Horváth, Péter und Werner Seidenschwarz (1991): Strategisches Kostenmanagement der Informationsverarbeitung. In: Heinrich, L. J., Pomberger, G. und R. Schauer (Hrsg.): Die Informationswirtschaft im Unternehmen, Linz, S. 297-322.
- Kajüter, Peter (2000): Proaktives Kostenmanagement: Konzeption und Realprofile, Wiesbaden.
- Kajüter, Peter (2005): Kostenmanagement in der deutschen Unternehmenspraxis. Empirische Befunde einer branchenübergreifenden Feldstudie. In: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 57. Jg., Nr. 1, S. 79-100.
- Kalyanaram, Gurusurthy, Robinson, William T. und Glen L. Urban (1995): Order of Market Entry. Established Empirical Generalizations, Emerging Empirical Generalizations, and Future Research. In: Marketing Science, Vol. 14, 2. Teil von Heft Nr. 3, S. G212-G221.
- Konle, Matthias (2003): Entwurf einer Konzeption für das potentialorientierte Kostenmanagement in Dienstleistungsunternehmen, Berlin.

- Lieberman, Marvin B. und David B. Montgomery (1988): First-mover Advantages. In: Strategic Management Journal, Vol. 9, Summer Special Issue, S. 41-58.
- Robinson, William T., Kalyanaram, Gurumurthy und Glen L. Urban (1994): First-Mover Advantages from Pioneering New Markets: A Survey of Empirical Evidence. In: Review of Industrial Organization, Vol. 9, Nr. 1, S. 1-23.
- Schnaars, Steven P. (1994): Managing Imitation Strategies: How Later Entrants Seize Markets from Pioneers, New York.
- Shankar, Venkatesh, Carpenter, Gregory S. und Lakshman Krishnamurthi (1998): Late Mover Advantage: How Innovative Late Entrants Outsell Pioneers. In: Journal of Marketing Research, Vol. 35, Nr. 1, S. 54-70.
- Shields, Michael D. und S. Mark Young (1992): Effective Long-Term Cost Reduction: A Strategic Perspective. In: Journal of Cost Management, Vol. 6, Nr. 1, S. 16-30.
- Streitferdt, Lothar (1993): Kostenmanagement. In: Chmielewicz, K. und M. Schweitzer (Hrsg.): Enzyklopädie der Betriebswirtschaftslehre; Bd. 3: Handwörterbuch des Rechnungswesens, 3. Aufl., Stuttgart, Sp. 1216-1227.
- Urban, Glen L., Carter, Theresa, Gaskin, Steven und Zofia Mucha (1986): Market Share Rewards to Pioneering Brands: An Empirical Analysis and Strategic Implications. In: Management Science, Vol. 32, Nr. 6, S. 645-659.

Lebenslauf

ALEXANDER HIMME, geboren am 20.04.1979 in Göttingen.

Berufserfahrung/praktische Erfahrungen

- 12/2003 – 03/2008 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Controlling der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel.
- 10/1999 – 02/2001 +
10/2002 – 02/2003 Leiter eines Tutoriums der Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler im Bereich Analysis.
- 10/2002 – 07/2003 Wissenschaftliche Hilfskraft am Lehrstuhl für Ökonometrie der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
- 08/2000 – 10/2000 Praktikum bei der Horváth & Partners Unternehmensberatung AG, Stuttgart.
- 08/1999 – 09/1999 Praktikum bei der Deutschen Krankenversicherung AG, Köln.
- 08/1998 – 09/1998 Praktikum bei der Canadian Imperial Bank of Commerce (CIBC), Vancouver.

Studium

- 02/2005 – 11/2007 Promotionsstudium im Rahmen des Graduiertenkollegs „Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme und Electronic Business“ der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
- 07/2005 – 08/2005 Sommerschule an der Universität Zhejiang in Hangzhou (China)
- 10/1998 – 11/2003 Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel mit den Schwerpunkten Controlling, Rechnungswesen und Ökonometrie
- 08/2001 – 05/2002 Akademisches Jahr an der University of Illinois at Urbana-Champaign (USA)

Schulbildung

- 06/1998 Abitur am Gymnasium Kronshagen
- 07/1998 – 08/1998 International Language School of Canada (Vancouver)

Alexander Himme

Kiel, den 28.03.08