

Informationsveranstaltung

Wirtschaftswissenschaftlicher Vertiefungsbereich im Bachelorstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen PO 2009

Mittwoch, 17.01.2018, 12:00 Uhr, SG 135

Inhalt

- 1) Struktur des Vertiefungsbereichs

- 2) Vorstellung der zur Wahl stehenden Vertiefungsbereiche

Struktur des Vertiefungsbereiches

- Eine Vertiefung wählbar aus 6-7 wirtschaftswissenschaftlichen Vertiefungsrichtungen (je nach gewählter Studienrichtung), davon
 - zwei an der Mercator School of Management (MSM),
 - vier in der Fakultät für Ingenieurwissenschaften, Lehrinheit Wilng,
 - unter bestimmten Voraussetzungen: eine am Campus Essen.

- I.d.R. vier Veranstaltungen (insgesamt 14 ECTS-Credits):
 - zwei vorbereitende Veranstaltungen (je 3 ECTS-Credits) und
 - zwei Hauptveranstaltungen (je 4 ECTS-Credits).

Modul	Veranstaltung	CP	V	Ü	P
BWL Wahlpflicht 0	Wirtschaftswiss. Wahlpflichtfach Vorbereitung Veranstaltung 1	3	2		
	Wirtschaftswiss. Wahlpflichtfach Vorbereitung Veranstaltung 2	3	2		
BWL Wahlpflicht	Wirtschaftswiss. Wahlpflichtfach Veranstaltung 1	4	2		
	Wirtschaftswiss. Wahlpflichtfach Veranstaltung 2	4	2		

Struktur des Vertiefungsbereiches

- Idealtypischer (!) Verlauf:
 - im 4. Fachsemester „Vorbereitung 1“
 - im 5. Fachsemester „Vorbereitung 2“ u. „Hauptveranstaltung 1“
 - im 6. Fachsemester „Hauptveranstaltung 2“.
- Tipp: In den ersten Wochen der Vorlesungszeit des SoSe (und somit vor der Prüfungsanmeldephase) in Veranstaltungen verschiedener WiWi-Vertiefungsbereiche „reinschnuppern“, um die Festlegung des Vertiefungsbereichs inhaltlich fundiert zu treffen.

Struktur des Vertiefungsbereiches

- Wahl eines Vertiefungsbereichs erfolgt durch erstmalige Anmeldung zu einer Prüfung/Klausur des Vertiefungsbereichs (bitte achten Sie unbedingt darauf, dass Sie den Vertiefungsbereich bei der Anmeldung ausgewählt haben, den Sie auch tatsächlich absolvieren möchten).

Hinweis: Späterer Wechsel nur ggf. und nur per Antrag an Prüfungsausschuss einmalig möglich!

- Zusätzliche Fächer, die nicht zur eigenen Vertiefung gehören, müssen explizit als „Zusatzleistung“ angemeldet werden.
- Bachelorarbeit i.d.R. entweder im gewählten betriebswirtschaftlichen oder ingenieurwissenschaftlichen Vertiefungsbereich. Ausnahmen (z. B. in anderen Bereichen oder bereichsübergreifend) sind möglich, wenn die jeweiligen PrüferInnen und ggf. auch der Prüfungsausschuss (Prüfungsberechtigung) zustimmen.
- Alle Vertiefungen sind auch im Master wählbar, ggf. ausdifferenzierter als im Bachelor (s. MSM). Kontinuität von Bachelor- und Master-Vertiefung ist naheliegend, aber nicht zwingend. (Evtl. Lückenfüllung = Selbstverantwortung der Studierenden)

Vorstellung der angebotenen Vertiefungsbereiche

– 6-7 Vertiefungsrichtungen:

- | | |
|--|---------------|
| • Technology and Operations Management | MSM |
| • Management and Marketing | MSM |
| • Production Management | N.N. |
| • Controlling | Wömpener |
| • Automotive Management | Dudenhöffer |
| • International Automotive Management | Proff |
| • Energiewirtschaft* | Weber (Essen) |

* nur wählbar für Studierende der technischen Studienrichtung „Energie und Wirtschaft“ sowie der technischen Studienrichtung „Maschinenbau und Wirtschaft“ mit dem technischen Vertiefungsbereich „Energie und Verfahrenstechnik“.

Struktur des Vertiefungsbereiches

a) Vertiefungen an der Mercator School of Management (MSM):

Wahlpflichtbereich Wirtschaftswissenschaften, Technology and Operations Management:

Modul	Modulbestandteil	Veranstaltung	CP	V	Ü	P
Technology and Operations Management Vorbereitung	TOM Vorbereitung 1	Operations Research	3	2		
	TOM Vorbereitung 2	Informationsmanagement	3	2		
Technology and Operations Management	TOM 1	Praxisanwendungen in Logistik und Verkehr	4	2		
	TOM 2	Produktionsmanagement	4	2		

Stand: 03.11.2008

Wahlpflichtbereich Wirtschaftswissenschaften, Management and Marketing:

Modul	Modulbestandteil	Veranstaltung	CP	V	Ü	P
Management and Marketing Vorbereitung	Management and Marketing Vorbereitung 1	Marketingentscheidungen	3	2		
	Management and Marketing Vorbereitung 2	Personalmanagement	3	2		
Management and Marketing	Management and Marketing 1	Strategisches Marketing	4	2		
	Management and Marketing 2	Innovationsmanagement	4	2		

Stand: 03.11.2008

Struktur des Vertiefungsbereiches

b) Vertiefungen der Lehrinheit Wilng, Fakultät f. Ingenieurwissenschaften

Wahlpflichtbereich Wirtschaftswissenschaften, Production Management:

Modul	Modulbestandteil	Veranstaltung	CP	V	Ü	P
Production Management Vorbereitung	Production Management Vorbereitung 1	Wertschöpfungsmanagement	3	2		
	Production Management Vorbereitung 2	Operations Research	3	2		
Production Management	Production Management 1	Controlling: Kostenmanagement	4	2		
	Production Management 2	Produktionsmanagement	4	2		

Stand: 24.03.2011

Wahlpflichtbereich Wirtschaftswissenschaften, Controlling:

Modul	Modulbestandteil	Veranstaltung	CP	V	Ü	P
Controlling Vorbereitung	Controlling Vorbereitung 1	Wertschöpfungsmanagement	3	2		
	Controlling Vorbereitung 2	Internationales Controlling	3	2		
Controlling	Controlling 1	Controlling: Kostenmanagement	4	2		
	Controlling 2	Analyse- und Beratungskonzepte	4	2		

Stand: 03.11.2008

Struktur des Vertiefungsbereiches

b) Vertiefungen der Lehrinheit Wilng, Fakultät f. Ingenieurwissenschaften

Wahlpflichtbereich Wirtschaftswissenschaften, Automotive Management:

Modul	Modulbestandteil	Veranstaltung	CP	V	Ü	P
Automotive Management Vorbereitung	Automotive Management Vorbereitung 1	Produkt und Positionierung	3	2		
	Automotive Management Vorbereitung 2	Automobile Wertschöpfungskette	3	2		
Automotive Management	Automotive Management 1	Automotive Market Research	4	2		
	Automotive Management 2	Automobil-Vertrieb	4	2		

Stand: 17.11.2008

Wahlpflichtbereich Wirtschaftswissenschaften, International Automotive Management:

Modul	Modulbestandteil	Veranstaltung	CP	V	Ü	P
International Automotive Management Vorbereitung	Int. Automotive Management Vorbereitung 1	Produkt und Positionierung	3	2		
	Int. Automotive Management Vorbereitung 2	Automobile Wertschöpfungskette	3	2		
International Automotive Management	Int. Automotive Management 1	Introduction To International Automotive Mngt	4	2		
	Int. Automotive Management 2	Strategisches Automobilmanagement	4	2		

Stand: 17.11.2008

Struktur des Vertiefungsbereiches

b) Vertiefungen der Lehrinheit Wilng, Fakultät f. Ingenieurwissenschaften

Wahlpflichtbereich Wirtschaftswissenschaften, Energiewirtschaft*:

Modul	Modulbestandteil	Veranstaltung	CP	V	Ü	P
Energiewirtschaft Vorbereitung	Energiewirtschaft Vorbereitung 1	Einführung in die Energiewirtschaft	6	2	2	
Energiewirtschaft	Energiewirtschaft 1	Umweltökonomik und erneuerbare Energien	6	2	2	
	Energiewirtschaft 2	Fachseminar Energiewirtschaft	4			2

Stand: 16.01.2018

* nur wählbar für Studierende der technischen Studienrichtung „Energie und Wirtschaft“ sowie der technischen Studienrichtung „Maschinenbau und Wirtschaft“ mit dem technischen Vertiefungsbereich „Energie und Verfahrenstechnik“. Dieser Bereich ist bestanden, wenn mind. 14 Cr. erreicht sind.



UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

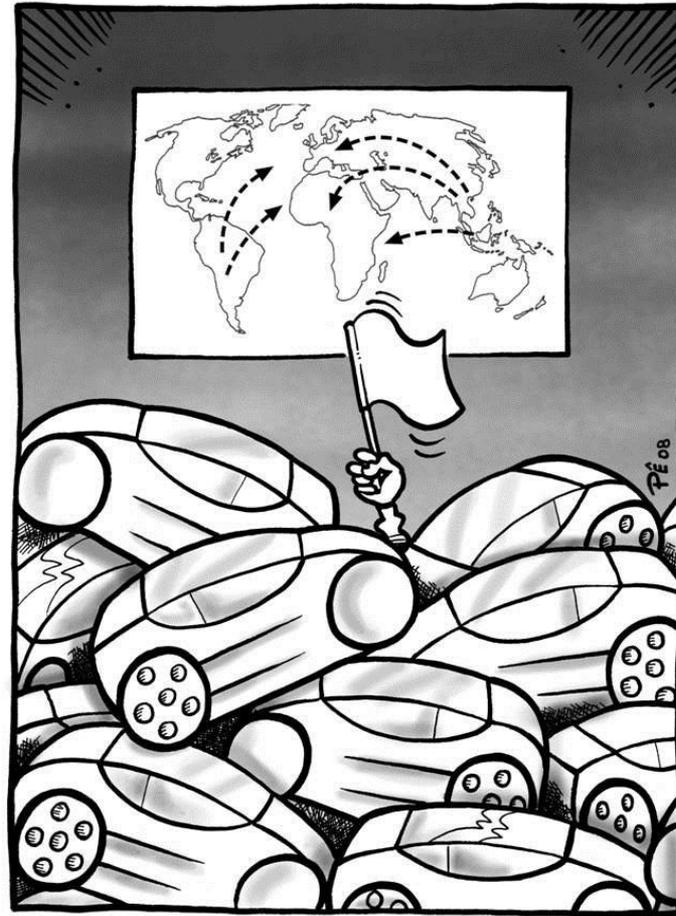
Offen im Denken

Überblick über die Vertiefung
„Internationales Automobilmanagement“

Prof. Dr. Heike Proff

Lehrstuhl für ABWL & Internationales Automobilmanagement

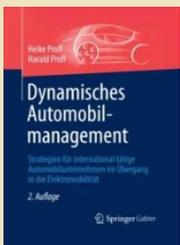
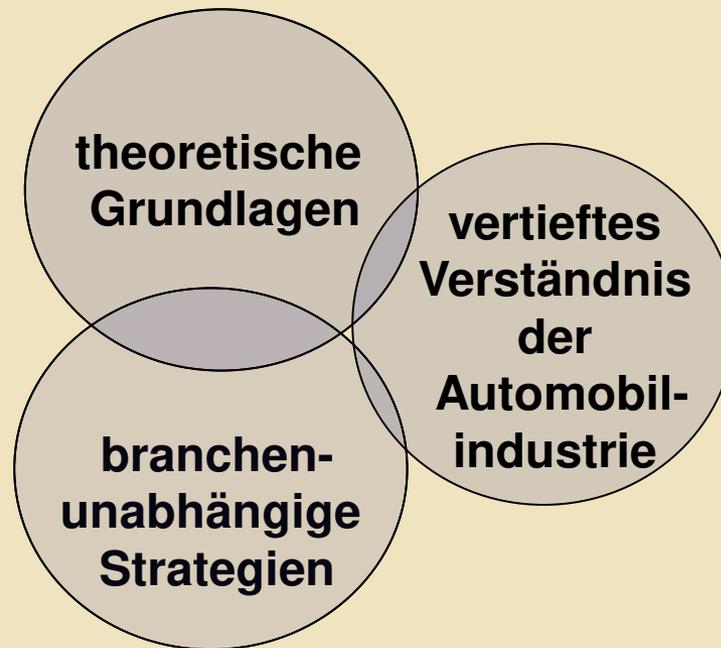




Selbstverständnis des Lehrstuhls „ABWL & Internationales Automobilmanagements“

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken



Es sollen nicht nur die Besonderheiten der Automobilindustrie und des Managements von Automobilunternehmen aufgezeigt werden, sondern auch die Grundlagen des internationalen, interkulturellen und strategischen Managements.

Der Lehrstuhl möchte breit ausbilden, interdisziplinär erklären und darauf bezogen Entscheidungen begründen.

Es sollen Querdenker ausgebildet werden für die nach wie vor oft technikgetriebenen Automobilunternehmen, die zwar alle Spielarten der Ingenieurskunst beherrschen, aber die Schnittstellen zwischen den Funktionsbereichen oftmals vernachlässigen.

Veranstaltungen des Lehrstuhls „ABWL & Internationales Automobilmanagement“

	Wintersemester	Sommersemester
Bachelor Pflichtmodule		Güterwirtschaftliche BWL 1: Planung und Organisation (VL + Ü)
Internationales Automobil- management	Automobile Wertschöpfungskette Strategisches Automobilmanagement	<i>Produkt und Positionierung</i> <i>(Prof. Dudenhöffer)</i> International Automotive Management (deutsch) neu: Hausarbeiten
Master Vertiefung	Dynamisches Automobilmanagement Seminar (S)	Internationales Automobilmanagement II Fallstudienübung (Ü) Ringvorlesung

Automobile Wertschöpfungskette (Vorbereitungsmodul)

1. **Automobile Wertschöpfungskette – Einführung u. Grundlagen**
 2. **Tier 3- und Tier 2-Automobillieferanten**
 3. **Tier 1- und Tier 0,5-Automobillieferanten**
 4. **Beschaffung in der Automobilindustrie**
 5. **Forschung & Entwicklung in der Automobilindustrie**
 6. **Produktion in der Automobilindustrie**
 7. **Marketing und Vertrieb in der Automobilindustrie**
 8. **Dienstleistungen rund ums Automobil**
 9. **Implikationen der Elektrifizierung des Antriebsstrangs für die automobile Wertschöpfungskette**
- 10-13. **Exkursion ganztätig (Zulieferer, *Hersteller*, Händler)**

Mit Texten/Daten/
Fakten von der
Studierenden in
den einzelnen
Veranstaltungen
zu erarbeiten

International Automotive Management (deutsch)

1. **Introduction**
2. **Basics in Int. Automotive Management**
3. **Basics in Intercultural Management**

Erstellung der Hausarbeiten

4. **Präsentation Hausarbeiten (jeweils 15 min, Diskussion, ganztags)**
5. **Präsentation Hausarbeiten (jeweils 15 min, Diskussion, ganztags)**

Strategisches Automobilmanagement

Diskussion Text

1. Porter (1996)
2. Porter (1979), Schmalensee (1985)
3. Prahalad/Hamel (1991), Rumelt (1991)
4. Proff (1997)
5. Proff u.a. (2014)
6. Campbell u.a. (1995)
7. Proff (2006)
8. Planspiel 1
9. Planspiel 2
10. Welge, Holtbrügge (2015)
11. Welge, Holtbrügge (2015)
12. Härtel (2006), Nag u.a. (2007)

Themen der Veranstaltung

1. Einführung, Zielplanung, Strategische Analyse und Prognose
2. Marktorientierte Sichtweise im strategischen Management
3. Ressourcenorientierte Sichtweise und Kompetenzansatz
4. Strategien auf der Ebene einzelner Geschäftsbereiche
5. Von Geschäftsbereichsstrategien zu Geschäftsmodellen
6. Strategien auf der Gesamtunternehmensebene
7. Konsistenz von Strategien, Ambidextrie und Private Equity
8. Theorien der internationalen Direktinvestition
9. Markteintrittsstrategien (Internationalisierungsstrategien) und internationale Marktbearbeitungsstrategien
10. Strategiebewertung, -implementierung & -kontrolle, Zusammenfassung

Projekte/Aktivitäten:

- Organisation des „Wissenschaftsforum Mobilität“
- Bearbeiter des Ziel.2.NRW-Projekts “Neue Geschäftsmodelle im Übergang zur Elektromobilität”
- Koordinator des „DesignStudio NRW“
- Lead Partner von 19 Lehrstühlen im EU Tender „Competitiveness of the EU Automotive Industry“
- Koordinator des Masterstudiengangs “Automotive Engineering & Management“
- Koordinator des Projektes “Dienstleistungsinnovationen und Elektromobilität - der Automobilhandel als ganzheitlicher Lösungsanbieter“
- Bearbeitung eines Forschungsthemas im Rahmen der In-East School of Advanced Studies
- * Koordination des Projektes „Altersgerechte Fahrerassistenzsysteme“



Team des Lehrstuhls „ABWL & Internationales Automobilmanagement“

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken



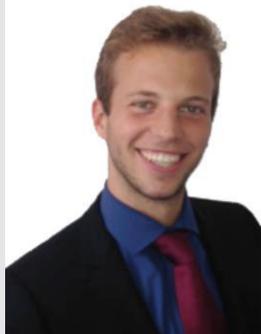
Dr. Monika
Söndgerath



Prof. Dr.
Heike Proff



Marlies Grothe
M.A., Sekretariat



Timo Günthner
M.Sc.



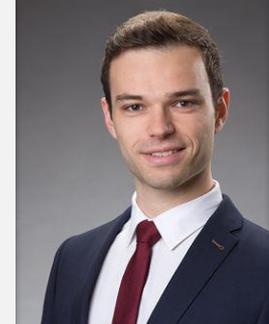
Josip Jovic
M.Sc.



Florian Knobbe
M.Sc.



Gregor Szybisty
M.Sc.



Sefan Sommer
M.Sc.

Wir freuen uns auf Sie!

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken



Lehrstuhl und Kontaktdaten

- **Standort:** BC Gebäude, Bismarckstraße 90, 3. Etage
- **Homepage:** www.uni-due.de/auto
- **Scripte:** via moodle.uni-due.de,
Einschreibeschlüssel in jeweils 1. Veranstaltung

- **Team:**



Prof. Dr.
Ferdinand
Dudenhöffer



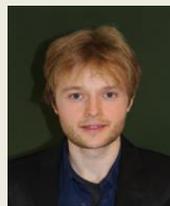
Andrea
Werry
(Sekretariat)



Dr. jur.
Wolfgang
Schneider
(Lehrbeauftragter)



Moritz
Luhn
(Wiss. MA)



Timm
Kannstätter
(Wiss. MA)



Henrike
Koczvara
(Wiss. MA)



Sebastian
Meerschiff
(Wiss. MA)

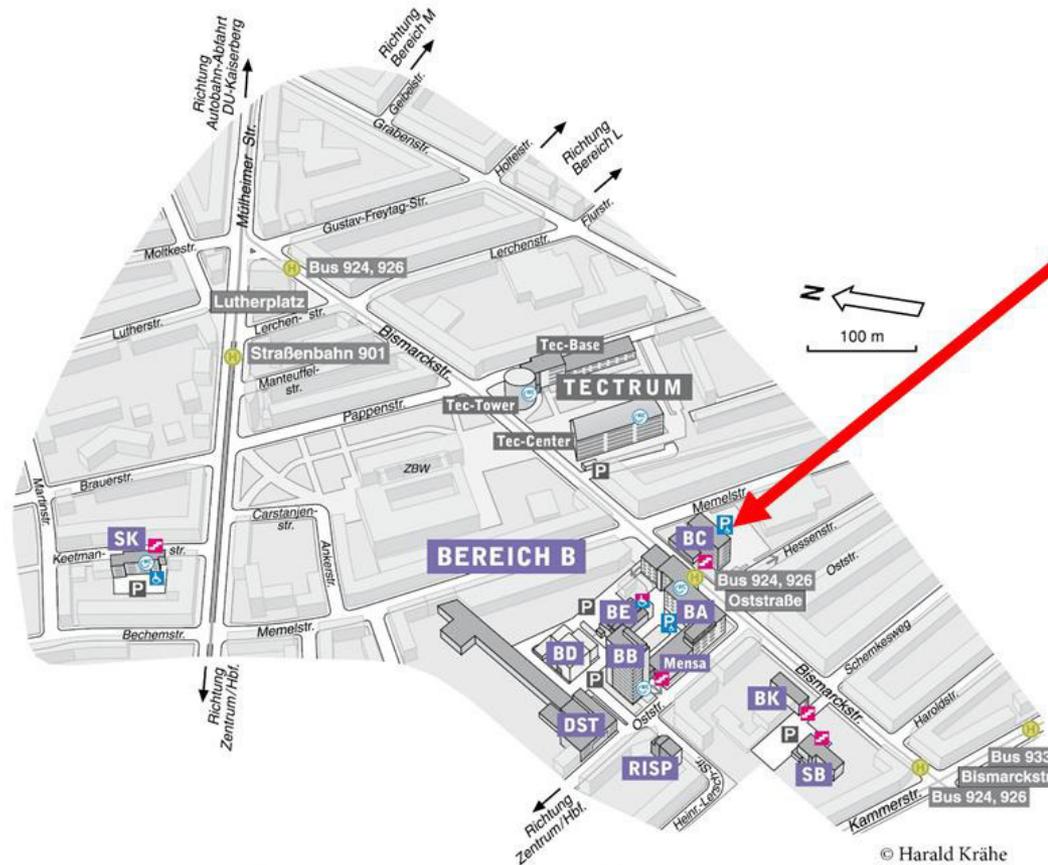


Karsten
Neuberger
(Wiss. MA)



Jörn
Schnieders
(Wiss. MA)

- **Sprechzeiten:** nach Vereinbarung



Wo finden Sie uns?

Gebäude BC
Bismarckstraße 90
47057 Duisburg

Sekretariat: BC 305

Busverbindungen:

Bus-Linie 924
Haltestelle Oststraße

Bus-Linie 926
Haltestelle Oststraße

Bus-Linie 933
Haltestelle Bismarckstraße

Soweit nicht anders gekennzeichnet, sind alle Eingänge barrierefrei



nur Erdgeschoss barrierefrei



nicht barrierefrei (Treppenhaus)



barrierefreie Toiletten



barrierefreie Parkplätze

© Harald Krähe

Fächer Bachelor-Vertiefung Wirtschaftsingenieurwesen LS Dudenhöffer

- **Sommersemester**

- Produkt & Positionierung

- Vorlesung
- Zielgruppe: 4. Semester
- Prüfungsform: **Klausur**



- Automobilvertrieb

- Vorlesung
- Zielgruppe: 6. Semester
- Prüfungsform: **Klausur**

- **Wintersemester**

- Automotive Market Research

- Vorlesung (verkürzt)
- Zielgruppe: 5. Semester
- Prüfungsform: **Hausarbeit** (zzgl. Präsentation der Arbeit u. MC-Kurztest)
- Anmeldeformalitäten siehe LSF, Plätze auf 20 Teilnehmer begrenzt



Produkt & Positionierung



Sommersemester

- **Vorlesungszeit:** (voraussichtlich) Mittwochs 13:15-14:45 Uhr* - 2 SWS
- **Credits:** 3
- **Inhalt:**

Vermittlung der Grundlagen der Marketing-Positionierung und Produktpolitik.

U.a. Aufzeigen der Methoden zur Aufteilung des (Automobil-)Markts in Teilsegmente, der Methoden zur Analyse und Bewertung von Produktstrategien sowie des Wettbewerbsumfelds.

Vermittlung von Produkt- und Programmplanungsprozessen und des Innovationsmanagements, Aufzeigen der Vorgehensweisen der strategischen Produktgestaltung sowie Strategien der Preissetzung und der Handlungsfelder der Preispolitik.

Auseinandersetzung mit den Themen Markenmanagement u. Kommunikationspolitik

Ziel: Die Studierenden sollen ein vertiefendes Verständnis von Marketingstrategien und -prozessen allgemein und insbesondere der Automobilindustrie erhalten

- **Besonderheiten:** Kurzpräsentationen der Studierenden als freiwillige Bonusaufgabe im Lauf des Semester

Automobilvertrieb



Sommersemester

- **Vorlesungszeit:** (voraussichtlich) Mittwochs 16:30-18:00 Uhr* - 2 SWS
- **Credits:** 4
- **Inhalt:**

Vertriebssysteme Autobauer

Im Rahmen der Veranstaltung *Automobilvertrieb* werden Trends und Entwicklungen in der Automobilindustrie und die daraus resultierenden Implikationen für den Vertrieb behandelt. Dabei wird ein Überblick über die Strategien, Wertschöpfung und Vertriebskonzepte der Automobilhersteller und der Zulieferer anhand praxisnaher Beispiele gegeben.

Ziel: Die Studierenden sollen die rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen im Automobilvertrieb verstehen und in der Lage sein, individuelle Vertriebskonzepte zu entwickeln.

Automotive Market Research



Wintersemester

- **Vorlesungszeit:** (voraussichtlich) Dienstags 16:00 – 17:30 Uhr* (Okt.-Dez.)
- **Credits:** 4
- **Inhalt:**

Im Rahmen einer verkürzten Vorlesung werden grundlegende qualitative und quantitative Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden und deren Anwendung in der Automobilindustrie vermittelt.

Die Studierenden erhalten als Seminararbeitsthema die theoretische Behandlung einer ausgewählten Marktforschungs-Methode.

Die Hausarbeit wird am Ende des Semesters (Januar) präsentiert.

Ziel: Die Studierenden sollen in der Lage sein, Marktforschungsdaten zu verstehen, zu interpretieren sowie eigene Erhebungen durchzuführen.

- **Besonderheiten:** Der Besuch des „*Seminars zum wissenschaftlichen Arbeiten für Wirtschaftsingenieure*“ (Pflichtveranstaltung, 1 Credit) wird dringend im Vorfeld der Teilnahme an AMR empfohlen!

Vertiefung

Production Management

im Bachelor WiIng

Vertiefung Production Management im Bachelor WiIng

<i>reale/güterwirtschaftliche BWL</i>		<i>monetäre/finanzwirtschaftliche BWL</i>
	Einf. BWL	Buchhaltung
BePro	←————→	KLR

Vertiefung Production Management im Bachelor WiIng

Wertschöpfungsmanagement

(SS 18):

- Produktionstheorie
- Wertfragen im Unternehmen/
Unternehmensethik
- Supply Chain Management
- TI-Management

Controlling: Kostenmanagement

(Wömpener, WS 18/19)

Operations Research

(WS 18/19):

- Modellierung
- Lineare Programmierung
- Optimierung in/mit Graphen
- Netzplantechnik
- ...

Produktionsmanagement

(SS 19 oder SS 18):

- Grundlagen/Überblick
- Standorte
- Infrastruktur (Fließproduktion, Werkstattproduktion)
- Operatives Prod.-Mgmt (Fließprod., Werkstattprod.)
- Lagerhaltungsmodelle
- PPS-Systeme
- ...

ggf. Bachelor-Arbeit

Vertiefung Production Management im Bachelor WiIng

Ansatz:

- Vorgänge/Operations und Produktion(ssysteme)
- operativ – strategisch
- BWL – Ingenieurwissenschaften
- Modelle/Theorie – Anwendung
- quantitativ – qualitativ (verbal)
- Management – Controlling
- unternehmensspezifisch – unternehmensübergreifend
- Was und wie? (Gegenstände) – Warum? (inkl. Wertsysteme, Ethik)

Ausblick: Vertiefung Production and Operations Management im *Master Wilng*

Aufbau:

- Production and Operations Management 1
- Production and Operations Management 2
- Vertiefungsübung zu Production and Operations Management
- Seminar
- ggf. Masterarbeit

Ansatz:

- Vermeidung von Verschwendung (→ Lean Management, wiss. Version)
- Kontinuierliche Verbesserung (→ z. B. Six Sigma im Qual.-Mgmt)
- Scheduling
- vorwiegend quantitative Ansätze
- inkl. Beispiele und Anwendungen

Lehrstuhl für ABWL und Controlling

Prof. Dr. Andreas Wömpener

Lehrstuhl für ABWL und Controlling

Räume: MF 142-147

Campus Duisburg

Profile und Kontaktdaten der Mitarbeiter
unter: www.uni-due.de/controlling



Bachelor-Veranstaltungen:

- Kosten- und Leistungsrechnung
- Grundlagen des Jahresabschlusses
- Internationales Controlling
- Controlling: Kostenmanagement
- Analyse- und Beratungskonzepte

} Pflichtveranstaltungen

} Vertiefung Controlling

– Bachelorarbeiten zu Themen des Controllings, der Finanzierung sowie Nachbardisziplinen



Forschungsschwerpunkte

Nachhaltigkeitsmanagement

**Strategien im
Nachhaltigkeitsmanagement
CO₂-Controlling in Unternehmen**

Ansprechpartner:
Dipl.-Kffr. Simone Bernatzky

Ansprechpartner:
Dipl.-Kfm. Steffen Biermann
Jan Kempkes, M.Sc.

**Unternehmensbewertung und
Risikomanagement
Finanzierung**

Carbon Accounting

**Strategieorientiertes
Großprojektmanagement**

Ansprechpartner:
Martin Stenmans, M.Sc.

Ansprechpartner:
Francesco Suprano, M.Sc.

**Veränderungsprozesse im Controlling
Digitalisierung im
Controlling**

LEHRSTUHL FÜR ABWL UND
CONTROLLING



Controlling ...

- ist die Beschaffung, Aufbereitung und Analyse von Daten zur Vorbereitung zielsetzungsgerechter Entscheidungen.
- ist eine Querschnittsfunktion und dockt an alle betrieblichen Funktionen an.
- setzt vor allem analytische Fähigkeiten als Kernkompetenz für quantitative und qualitative Aufgabenstellungen voraus.
- bedingt kommunikative Fähigkeiten als Grundvoraussetzung der Effektivität der Controllinginstitutionen.
- ermöglicht berufliche Perspektiven auch jenseits der Controlling-Bereiche.



Struktur: Bachelorvertiefung Controlling

Modul	Veranstaltung	Sem.	Fachsem.	Cr
Wahlpflichtbereich Controlling (Vorbereitung)	Wertschöpfungsmanagement (Dr. Besse)	SoSe	4	3
Wahlpflichtbereich Controlling (Vorbereitung)	Internationales Controlling (Prof. Wömpener)	WiSe	5	3
Wahlpflichtbereich Controlling (Kern)	Controlling: Kostenmanagement (Prof. Wömpener)	WiSe	5	4
Wahlpflichtbereich Controlling (Kern)	Analyse- und Beratungskonzepte (Prof. Wömpener)	SoSe	6	4

- Förderung der Problemlösekompetenz durch praxisnahe **Fallstudienbearbeitung**
- Erarbeiten von **Geschäftsideen** und **Businessplänen**
- Einzel- und **Gruppenarbeit**, Präsentation vor Lehrstuhlmitarbeitern

Controlling ...

Aus Manager Magazin, 10/2015

- ist die Beschaffung, Aufbereitung und Analyse von Daten zur Vorbereitung z...

- ist eine Querschnittsfunktion an...

- setzt vor allem quantitative und...

- bedingt kommt die Effektivität der...

- ermöglicht ber... Bereiche.



olichen

tenz für
S.

etzung der

Controlling-