



Beiträge zur Controlling-Forschung ([www.Controlling-Forschung.de](http://www.Controlling-Forschung.de)) Nr. 14

Lingnau, V. (2008): Controlling, BWL und Privatwirtschaftslehre, 2008

### Abstract

Die Controllingforschung ist ausgezogen, den Heiligen Gral der eigenständigen Führungsfunktion zu finden und mit der zerbrochenen Teetasse des Shareholder Value zurückgekehrt – so ließe sich in Anlehnung an *William Starbuck* die Situation der Controllingforschung pointiert darstellen. Ein auch nur weitgehend allgemein akzeptiertes Verständnis von „Controlling“ ist auch nach 30 Jahren Controlling-Forschung nicht existent, ja nicht einmal in Sicht. Man kann daher konstatieren: Das Controlling hat seinen Platz in der Betriebswirtschaftslehre und damit als akademische Disziplin noch nicht gefunden. Da es bislang nicht gelungen ist, das Controlling in Relation zur klassischen Betriebswirtschaftslehre zu konzeptionalisieren, wird mit dem vorliegenden Beitrag der Versuch unternommen, dem Controlling ein anderes betriebswirtschaftliches Basisprogramm zugrunde zu legen. Als Ausgangspunkt dienen die Überlegungen von Cyert und March zur organisatorischen Zielbildung, die die Unternehmung als Koalition von Individuen betrachten. Jede Organisation ist einer Vielzahl von Ansprüchen unterschiedlicher Gruppen ausgesetzt. Für die Organisation ist es überlebenswichtig, die Interessen der wichtigsten Anspruchsgruppen zu kennen. Das Marketing kann aus dieser Sichtweise als institutionalisiertes Wissen über die Bedürfnisse der Kunden verstanden werden. Lässt sich dann das Controlling als institutionalisiertes Wissen über die Bedürfnisse der Eigenkapitalgeber erklären? Mussten die zahlreichen Versuche, das Controlling in der Betriebswirtschaftslehre zu verorten, daran scheitern, dass das Zielsystem des Controllings (Rentabilität) mit dem Zielsystem der Betriebswirtschaftslehre (Gewinn) unvereinbar ist? Gelingt es dann, eine wissenschaftliche Fundierung des Controllings zu erreichen, indem man dieses in der Privatwirtschaftslehre verortet?

### Summary

Controllingship-researchers went out to find the holy grail of an independent management function – and returned with the broken tea pot named Shareholder Value. These would be the words that William Starbuck would use to describe the situation of Controllingship-research. After 30 years of research, a widely accepted definition of controlling is way out of reach. Controllingship has not yet found its place in the field of managerial economics and so not as an academic discipline. The efforts to define Controllingship in relation to managerial economics were not very successful up to now. In this paper, the author attempts to define Controllingship using another base philosophy. Starting point are the organizational works of Cyert and March seeing the firm as a coalition of individuals. Every organization is exposed

to the claims of different stakeholder groups. It is vital for the organization to know about the exact interests of these stakeholder groups. From this point of view, marketing management can be seen as institutionalized knowledge of the needs of customers. Can Controllershship then be defined as institutionalized knowledge of the needs of shareholders? Can the failure in trying to find a scientific foundation for Controllershship be explained out of the fact that the objective of Controllershship (rentability) is incompatible to the objective of managerial economics (earnings)? If that is the case, is it possible to build a scientific base for Controllershship by describing it from the point of view of "Privatwirtschaftslehre"?