

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	III
Management Summary.....	V
1 Untersuchungsfeld Interim-Management.....	1
1.1 Themenabgrenzung und Definitionen.....	1
2 Interim-Management, Charakteristika und Analysen.....	5
2.1 Erfolgsdefinition im Interim-Management.....	5
2.2 Fehlende Standards in der IMGMT-Branche.....	6
2.2.1 Keine einheitliche Definition und Schreibweise.....	6
2.2.2 Keine adaptierbaren Branchenstandards.....	7
2.2.3 Kein einheitlich definierter Interim-Management-Prozess.....	7
2.2.4 Keine generellen Qualitätsstandards.....	8
2.3 Branchenstrukturanalyse aus Sicht des Interim-Managers.....	8
2.3.1 Verhandlungsstärke der Mandanten (bargaining power of buyers).....	9
2.3.2 Bedrohung durch neue Anbieter (threat of entry).....	10
2.3.3 Rivalität unter den bestehenden Wettbewerbern (competitive rivalry)....	11
2.3.4 Bedrohung durch Substitution (threat of substitutes).....	12
2.3.5 Verhandlungsstärke der Lieferanten (bargaining power of suppliers).....	13
3 Qualitative Anforderungen aus dem Interim-Management-Umfeld.....	15
3.1 Das Problem der fehlenden Marktzutrittsschranken.....	15
3.2 Qualitative Selektionskriterien aus Mandantensicht.....	17
3.2.1 Vision.....	18
3.2.2 „Erfolgsrezept“.....	18
3.2.3 Motive und Motivation des Interim-Managers.....	19
3.2.4 Übertragbarkeit.....	19
3.2.5 Transparenz und Nachvollziehbarkeit.....	20
3.2.6 Nachhaltigkeit.....	20
3.2.7 Vergütungsmodell.....	21
3.3 Zeit der Akquise aus Sicht des Interim-Managers.....	22
4 Grundlagen des LEAN-Gedankens.....	25
4.1 Heranführung an den LEAN-Gedanken.....	26
4.2 Systemübersicht - Das „LEAN-Gedanken-Modell“.....	28
4.3 Die Basis für den erfolgreichen LEAN-Einsatz.....	29
4.3.1 Respekt gegenüber Menschen (Respect for People).....	30

4.3.2	Kontinuierliche Verbesserung (Continuous Improvement)	33
4.4	Die Prinzipien	34
4.4.1	Wert	34
4.4.2	Der Wertstrom	36
4.4.3	Flow	38
4.4.4	Pull	39
4.4.5	Perfektion	40
4.5	Der wissenschaftliche LEAN-Prozess PDCA	40
4.6	Das Hoshin Kanri Managementsystem	42
4.7	Methoden und Werkzeuge	42
4.7.1	A3	43
4.7.2	Root Cause and Counter Measures (RCCM) und 5 Whys	43
4.7.3	Voice of the Customer (VoC)	43
4.7.4	Value Stream Mapping (VSM), Wertstromanalyse (WSA)	44
4.7.5	Kaizen und Kaikaku	44
5	Interim-Management auf der Basis des LEAN-Gedankens	45
5.1	Einschränkungen	45
5.2	Aus Sicht des Interim-Managers: Problem Akquisezeit	46
5.3	Aus Mandantensicht: Selektionskriterien	47
5.3.1	Vision	47
5.3.2	„Erfolgsrezept“	47
5.3.3	Motive und Motivation des Interim-Managers	49
5.3.4	Übertragbarkeit	49
5.3.5	Transparenz und Nachvollziehbarkeit	51
5.3.6	Nachhaltigkeit	51
5.3.7	Vergütungsmodell	52
5.4	Aus Branchenstruktursicht: die fehlenden Marktzutrittsschranken	52
5.4.1	LEAN-INTERIM® Positionierung als Weiterbildungsangebot	52
5.4.2	Potentielle Veränderung der Marktkräfte	52
6	Fazit und Ausblick	55
	Abkürzungsverzeichnis	57
	Quellenverzeichnis	59