

Inhaltsübersicht

Vorworte..... 5

Inhaltsverzeichnis..... 13

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 16

1 Forschung, Entwicklung und Innovationsmanagement..... 21

2 Beschaffung und Logistik..... 85

3 Produktion 151

4 Marketing und Vertrieb..... 215

5 Strategische Analyse 271

6 Strategische Planung, Umsetzung und Kontrolle..... 325

7 Organisation und Prozess 365

8 Personal und Führung..... 403

Anhang..... 489

 Glossar..... 491

 Literaturverzeichnis 519

 Stichwortverzeichnis 551

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur dritten Auflage	5
Vorwort zur zweiten Auflage	6
Vorwort zur ersten Auflage	7
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	16
1 Forschung, Entwicklung und Innovationsmanagement.....	21
1.1 Expertenbefragungen und Delphi-Studien	27
1.2 Publikations- und Patentanalysen.....	32
1.3 Brainstorming und Brainwriting.....	36
1.4 Morphologischer Kasten	41
1.5 Synektik.....	45
1.6 TRIZ.....	49
1.7 Technologielebenszyklus und S-Kurve.....	54
1.8 Nutzwertanalyse.....	59
1.9 Technologie- und innovationsbezogene Portfolios	63
1.10 Szenariotechnik	68
1.11 Roadmapping	72
1.12 Meilensteintrendanalyse	77
1.13 Projekt-Kosten-Leistungs-Analyse	80
2 Beschaffung und Logistik	85
2.1 Make-or-Buy-Entscheidung	90
2.2 Lieferantenaudit	95
2.3 Beschaffungs- und logistikorientierte Portfolios.....	101
2.4 Lieferantenbewertung.....	111
2.5 Lieferantenentwicklung und Lieferantenförderung	115
2.6 Standardisierung und Bündelung.....	120
2.7 Auktion.....	124
2.8 Konzeptwettbewerb.....	128
2.9 ABC-/XYZ-Analyse	132
2.10 Prioritätsregeln.....	137
2.11 Cross Docking.....	141
2.12 Konsignationslager	145
2.13 Just in time.....	148

3	Produktion	151
3.1	Wertanalyse	155
3.2	Variantenausprägungsportfolio	159
3.3	FMEA	164
3.4	Schwachstellenanalytik	168
3.5	Wertstromanalyse und Wertstromdesign	172
3.6	Kanban	177
3.7	Postponement	181
3.8	Retrograde Terminierung	185
3.9	REFA-Zeitstudien	189
3.10	Elemente des Toyota Produktionssystems	193
3.11	Total Productive Maintenance	198
3.12	Qualifikationsmatrix	203
3.13	Betreibermodelle	209
4	Marketing und Vertrieb	215
4.1	4P des Marketings	218
4.2	Kundenanalyse	224
4.3	Kundenwertanalyse	230
4.4	Conjoint-Analyse	237
4.5	Means-End-Analyse und Laddering-Verfahren	243
4.6	Kundenzufriedenheitsanalyse: Kano-Analyse	247
4.7	Buying-Center-Analyse	253
4.8	Lösungsorientiertes Verkaufen: OPAL-Methode	259
4.9	Sachbezogenes Verhandeln: Harvard-Methode	264
5	Strategische Analyse	271
5.1	Umweltanalyse: PESTEL-Analyse	274
5.2	Branchenstrukturanalyse: Five-Forces-Analyse	280
5.3	Wettbewerbsvorteilsanalyse	286
5.4	Stakeholderanalyse	292
5.5	Benchmarking	298
5.6	Wertkettenanalyse	303
5.7	7S-Modell	309
5.8	Produktlebenszyklusanalyse	315
5.9	Erfahrungskurvenanalyse	320
6	Strategische Planung, Umsetzung und Kontrolle	325
6.1	SWOT-Analyse	327
6.2	Marktwachstum-Marktanteil-Portfolio: BCG-Matrix	332

6.3	Marktattraktivität-Wettbewerbsstärke-Portfolio: McKinsey-Matrix	338
6.4	Wachstumsstrategien: Ansoff-Matrix	344
6.5	Internationalisierungsstrategien	349
6.6	Gewinnschwellenanalyse	355
6.7	Balanced Scorecard	358
7	Organisation und Prozess	365
7.1	Prozessmanagement	368
7.2	Changemanagement: 8 Phasen-Modell nach Kotter	375
7.3	Wertschätzende Befragung	382
7.4	Change-Kommunikation	387
7.5	Lean Administration	396
8	Personal und Führung	403
8.1	Onboarding	407
8.2	Arbeitssituationsanalyse	412
8.3	Feedback- und Feedforward-Gespräche	416
8.4	Rückkehrgespräche	421
8.5	Betriebliches Eingliederungsmanagement	427
8.6	Coaching	432
8.7	Aktive Arbeitsplatzgestaltung	438
8.8	PERMA-Lead	442
8.9	Konfliktgespräche führen	447
8.10	Situatives Führen	452
8.11	Konsentprinzip zur Entscheidungsfindung	457
8.12	Tetralemma	461
8.13	Kollegiale Beratung	465
8.14	Psychologische Sicherheit	469
8.15	Impact-Techniken	473
8.16	SMART- und Everest-Ziele	477
8.17	WOOP-Ziele	481
8.18	Offboarding	485
	Anhang	489
	Glossar	491
	Literaturverzeichnis	519
	Stichwortverzeichnis	551