

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Grundlegendes</b>	<b>8</b>
2.1	Existenz begründen und sichern	8
2.2	Hauptsätze des Qualitätsmanagements	11
2.2.1	Produkt- und Dienstleistungsqualität fokussieren	12
2.2.2	Ganzheitliches Qualitätsmanagement umsetzen	13
2.2.3	QM-System als Leitsystem implementieren	15
2.3	Organisationsentwicklung und QM/EFQM	16
2.3.1	Die Rolle des Qualitätsmanagers als Organisationsentwickler	18
2.3.2	Organisationsentwicklungsziel Reifegrad- entwicklung	20
2.3.3	Prozesslandschaft	23
2.3.4	Drei Schritte des Organisationsentwicklungs- prozesses	25
2.3.5	Der Organisationsentwicklungsraum	28
<b>3</b>	<b>Der EFQM-Excellence-Ansatz</b>	<b>29</b>
3.1	Die Grundkonzepte der Excellence	32
3.2	Das EFQM-Excellence-Modell	33
3.2.1	Die Befähigerkriterien	35
3.2.2	Die Ergebniskriterien	39
3.3	Die RADAR-Bewertungsmethodik	41
3.4	Qualitätspreise auf EFQM-Modellbasis	45

<b>4</b>	<b>Marketing und Kommunikation der Organisationsentwicklung</b>	<b>48</b>
4.1	OE-Marketing	49
4.1.1	Marktplatz Unternehmen	50
4.1.2	Potenzial vermarkten	52
4.1.3	Konzept vermarkten	56
4.1.4	Vermarktung von EFQM, ISO und Co.	57
4.2	OE-Kommunikation	58
4.2.1	Kommunikationskultur	59
4.2.2	Kommunikation planen	60
4.2.3	Schlüsselbegriffe und Sprache	61
4.2.4	Kommunikationsanlässe und -formate	63
4.2.5	Externe Kommunikation	65
<b>5</b>	<b>Organisationsentwicklung in der Praxis</b>	<b>66</b>
5.1	Analyse	66
5.1.1	Grundlagen der Analyse	68
5.1.2	Analysemethoden	70
5.1.3	Die (EFQM-)Selbstbewertung als umfassende Analyse- methode	82
5.1.4	Zusammenfassung der Erkenntnisse	99
5.2	Konzeption	102
5.2.1	Wissensfelder	102
5.2.2	Der rollierende Excellence-Fahrplan	113
5.3	Umsetzung	117
5.3.1	OE-Projektmanagement	119
5.3.2	Interne Beratung	124
5.3.3	Die Zusammenarbeit mit externen Beratern	127
	<b>Literatur</b>	<b>128</b>