

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1	Gehen Sie mit den Internen Projektmanagern einen neuen Weg	1
1.2	Das Buch – ein klar strukturierter Praxisleitfaden	8
<b>2</b>	<b>Auf geht's! Schuhe schnüren – Aufgaben vor Projektstart</b>	<b>13</b>
2.1	Die Projektinitiative – ein Projekt muss her	14
2.1.1	Die Projektidee – Startschuss für das Projekt	15
2.1.2	Der Projektsteckbrief – alles Wichtige auf einen Blick	21
2.1.3	Die Benennung des Projektleiters – die zentrale Person	23
2.1.4	Das Kommunikationskonzept – tue Gutes und sprich darüber	27
2.1.5	Kapitelzusammenfassung	29
2.2	Das Projektdrehbuch – wie im Film	32
2.2.1	Die Projektart – Fantasie- oder Actionfilm?	35
2.2.2	Der Projektablauf – eine fesselnde Story	37
2.2.3	Die Projektdramaturgie – Spannung bis zum Ende	40
2.2.4	Das Projektteam – eine eingeschworene Gemeinschaft	43
2.2.5	Das Exposé – die Geschichte ist rund	46
2.2.6	Kapitelzusammenfassung	48
2.3	Das Vorprojekt – jetzt wird es konkret	51
2.3.1	Die Grobanalyse – sich einen Überblick verschaffen	52
2.3.2	Detaillierte Projektziele – ohne Ziel ist jeder Schuss ein Treffer	62
2.3.3	Die Projektumfeldanalyse – wer steht wie zum Projekt?	65
2.3.4	Die Projektablauforganisation – ohne Eigendynamik geht nichts	68
2.3.5	Die Projektaufbauorganisation – alle sind dabei	73
2.3.6	Die Projektwirtschaftlichkeit – was am Ende zählt	75
2.3.7	Kapitelzusammenfassung	78

2.4	Die Managemententscheidung – stop-or-go, das ist die Frage .....	83
2.4.1	Die Entscheidungsunterlage – alles auf einen Blick .....	84
2.4.2	Genehmigung der Projektressourcen – jetzt fällt die Entscheidung .....	86
2.4.3	Kapitelzusammenfassung .....	88
3	<b>Zum Gipfel und zurück – Aufgaben während des Projektes .....</b>	91
3.1	Das Kick-off-Meeting – es geht los .....	93
3.2	Die Projektphase 1 – es kommt zum Schwur .....	97
3.2.1	Der Workshop „Vorprojekt“ – Erkenntnisse weitergeben .....	98
3.2.2	Die Ideenmatrix – die Vielzahl macht's .....	101
3.2.3	Die Maßnahmenblätter – langsam wird das Projekt rund .....	111
3.2.4	Das Commitment – alle fürs Projekt .....	113
3.2.5	Kapitelzusammenfassung .....	115
3.3	Die Projektphase 2 – den Erfolg vor Augen .....	117
3.3.1	Die 6-Stufen-Methode – der Weg zum Erfolg .....	120
3.3.2	Die Maßnahmenpriorisierung – die Wichtigsten zuerst .....	122
3.3.3	Die Aktivitätenplanung – eine Maßnahme wird zerlegt .....	123
3.3.4	Die Maßnahmenumsetzung – Sein oder Nichtsein .....	125
3.3.5	Das Projektcontrolling – Transparenz der Umsetzung .....	128
3.3.6	Das Projektreporting – immer auf dem Laufenden .....	131
3.3.7	Die Maßnahmendokumentation – der Erfolg ist nachweisbar .....	134
3.3.8	Kapitelzusammenfassung .....	136
3.4	Die Meilensteine – Instrumente zum Kurshalten .....	140
3.4.1	Der Meilenstein 1 – „stop-or-go“ .....	141
3.4.2	Der Meilenstein 2 – alle sind stolz .....	143
3.4.3	Kapitelzusammenfassung .....	146
4	<b>Glücklich im Basislager – Aufgaben nach Ende des Projektes .....</b>	149
4.1	Die Projektnachkalkulation – das Projekt hat nichts gekostet .....	150
4.2	Die Projektdokumentation – teilen Sie Ihr Wissen .....	152
4.3	Die Referenz – der Ritterschlag durch den Auftraggeber .....	154
4.4	Kapitelzusammenfassung .....	156
5	<b>Die richtige Bergroute finden – die Projektmethoden .....</b>	159
5.1	Das Innovationsmanagement – lässt Ideen sprudeln .....	160
5.1.1	Der Innovationsimpuls – Anregungen zum Nachdenken .....	163
5.1.2	Die Innovationsideen – der Apfel fällt vom Baum .....	164
5.1.3	Die Vorstudie – lohnt sich die Idee? .....	166
5.1.4	Die Entwicklung – alles wird aufs Papier gebracht .....	167
5.1.5	Die Prototypen – nicht schön, aber nützlich .....	168

---

5.2	<b>Das Geschäftsaktivierungsmanagement – mehr Geschäft gefällig? . . . . .</b>	169
5.2.1	Die Vertriebsorganisation – fit für die Zukunft? . . . . .	171
5.2.2	Die Produkte und Leistungen – noch wettbewerbsfähig? . . . . .	173
5.2.3	Der Markt und Wettbewerb – allein gegen alle . . . . .	174
5.2.4	Das Konzept und die Maßnahmen – jetzt wird's besser . . . . .	176
5.3	<b>Das Lieferantenmanagement – Partner fürs Leben . . . . .</b>	178
5.3.1	Die Lieferantenqualifizierung – wer möchte mit uns gehen? . . . . .	181
5.3.2	Die Lieferantenbewertung – hält der Partner sein Versprechen? . . . . .	182
5.3.3	Die Lieferantenbetreuung – auch in schwierigen Zeiten zusammenstehen . . . . .	185
5.4	<b>Die Quality Gates – nur bei Qualität geht es weiter . . . . .</b>	189
5.4.1	Die Positionierung – bis hier und nicht weiter . . . . .	191
5.4.2	Die Checkliste – was soll geprüft werden? . . . . .	192
5.4.3	Das interne Kunden-/Lieferantenverhältnis – klare Rollenverteilung . . . . .	194
5.4.4	Die Statusbewertung – kontinuierlich die Prozessqualität prüfen . . . . .	195
5.4.5	Das Gates-Meeting – stop-or-go . . . . .	196
5.4.6	Die Prozessverbesserung – alle haben etwas gelernt . . . . .	197
5.5	<b>Das Organisationsmanagement – schlank und schnell . . . . .</b>	198
5.5.1	Die Aufbau- und Ablauforganisation – der Organismus lebt . . . . .	200
5.5.2	Das Konzept der neuen Organisationsstruktur – keine Umwege mehr . . . . .	203
5.5.3	Neue Aufbauorganisation – die Richtigen an der richtigen Stelle . . . . .	204
5.6	<b>Das Prozessmanagement – lichtet den Dschungel . . . . .</b>	207
5.6.1	Die Prozesstransparenz und -analyse – sind wir kompliziert! . . . . .	210
5.6.2	Der Leistungsvergleich – Lücken im System . . . . .	213
5.6.3	Die Befragung Externer – die Kundenmeinung gefällig? . . . . .	214
5.6.4	Die neuen Geschäftsprozesse – flott durch die Organisation . . . . .	216
5.7	<b>Das Tätigkeitsmanagement – Kampf gegen die Unproduktivität . . . . .</b>	217
5.7.1	Die Grunddaten – wer macht eigentlich was? . . . . .	219
5.7.2	Leistung und Aufwand – im richtigen Verhältnis? . . . . .	219
5.7.3	Maßnahmen zur Aufwandsminimierung – es darf auch etwas weniger sein . . . . .	224
5.8	<b>Das Kostenmanagement – 1000 Hebel zur Kostensenkung . . . . .</b>	226
5.8.1	Die Reduzierung von Kostenarten – auf die Treiber konzentrieren . . . . .	228
5.8.2	Der Kostensenkungsansatz – hier hilft die Clusterbildung . . . . .	229
5.8.3	Die Maßnahmen – manchmal tut es weh . . . . .	231

<b>6 Pickel, Haken und Ösen helfen bei der Bergtour – die Projekttools</b> .....	233
6.1 Das Interviewtool – die Einschätzung der Anderen analysieren .....	234
6.1.1 Produkt- und Marktstruktur .....	241
6.1.2 Angebotserstellung und Auftragsabwicklung .....	243
6.1.3 Produktentwicklung .....	244
6.1.4 Produktion und Produktionsplanung .....	244
6.1.5 Instandhaltung .....	246
6.1.6 Materialmanagement .....	248
6.1.7 Distribution .....	250
6.1.8 Informationstechnik .....	251
6.1.9 Betriebswirtschaft und Controlling .....	252
6.2 Das Bewertungstool – Maßnahmen priorisieren .....	253
6.3 Das Projektcontrolling-Tool – Transparenz ist alles .....	254
<b>Glossar</b> .....	261
<b>Literatur</b> .....	267
<b>Sachverzeichnis</b> .....	269