

# Inhalt

## 7 1 Einführung

### 13 2 Was ist Qualität?

- 16 2.1 Qualität: kurz und prägnant definiert
- 16 2.2 Qualität als strategischer Wettbewerbsfaktor

### 21 3 Was ist Qualitätsmanagement?

- 21 3.1 Qualitätsmanagementsystem
- 25 3.2 Qualitätspolitik
- 27 3.3 Qualitätsplanung
- 27 3.4 Qualitätssicherung
- 28 3.5 Qualitätslenkung
- 30 3.6 Fortlaufende Qualitätsverbesserung
- 38 3.7 Qualitätsmanagement als integrale Führungsaufgabe
- 39 3.8 Total Quality Management (TQM)
- 40 3.9 Die Gratwanderung im Qualitätsmanagement

### 45 4 Umfeldorientierung

- 47 4.1 Kontext der Organisation – Abgrenzung des Anwendungsbereiches
- 49 4.2 KundInnenorientierung bleibt eine Hauptanforderung
- 49 4.3 Reizthema „Kundin/Kunde“
- 50 4.4 KundInnen als wertvollste Informationsquelle
- 51 4.5 KundInnenzufriedenheit
- 53 4.6 KundInnenunzufriedenheit
- 54 4.7 KundInnenbindungsmanagement
- 54 4.8 Grenzen der KundInnenorientierung

### 59 5 Risikoorientierung

- 59 5.1 Risikobasierter Ansatz
- 59 5.2 Qualitätsmanagement ist angewandtes Risikomanagement
- 60 5.3 Risiken und Chancen

62 5.4 Wo ist der „Beauftragte der obersten Leitung“ geblieben?

**69 6 Prozessorientierung**

70 6.1 Der/die Prozessverantwortliche

71 6.2 Dokumentierte Information

72 6.3 Strukturtransparenz

74 6.4 Leistungstransparenz

75 6.5 Kennzahlen und Prozessreife

**81 7 MitarbeiterInnenorientierung**

82 7.1 Modewörter offenbaren Einstellungen

82 7.2 Motivation

83 7.3 Unternehmenskultur und Führungskräfteauswahl

87 7.4 Wo findet man UnternehmerInnen?

87 7.5 MitarbeiterInnenauswahl

88 7.6 MitarbeiterInnenpflege

90 7.7 Wertschätzung fördert Selbstachtung

92 7.8 Befugnisse erteilen

92 7.9 Kommunikation

93 7.10 Fusionen als Kulturkiller

94 7.11 Aus-, Fort- und Weiterbildung

95 7.12 Förderung

96 7.13 MitarbeiterInnenzufriedenheit

98 7.14 Aufgaben-, Funktions-, Stellenbeschreibungen

**103 8 Fortlaufende Verbesserung**

103 8.1 Mit Riesensprüngen oder in kleinen Schritten?

106 8.2 Fortlaufende Verbesserung und Change Management

107 8.3 Fortlaufende Verbesserung – der zentrale Motor im Qualitätsmanagement

108 8.4 Grundvoraussetzung für fortlaufende Verbesserung

108 8.5 Hindernisse

109 8.6 Ziel der fortlaufenden Verbesserung

111 8.7 Information motiviert

111 8.8 Prämierungssysteme

112 8.9 Einführung des fortlaufenden Verbesserungsprozesses

# INHALT

- 117 **9 Ergebnisorientierung**
- 120 9.1 Verschwendungen
- 125 **10 Schlussbemerkungen**
- 125 10.1 Qualitätsmanagement und Führung
- 126 10.2 Zertifizierung ja oder nein?
- 126 10.3 Mit oder ohne BeraterIn?
- 128 10.4 Der Aufbau des Qualitätsmanagementsystems im Unternehmen
- 130 10.5 Weiterentwicklung zu Total Quality Management (TQM) und Business Excellence
- 135 **11 Ausgewählte weiterführende Literatur**
- 139 **Der Autor**