

# Inhalt

<b>Vorwort .....</b>	<b>9</b>
<b>Von Interim Managern lernen .....</b>	<b>11</b>
Interim Manager: Was ist das und worum geht es? .....	13
Neue Herausforderungen .....	18
Wachstumsmotor in der DACH-Region .....	20
Transformationen parallel zum Tagesgeschäft.....	22
Vorteile und Mehrwerte von Interim Managern.....	24
<b>Marketing &amp; Sales Intelligenz im Maschinenbau .....</b>	<b>29</b>
Quo vadis, Maschinenbau? .....	29
Digitale Hausaufgaben machen.....	31
Von anderen Branchen lernen.....	33
Marketing und Sales Intelligenz aufsetzen .....	35
Content Marketing im Omnichannel .....	37
Das Compelling Event .....	41
Daten-Hygiene: Big Data, Lost Data, Smart Data? .....	43
Conversational Commerce .....	45
Communities bilden .....	46
Customer Centricity und Emotionen .....	47
Den Faktor Mensch bewahren.....	48
Ansätze für ein erfolgreiches Transformationsmanagement .....	51
Resümee: die digitale Basis schaffen.....	56
<b>Der Stellenwert von Führung und Management .....</b>	<b>59</b>
Was verstehe ich unter Führung und Management.....	60
Was mich und meine Führungskompetenz prägte .....	64
Einfluss von Führung und Management auf das Resultat .....	73
Kulturwandel und Implementierung des Lean-Gedankens.....	73

Typisches IT-Projekt mit Zielkonflikten und „Sprachbarrieren“ .....	79
Anlagenbau: Projekt-Abbruch des Kunden verhindern .....	82
Orientierungslose Organisation ohne fachliche Führung .....	84
Graben-Kämpfe zwischen Business-Unit und Operation .....	87
Die Chefs haben keine Zeit zum Führen.....	90
Täglicher „Kampf“ einer Massenproduktion für genügend Output .....	92
Erfolgsfaktor „Vertrauen“ .....	96
Erfolgsfaktor „Führungs-Grundsätze“ .....	98
Erfolgsfaktor „Fachliche Führung“ .....	100
Kultureller Einfluss auf Führung und Management .....	101
Resümee .....	102
<b>Ertragskraft und Liquidität verbessern .....</b>	<b>105</b>
Abstrakt .....	105
Beispiel 1: Wir haben zu hohe Materialkosten! .....	106
Beispiel 2: Controlling liefert falsche Berichte .....	113
Beispiel 3: Controlling zeigt Verluste.....	118
Beispiel 4: Percentage-of-Completion ist falsch berechnet.....	122
Beispiel 5: Percentage-of-Completion schwankt.....	128
Beispiel 6: Es gibt Probleme in der Buchhaltung .....	133
End-Fazit / Empfehlung.....	138
<b>Technischer Einkauf .....</b>	<b>143</b>
Abstrakt .....	143
Einleitung .....	143
Warum der Einkauf so oft „unter Druck“ und in der Kritik ist .....	144
Meilensteinverfolgung bringt Transparenz .....	148
Bereichsübergreifende Zusammenarbeit .....	152
Entwicklungswettbewerbe mit Lieferanten .....	153
Gruppeneinkauf: dezentral, zentral oder Netzwerk? .....	157
Einkaufsnetzwerk mit Lead Buyern .....	159

Einschub: Agiler Einkauf und agiles Projektmanagement .....	161
Lieferantenbasis als strategischer Wettbewerbsvorteil.....	164
Einkaufs-Ausrichtung und Unternehmensstrategie .....	166
Anforderungen an technische Einkäufer.....	170
Fazit, Benchmark technischer Einkauf .....	171
<b>Trendsurfen mit KPIs .....</b>	<b>177</b>
Einleitung .....	177
Trendsurfen .....	181
Führungskräfte sind häufig Fehlbesetzungen.....	184
Emotionale Intelligenz im Business .....	191
Die Sendung mit der Maus .....	195
Alternative, nachhaltigere Erfolgskonzepte .....	201
Beispiel: Beteiligung am EBITDA .....	207
Beurteilungs-Lohnsystem für gewerblich Beschäftigte .....	208
Vorgesetzten-Beurteilung .....	210
Resümee .....	214
Angst und Vertrauen.....	215
<b>Die Rolle des CIO bei der Digitalisierung im Maschinenbau.....</b>	<b>219</b>
Abstract.....	219
Die Reise der Digitalisierung begann bereits im 17. Jahrhundert....	220
Der CIO als Chamäleon.....	224
Warum Unternehmen keine Unternehmensstrategie brauchen .....	232
Worauf kommt es bei einer erfolgreichen Umsetzung an? .....	238
Resümee .....	246
<b>Innovationskraft aufbauen im Maschinenbau.....</b>	<b>249</b>
Abstract.....	250
Herausforderungen im Maschinen-und Anlagenbau .....	250
Innovationskraft aufbauen .....	252
Führung, Verantwortung und Kommunikation .....	254

Organisation .....	257
Konzeptbausteine für die Umsetzung .....	261
Beispiele für erfolgreiche Innovationen .....	262
Resümee .....	265
<b>Lean Management in der Produktion .....</b>	<b>267</b>
Einleitung .....	267
Lean Management-Methoden .....	268
Vorgehen bei der Einführung von Lean Management .....	268
Praxis-Beispiel .....	269
Fazit .....	275
<b>Die Herausgeber .....</b>	<b>277</b>
<b>Autorenverzeichnis .....</b>	<b>279</b>
Dr. Harald Schönfeld .....	281
Jürgen Becker .....	283
Eckhart Hilgenstock .....	285
Peter Lüthi .....	287
Hans Rolf Niehues .....	289
Manfred Richter .....	291
Michael Weimar .....	293
Falk Janotta .....	295
Dr. Uwe Seidel .....	297
Dipl.-Ing. Götz Stapelfeldt .....	299
<b>Bücher im DC Verlag .....</b>	<b>301</b>
<b>Über Diplomatic Council .....</b>	<b>307</b>
<b>Über United Interim .....</b>	<b>309</b>
<b>Quellenangaben und Anmerkungen .....</b>	<b>311</b>