

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----------------------------------|---|-----------|
| 1 | Die Prozessindustrie | 1 |
| <i>Dr. Stephanie A. Lockemann</i> | | |
| 1.1 | Definition und Bedeutung der Prozessindustrie für die Wirtschaft | 1 |
| 1.2 | Die Branchen der Prozessindustrie | 2 |
| 1.2.1 | Die chemische Industrie | 2 |
| 1.2.1.1 | Der globale Chemiemarkt | 3 |
| 1.2.1.2 | Der deutsche Chemiemarkt | 4 |
| 1.2.2 | Die pharmazeutische Industrie | 9 |
| 1.2.2.1 | Der globale Pharmamarkt | 10 |
| 1.2.2.2 | Der deutsche Pharmamarkt | 12 |
| 1.3 | Das Marktumfeld der Unternehmen der Prozessindustrie | 18 |
| 1.3.1 | Die chemische Industrie | 18 |
| 1.3.1.1 | Das politisch-juristische Umfeld | 18 |
| 1.3.1.2 | Das ökonomische Umfeld | 20 |
| 1.3.1.3 | Das soziodemografische Umfeld | 21 |
| 1.3.1.4 | Das technologische Umfeld | 21 |
| 1.3.2 | Die pharmazeutische Industrie | 22 |
| 1.3.2.1 | Das politisch-juristische Umfeld | 22 |
| 1.3.2.2 | Das ökonomische Umfeld | 24 |
| 1.3.2.3 | Das soziodemografische Umfeld | 24 |
| 1.3.2.4 | Das technologische Umfeld | 26 |

| | | |
|--------------------------------|---|-----------|
| 1.4 | Die auf die Prozessindustrie einwirkenden Marktkräfte | 28 |
| 1.4.1 | Die chemische Industrie | 28 |
| 1.4.1.1 | Die Produkte | 28 |
| 1.4.1.2 | Die neuen Wettbewerber | 30 |
| 1.4.1.3 | Die bestehenden Wettbewerber | 30 |
| 1.4.1.4 | Die Lieferanten | 32 |
| 1.4.1.5 | Die Kunden | 33 |
| 1.4.2 | Die pharmazeutische Industrie | 34 |
| 1.4.2.1 | Die Produkte | 34 |
| 1.4.2.2 | Die neuen Wettbewerber | 36 |
| 1.4.2.3 | Die bestehenden Wettbewerber | 37 |
| 1.4.2.4 | Die Lieferanten | 39 |
| 1.4.2.5 | Die Kunden | 40 |
| 1.5 | Die Haupt- und Kernprozesse der Unternehmen der Prozessindustrie | 42 |
| 1.6 | Bibliografische Angaben | 46 |
| 2 | Business Process Management | 47 |
| <i>Dr. Markus A. Lindemann</i> | | |
| 2.1 | Evolution des Business Process Management | 47 |
| 2.2 | Vom Generellen zum Speziellen | 48 |
| 2.2.1 | Branchenthemen und -trends erzeugen Veränderungsdruck | 49 |
| 2.2.2 | Handlungsdruck entlädt sich in Geschäftsprozessen | 52 |
| 2.2.3 | Notwendigkeit einer ganzheitlichen Prozesssicht | 53 |
| 2.2.4 | Methodischer Unterbau zum Heben von Prozesspotenzialen | 55 |
| 2.2.5 | Vorgefertigte Inhalte als Projektbeschleuniger | 57 |
| 2.3 | Bibliografische Angaben | 65 |

| | | |
|-------------------------|--|-----------|
| 3 | Die Abbildung der Geschäftsabläufe in der Prozessindustrie an ausgewählten Beispielen | 67 |
| 3.1 | Forschen und Entwickeln in der chemischen Industrie | 68 |
| <i>Dr. Ornulf Rexin</i> | | |
| 3.1.1 | Einordnung des Hauptprozesses Forschen & Entwickeln in die Wertschöpfungskette des chemischen Unternehmens | 68 |
| 3.1.2 | Ideen & Anforderungen | 70 |
| 3.1.2.1 | Prozessüberblick und Charakteristika | 70 |
| 3.1.2.2 | Chancen und Optimierungspotenziale | 73 |
| 3.1.2.3 | Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 74 |
| 3.1.3 | Laborversuche | 75 |
| 3.1.3.1 | Prozessüberblick und Charakteristika | 75 |
| 3.1.3.2 | Chancen und Optimierungspotenziale | 79 |
| 3.1.3.3 | Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 79 |
| 3.1.4 | Pilotversuche & Produktionsübernahme | 80 |
| 3.1.4.1 | Prozessüberblick und Charakteristika | 80 |
| 3.1.4.2 | Chancen und Optimierungspotenziale | 83 |
| 3.1.4.3 | Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 84 |
| 3.1.5 | Anwendungstechnik | 84 |
| 3.1.5.1 | Prozessüberblick und Charakteristika | 84 |
| 3.1.5.2 | Chancen und Optimierungspotenziale | 87 |
| 3.1.5.3 | Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 87 |
| 3.1.6 | Projektmanagement | 88 |
| 3.1.6.1 | Prozessüberblick und Charakteristika | 88 |
| 3.1.6.2 | Chancen und Optimierungspotenziale | 91 |
| 3.1.6.3 | Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 92 |
| 3.1.7 | Portfoliomanagement | 93 |
| 3.1.7.1 | Prozessüberblick und Charakteristika | 93 |
| 3.1.7.2 | Chancen und Optimierungspotenziale | 96 |
| 3.1.7.3 | Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 96 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2 Planungsprozesse als Grundlage der Steuerung von Unternehmen | 98 |
| <i>Carola Feind-Just · Tobias Lange · Klaus Schölzel</i> | |
| 3.2.1 Einordnung des Hauptprozesses Planen in die Wertschöpfungskette von Unternehmen in der Prozessindustrie | 98 |
| 3.2.2 Budgetplanung | 99 |
| 3.2.2.1 Prozessüberblick und Charakteristika | 99 |
| 3.2.2.2 Chancen und Optimierungspotenziale | 106 |
| 3.2.2.3 Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 108 |
| 3.2.3 Sales and Operations Planning | 110 |
| 3.2.3.1 Prozessüberblick und Charakteristika | 110 |
| 3.2.3.2 Chancen und Optimierungspotenziale | 112 |
| 3.2.3.3 Überblick S&OP-Prozessablauf | 113 |
| 3.2.3.4 Detaillierte Prozessdarstellung | 114 |
| 3.2.3.5 Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 126 |
| 3.2.3.6 Weiterführende Literaturhinweise | 129 |
| 3.2.4 Absatzplanung | 129 |
| 3.2.4.1 Prozessüberblick und Charakteristika | 129 |
| 3.2.4.2 Chancen und Optimierungspotenziale | 133 |
| 3.2.4.3 Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 137 |
| 3.2.5 Supply-Planung | 139 |
| 3.2.5.1 Prozessüberblick und Charakteristika | 139 |
| 3.2.5.2 Chancen und Optimierungspotenziale | 140 |
| 3.2.5.3 Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 144 |
| 3.2.6 Produktionsplanung | 145 |
| 3.2.6.1 Prozessüberblick und Charakteristika | 145 |
| 3.2.6.2 Chancen und Optimierungspotenziale | 147 |
| 3.2.6.3 Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 148 |

3.3 Verkaufen und Vermarkten in der pharmazeutischen Industrie 150*Markus Pfannschilling-Zerbe · Jürgen Schroth*

| | |
|---|------------|
| 3.3.1 Einordnung des Hauptprozesses Verkaufen und Vermarkten in die Wertschöpfungskette des pharmazeutischen Unternehmens | 150 |
| 3.3.2 Marketing- und Kampagnenmanagement | 151 |
| 3.3.2.1 Prozessüberblick und Charakteristika | 151 |
| 3.3.2.2 Chancen und Optimierungspotenziale | 156 |
| 3.3.2.3 Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 156 |
| 3.3.3 Vertriebssteuerung | 157 |
| 3.3.3.1 Prozessüberblick und Charakteristika | 157 |
| 3.3.3.2 Chancen und Optimierungspotenziale | 162 |
| 3.3.3.3 Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 162 |
| 3.3.4 Indirekter Vertrieb in der pharmazeutischen Industrie ... | 163 |
| 3.3.4.1 Prozessüberblick und Charakteristika | 163 |
| 3.3.4.2 Chancen und Optimierungspotenziale | 165 |
| 3.3.4.3 Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 166 |
| 3.3.4.4 Detaillierte Prozessdarstellung | 166 |
| 3.3.5 Direkter Vertrieb in der pharmazeutischen Industrie | 170 |
| 3.3.5.1 Prozessüberblick und Charakteristika | 170 |
| 3.3.5.2 Chancen und Optimierungspotenziale | 173 |
| 3.3.5.3 Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 173 |
| 3.3.6 Kundenbetreuung & -service | 174 |
| 3.3.6.1 Prozessüberblick und Charakteristika | 174 |
| 3.3.6.2 Chancen und Optimierungspotenziale | 175 |
| 3.3.6.3 Erfolgsfaktoren und Messgrößen | 176 |
| 3.4 Bibliografische Angaben | 176 |

4 Zusammenfassung 179*Dr. Stephanie A. Lockemann***Index 181**