

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

Carola Feind-Just · Tobias Lange · Klaus Schölzel

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