

Register

3M 129, 206

5-S-Handlungsrahmen 115
80:20-Gesetz 150f.

a

Abhängigkeit 69

Administrator 23, 25f.

Aktivitäten 220

Aktivitäten- und Kostenaufstellung 210

Aktivitäten, indirekte 220

Alexander der Große 196f., 199

Allergien 131f.

Apollo 93-96

Apple 129

Arbeitsmuster 95f.

Archetypen 87, 237, 246

Architektur 119

Artemis 97

Athene 93-96

Ausrichtung 275

Außenlogistik 261

Autonomiekrise 101

b

Balanced Scorecard 31

Baldridge, Malcolm 163

Baldridge-Kriterien 165

BCG-Matrix 35, 37, 159

Benchmarking, Typen von 43

Benchmarking-Schritte 43f.

Benchmarking-Vergleiche 46

Beschaffung (nach Porter) 262

Beschaffungsmanagement 146f.

Beschaffungsstrategie 143, 147

Beteiligung, berechnende 66

Beteiligung, entfremdete 66

Beteiligung, moralische 66

Betrieb 261

BETTI – Benchmarking-Modell 45

Beurteilung 41

Beziehungsmanagement 149, 151f., 206

Bindungspotfolio 174

Boston Consulting Group – BCG 35

Branchen-Wachstumsrate 100

Bürokratiekrise 102

c

Canon 129

Cash Cows (Geldlieferanten) 35f.

Chancen und Risiken 225, 241-244

Change-Management 212, 253

Chaos 57, 61, 140

Chaostheorie 62f.

Ciba Geigy 80

Compliance 65-68, 90

Customer Relationship Management – CRM
152

d

Delegieren 41, 99, 101, 109, 199

Deming-Zyklus 50

Dezentralisierung 101f., 183, 185ff., 210, 215f.

Differenzierung 271

Dionysos 93-96

Disziplin 82

Diversifizierung 27f.

–, horizontale 27

–, kombinierte 27

–, konzentrische 27, 29

Dogs (Sorgenkinder) 35f.

Dringlichkeit 81f., 225, 252

Drucker, Peter 245

Dynamik, konfuzianische 105, 107

e

Economic Earnings 257

Economic Profit 84

EDV-Ausgaben 203

Effektivität 24, 58, 69, 71, 83, 109, 131, 135ff.,

164, 171, 209, 213

Eigendynamik 252

Eigenproduktion 29, 208, 266

Einsatzeffektivität 83

Eisenhower-Matrix 81

Empathie 198f.

Engagement 56, 66, 68, 85, 90f., 139, 225,

230, 252f., 259, 278

Entwicklungsstadium (des Unternehmens)

23

Erfahrung und Talent, Kombination aus 17

Erfolg 225f.

- Ergebnisse
 – Finanzergebnisse, zentrale 79
 – Gesellschaftsergebnisse 79
 – Kundenergebnisse 79
 – Mitarbeiterergebnisse 79
 European Foundation for Quality Management – EFQM 77
 European Quality Award 275
 EVA im Management 84
 EVA-Ansatz 83
 EVA-Center 84
- f**
 Fähigkeiten 225f.
 –, unverwechselbare 120
 Fayol, Henri 189
 FedEx 205
 Feedback 17, 58, 79, 155, 235, 275f.
 Festlegung 122
 Finanzleistung 83, 85
 Finanzperspektive 31
 Flexibilität vs Stabilität 135f.
 Ford, Henry 151
 Four Ps 169ff.
 Führung 140, 163
 – Führungskrise 101
 – Führungskräfte 77f.
 – Führungsteam 23
 Fundament, Schaffung eines 209
 Fünf Cs (des individuellen Veränderungsprozesses) 195, 198
 Fünf S 116
 Funktionen, zentrale, und Dienste 213f.
- g**
 Gefährdung 131ff.
 Gefangenendilemma 120ff.
 Geist 225f.
 Gemeinkostenfaktoren 209f.
 Generalmanager 275
 Geschäftsattractivität 159ff.
 Geschäftschancen 160, 162
 Gestalter 39, 41, 275
 Gestaltung, soziotechnische 229, 231
 Gestaltungsparameter 186f.
 Goldman Sachs 195, 199
 Gottheiten, griechische 93-97
 Greiner, Larry 103
 Grundkonzepte (EFQM) 77
 Grundrente-Konzept 120
- h**
 Hamel, G. 125f., 128
 Handy, Charles 93
- Hasenfußspiel 121f.
 Hebel- und Strategiesegmente 147
 Hebelprodukte 143, 145ff.
 Hephaistos 97
 Herausforderung 131f., 140, 245
 Hermes 97
 Hertz 205
 Hofstede, Geert 105
 Honda 129, 172, 180, 206
 Hybridsatz 187, 205
- i**
 Individualismus vs Kollektivismus 107
 Industrietourismus 45
 Informationen und Analyse 165
 Infrastruktur (des Unternehmens) 58f., 93, 212, 225, 261f., 276
 Innenlogistik 261
 INSEAD 11, 195
 Integration, vertikale 27
 Integrator 23, 25
 Intel 206
- j**
 Just-in-time-Produktion – JIT 109
- k**
 Kaizen (fünf Grundelemente) 75, 115
 Kanban 110, 112
 Kauf (eines Unternehmens) 29, 208
 Kay, John 119
 Kennzahlen, wertorientierte 255f.
 Kerneigenschaft 131ff.
 Kernkompetenzen 125, 237
 Kernwerte 136, 163, 233f.
 Kets de Vries, Manfred 11, 193, 195-199
 Kohärenz 275f.
 Kompetenzansatz 128, 153f., 157
 Komplexität 11, 45, 87, 100f., 109, 248
 Komplexitätstheorie 63, 237
 Kongruenz, integrierte 275
 Kontrollkrise 102
 Konzentrationsstrategie 272, 274
 Konzernentwicklung 214
 Koordination 59, 96, 99f., 102, 112, 117, 120, 135, 147, 177, 183, 185, 188, 203, 225, 251, 276
 Koordinationsmechanismen 102f., 136, 183, 185ff., 193
 Koordinator 39f., 42
 Kostenführerschaft 205f., 271ff.
 Kostenobjekte 220f.
 Kostensenkung (Möglichkeiten der) 146, 210, 258

Kotter, John 139
Kreativität 15, 100, 233
Krisensituationen, maximale 278
Kunden- und Marktorientierung 164
Kundendienst 262, 271
Kundenmarketing 149, 206
Kundenpartnerschaft 205f.
Kundenperspektive 31f.
Kundentreue 164, 187

l

Lagerbestände 109f., 146
Leben, Dreieck des mentalen 197f.
Lebenszyklus (von Unternehmen) 24, 26, 49, 96
Leistungsfelder (Ergebnisse) 77ff.
Leistungsindikatoren 45, 79
Leistungsmessung, integrale 31
Lern- und Entwicklungsperspektive 33
Lernfähigkeit (des Unternehmens) 31, 154, 156, 206
Lernkompetenz 153, 155ff.
Lieferanten 27, 105, 111f., 119, 144ff., 159, 185, 247, 261f., 265ff., 269, 271
Lieferketten-Transparenz 112

m

Macher 23, 25f., 40
Macht 65-68, 93, 186f., 199, 267
– Belohnungsmacht 68
– Bestrafungsmacht 68
– Expertenmacht 68
– Identifikationsmacht 68
– Legitimationsmacht 68
–, normative 66
–, utilitaristische 65, 67
–, Zwangsmacht 65
– Machtausübung 65ff.
– Machtdistanz 105, 107
– Machtverteilung 107, 186
Management 140
–, faktenbezogenes 165
–, Rollenmischung im 24
–, strategisches 149
– Managementmodell (Definition) 9
– Managementrolle 23, 188
– Managementstil 23, 26, 93, 103, 156, 197f.
– Managementtheorie 135
– Managementzyklus 50
 (siehe auch Deming-Zyklus)
Managermotivation 84
Manager-Tätigkeiten 189f.
Männlichkeit vs Weiblichkeit 107
Marketingmix 169

Marketingstrategie 30, 149, 152, 169f.
Marktsegment 151, 159, 272
Marktanteile, relative 37
Marktattraktivität 150ff.
Marktdurchdringung 27, 161
Marktentwicklung 27f., 145
Maslow, Abraham 173
Maslow-Pyramide 173f.
Messgrößen, nichtfinanzielle 33
Mindset 84f.
Mintzberg, Henry 183
Mitarbeiter 33, 78, 96
Modell des neurotischen Unternehmens 197
Modell des zweckgerichteten Wandels 275
Modelle, mentale 88f., 91
Motivationsmix 174
muda 115f.
Muttergesellschaft 213-217

n

Narzissmus 196, 199
National Institute of Standards and Technology – NIST 163, 165, 167
Nationalkulturen 105, 107
Nike 206
Nokia 195, 275, 278
Notwendigkeit 225ff.
Nutenstrategie 205
Nutzenkategorie 205, 207

o

Offman, Daniel 131
Optionsplanung 248
Organisation
–, professionelle 187
–, unternehmerische 187
–, normative 67
–, utilitaristische 67
– Zwangsorganisationen 57
Organisationstypologie 65
Output-Input-Indikatoren 47

p

Paradoxien des Parenting Advantage 214
Parsons Modell 136
Partnerschaften und Ressourcen 79
Personalmanagement 164f., 212, 261f.
Persönlichkeitsentwicklung 87ff., 91
Phase, evolutionäre 100
–, revolutionäre 100
Philips 80, 179, 206
Planung, strategische 163f., 179, 235, 241
Planungs- und Steuerungszyklus 80
Politik und Strategie 77f.

- Porter, Michael 271
 Porters 5-Kräfte-Modell 159
 Prahalad, C. K. 125f., 128
 Primärprozess 53, 111, 207, 209, 235
 Prioritäten 35, 49, 81f., 127, 146, 162, 173, 178, 210f., 259
 Produkt/Markt-Chancen 30
 Produkt/Markt-Kombination 159ff.
 Produkt/Markt-Umfang 28f.
 Produkte, strategische 143, 145, 147
 Produktentwicklung 27, 33, 59, 96, 101, 146
 Produktführerschaft 205f.
 Produktkomplexität 45
 Produktportfolio 35, 37
 Profilansatz 153f.
 Prognosen 245
 Projektgrundlagen 49
 Projekthierarchie 49
 Prozesskostenmanagement 221
 Prozesskostenrechnung 32, 210, 212
 Prozessmanagement 57, 59, 163ff.
 Prozessperspektive, interne 33
- q**
 Question Marks 35f.
- r**
 Reengineering 53
 Reihenfolge (bei Umsetzung von JIT) 111
 Renault 80
 Ressourcen 66, 77, 79, 83, 88, 95, 100, 102, 129, 177, 210, 215f., 220f., 223, 227, 235, 252, 258, 276, 278
 Ressourcenerkunder 39f.
 Ressourcenmanagement 83
 Risikograd 223
 Rückkopplung 87
- s**
 Schlüssigkeit 275f.
 Schöpfer/Erfinder 39
 Selbstbeurteilung 41, 80, 165, 167
 Selbstbewusstheit 198f.
 Selbstorganisation 61ff.
 Senge, Peter M. 87, 90f.
 Shareholder-Value 255
 Shell 245
 Simons, Robert 233
 Single Minute Exchange of Dye – SMED 110
 Softwareentwicklung 57f.
 Sollac 275
 Sony 129
 Southwest Airlines 205
 Spannung, kreative 88
- Spezialist 39ff., 157, 180, 213, 262
 Spieltheorie 120, 123, 237
 ST Microelectronics 275, 278
 Stand-alone-Einfluss 213ff.
 Standardsoftware-Prozess 57f.
 Standardspiel 121f.
 Stärken und Schwächen 42f., 199, 241f., 244
 Stars 35f.
 Steuerung 37, 58, 80, 99ff., 110, 115f., 201, 203, 206, 210, 233, 235f., 251
 Steuerungshebel 233
 Strategieschulen 237
 – Grenzschule 237f.
 – Konfigurationsschule 237f.
 – Schule dynamischer Fähigkeiten 237f.
 Strategietheorie 237, 239
 Streitvektor 180f.
 Struktur 225f.
 Synergieeffekt 28, 159
 Systemdenken 87, 89ff.
 Systeme 225f.
 – Glaubenssysteme 234f.
 – Grenzsysteme 235
 – Steuerungssysteme, diagnostische 235
 – Steuerungssysteme, interaktive 235f.
 Szenarienerstellung 246
 Szenarioplanung 91, 216, 244ff., 248f.
- t**
 Tätigkeitsbereich 44, 73
 Teamarbeiter 39f., 42
 Teamlernen 87, 89ff.
 Teammitglieder, Beurteilung von 42
 Teamrolle 39, 71
 Technologieentwicklung 262
 Toyota 112, 205
- u**
 Überwacher/Bewerter 39-42, 189
 Umsetzer 39ff.
 Unsicherheiten-Vermeidung 107
 Unternehmen
 –, lernende 87, 91, 153, 157
 – Unternehmensalter 99f.
 – Unternehmensausrichtung, interne vs externe 135f.
 – Unternehmensbeschreibungen 57f.
 – Unternehmensdimensionen (sieben) 177ff.
 – Unternehmenseffektivität 135ff.
 – Unternehmensergebnisse 163ff.
 – Unternehmensfelder (Hebel) 77ff.
 – Unternehmensgröße 96, 100
 – Unternehmenskonfigurationen 183, 237
 – Unternehmenskulturen 56, 85, 95ff., 117,

- 140, 149, 152, 177, 252f.
– Unternehmensmanagement 9, 44, 59, 80
– Unternehmensstrategie 31, 214, 233, 237, 276f.
– Unternehmenswandel 63, 251, 275
Unternehmer 23
- v**
Veränderung, »kalte« 251ff.
Veränderung, »warme« 251ff.
Veränderungsnotwendigkeit 252
Veränderungstempo 96
Verantwortlichkeit 101, 252f., 258f.
Verbesserungsinitiativen 73
Verbindungseinfluss 213f.
Verbrauchermotivation 173
Verkäuferansehen 121
Vier Jahreszeiten (Hotelkette) 206
Vision 225f.
– , gemeinsame 89ff.
– , strategische 248
Vollender 39, 41
Volvo 127
Vorstandsvorsitzender (seine Persönlichkeit) 197
- w**
Wachhundmentalität 102
- Wachstumsstrategien 27
Wachstumsvektor 27f.
Wahrnehmungskrise 245
Wal-Mart 205
Wertbewusstsein 258
Wertschöpfung 33, 53, 112, 159, 215, 217, 219, 221, 234, 258, 261-264, 274
Wertsteigerung 85, 205, 255
Werttreiber 207, 256-259
Wertvernichter 213, 258
Wettbewerb
– Wettbewerbsbedrohung 251, 267, 287f.
– Wettbewerbsfähigkeit 29, 77, 123, 129, 265
– Wettbewerbskräfte 241, 243, 262, 265, 269, 271, 274
– Wettbewerbsstrategie 271, 273f.
– Wettbewerbsvorteil 28f., 119ff., 125, 129, 153, 261f.
Wichtigkeit 81f.
Widerstand (gegen Wandel) 252
Wissen 153, 155, 157
Wissensarten 155f.
Wissensmanagement 153, 156f.
- z**
Zeitmanagement 70, 81f., 199
Zeus 93, 95f.
Zukunftsmärkte 126

