

# Inhalt

## Teil I Die Herausforderung

<b>1 Managementqualität und strategische Positionierung</b> . . . . .	3
1.1 Die Herausforderung . . . . .	3
1.2 Managementqualität . . . . .	7
1.3 Der Effekt von Managementqualität . . . . .	13
1.4 Strategie und erfolgreiche Positionierung . . . . .	16
1.5 Was das Management tun kann . . . . .	19
1.6 Der Aufbau des Buches . . . . .	21

## Teil II Managementqualität, Innovation und Dienstleistungen

<b>2 Rational: Innovation und revolutionäre Produkte</b> . . . . .	27
2.1 Die Rational-Methode . . . . .	27
2.1.1 Jeder kann kochen. . . . .	27
2.1.2 Der Erfolg bis heute . . . . .	29
2.2 Die Strategie . . . . .	31
2.2.1 Die Kernkompetenzen kennen . . . . .	31
2.2.2 Den Kunden erreichen . . . . .	32
2.2.3 Das Produkt aufbauen. . . . .	33
2.3 Führungsstärke . . . . .	35
2.4 Partner und Dienstleistungen . . . . .	38
2.5 Ausblick in die Zukunft . . . . .	38
<b>3 Imaje: Durch Innovation von Produkten zu Dienstleistungen</b> . . . . .	41
3.1 Umwandlung durch kundenorientierte Dienstleistungen . . . . .	41
3.1.1 Der Geschäftsbereich Kennzeichnungslösungen . . . . .	41
3.1.2 Strategische Neuorientierung . . . . .	42
3.2 Porträt von Imaje . . . . .	46
3.3 Die Entwicklung des Unternehmens seit 2002. . . . .	48
3.4 2007 und danach. . . . .	51

<b>4</b>	<b>BuS: „Wir machen, was sonst niemand macht“</b> .....	53
4.1	Einführung .....	53
4.2	Das Geschäft von BuS .....	54
4.2.1	Der Zielmarkt .....	54
4.2.2	Erfolge .....	56
4.3	Die Geschäftsstrategie .....	57
4.4	Produktionsherausforderungen. ....	59
4.5	Einzigartigkeit als Schlüssel zum Erfolg .....	61
<b>Teil III Networked Strategy</b>		
<b>5</b>	<b>VARTA Microbattery: Am richtigen Ort produzieren</b> .....	65
5.1	Einführung .....	65
5.2	Hintergrund. ....	67
5.3	Neues Denken. ....	69
5.4	Charisma, Kulturwechsel und Teambuilding .....	69
5.5	„Innovationen auf jedem Gebiet und jeden Tag“ .....	71
5.6	Innovation durch Off- und Inshoring .....	73
5.7	Und die Zukunft? .....	76
<b>6</b>	<b>Hewlett Packard Herrenberg: Partnerschaftslösungen</b> .....	77
6.1	Einführung .....	77
6.2	Das Velocity Factory Konzept .....	79
6.3	Ausblick in die Zukunft: Das Solution Factory Konzept .....	81
6.4	HP Partner Park: Ein Geschäftsnetzwerk-Konzept .....	83
6.4.1	Warum weitere Änderungen? .....	83
6.4.2	Die Idee des Partner Parks .....	84
6.4.3	Ergebnisse und Vorteile des Partner Parks .....	85
6.5	Konsequenzen für das Management. ....	87
<b>7</b>	<b>Fujitsu Siemens Computers: Die Beherrschung von Outsourcing und Lieferkette</b> .....	89
7.1	Einführung .....	89
7.2	Wie machen sie das? Indem sie niemals stillstehen. ....	91
7.2.1	Die Strategie .....	92
7.2.2	Kundenorientierung .....	92
7.2.3	Outsourcing und Partnerschaften .....	94
7.2.4	Eiserne Kosten- und Prozessdisziplin. ....	95
7.2.5	Mitarbeitermobilisierung .....	98
7.3	Noch besser werden? .....	99
7.3.1	Neue Segmente und Märkte .....	100
7.3.2	Niemals stehen bleiben auf dem Weg zum Erfolg .....	100

<b>8</b>	<b>RDME: Reimport von Arbeitsplätzen aus Brasilien</b>	103
8.1	Die Geschichte einer Kehrtwende	103
8.1.1	Produkt und Produktionsverfahren	104
8.1.2	Frühe Veränderungen	104
8.2	Die Entwicklung nach 2002 – Wachstum und mehr Arbeitsplätze	109
8.2.1	Verbesserungen bei den Arbeitsabläufen	119
8.2.2	Personalpolitik	110
8.2.3	Externe und Kundenbeziehungen	112
8.2.4	Ausweitung der Aktivitäten	113
8.3	Die Lehren	115
<b>Teil IV Was lernen wir daraus? Konsequenzen der Beispiele für das Management von Industrieunternehmen</b>		
<b>9</b>	<b>Offshoring und Arbeitsplätze: Zyme, Dyson und einige allgemeine Lehren</b>	119
9.1	Zyme Solutions	119
9.1.1	Das Kunden-Problem	120
9.1.2	Das „Vorverarbeitungssystem“	121
9.1.3	Der „nachgeschaltete Server“: Das ausgelagerte Verarbeitungszentrum in Bangalore	124
9.1.4	Das Zyme-Verarbeitungszentrum in Bangalore	125
9.1.5	Die Auswirkungen auf die Kundenunternehmen	126
9.1.6	Die nächsten Schritte	128
9.2	James Dyson und der Stein der Weisen	128
9.3	Die Debatte: „Vernichtet Offshoring Arbeitsplätze?“	130
9.3.1	Die Beweislage	130
9.3.2	Konsequenzen für Unternehmen und Entscheidungsträger	136
<b>10</b>	<b>Verantwortung für Wettbewerbsfähigkeit, Zusammenarbeit für Arbeitsplätze</b>	141
10.1	Die Verantwortung der Führungskräfte	142
10.1.1	Verantwortung für Wettbewerbsfähigkeit und der Markt für Führungskräfte	142
10.1.2	Der Firmenbeitrag für die Gesellschaft: Überschüsse	144
10.2	Die Beiträge von Politik und Gewerkschaften	146
10.2.1	Die Verantwortung der Regierung für Produkt- und Arbeitsmarkt	147
10.2.2	Die Verantwortung der Politik für Firmengründungen	149

10.2.3	Die Verantwortung der Politik für das Bildungssystem. ....	151
10.2.4	Die Verantwortung der Gewerkschaften. ....	153
10.3	Der verfehlt Dialog und die öffentliche Debatte ....	155
10.4	Eine bessere öffentliche Debatte ....	158
<b>Literatur</b>	.....	163
<b>Die Autoren</b>	.....	167
<b>Sachverzeichnis</b>	.....	169



<http://www.springer.com/978-3-540-85185-1>

Managementqualität und Wettbewerbsfähigkeit  
Was Manager vom Industrial Excellence Award lernen  
können

Loch, C.H.; Chick, S.; Huchzermeier, A.

2009, XII, 172 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-85185-1