

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung: Ist Individualität standardisierbar?	1
2 Die wettbewerbsstrategische Ausrichtung als kundenindividueller Massenproduzent	9
2.1 Ursprünge der kundenindividuellen Massenproduktion	9
2.2 Zielsetzung und Inhalte	14
2.3 Marktseitige und technologische Voraussetzungen	23
2.4 Strategische Verankerung im Unternehmen	29
3 Das Anwendungsfeld „mechatronische Produkte“	35
3.1 Kennzeichen mechatronischer Produkte	36
3.2 Bedeutungswandel der beteiligten Disziplinen	40
3.3 Vergleich der Entwicklungsprozesse	44
3.4 Umsetzungsstatus des Umgangs mit Varianz	56
3.5 Schlussfolgerungen	63
4 Entwicklung kundenindividueller Massenprodukte	67
4.1 Strategische Planung der Varianz für kundenindividuelle Lösungen	68
4.2 Festlegung der Grenze zwischen Standardisierung und Individualisierung	75
4.3 Festlegung des Individualisierungszeitpunkts	89
4.4 Entwicklungsmethodik	97
4.4.1 Partitionierung der funktionalen Produktarchitektur	101
4.4.2 Vernetzung der disziplin-gebundenen Wirkprinzipien	109

4.4.3	Gestaltung der physischen Produktarchitektur	115
4.4.4	Ausarbeitung und Überprüfung der disziplinübergreifenden Wechselwirkungen	134
4.4.5	Dokumentation des kundenindividuellen Baukastens	140
4.5	Auftragsbezogene Anwendung des kundenindividuellen Baukastens	149
4.5.1	Erfassung von Individualisierungsinformationen	150
4.5.2	Verursachungsgerechte Angebotskalkulation	163
4.5.3	Auftragsgebundene Ableitung aus dem kundenindividuellen Baukasten	167
4.6	Ausgewählte Produkttechnologien für den kundenindividuellen Baukasten	170
4.7	Zielkostenmanagement	179
5	Vorbereitung der Herstellung kundenindividueller Massenprodukte	185
5.1	Systematisierung der Lösungsansätze	186
5.2	Festlegung von Vorzugstechnologien	190
5.3	Anwendung gruppentechnologischer Prinzipien und Teilefamilienbildung	196
5.4	Planung und Auswahl flexibler Produktionstechnologien	203
5.5	Flexibilisierung von Maschinen und Anlagen	217
6	Veränderungsmanagement zum kundenindividuellen Massenproduzenten	223
6.1	Systematisierung der kritischen Erfolgsfaktoren im Veränderungsmanagement	223
6.2	Identifizierung des Bedarfs zur strategischen Neuausrichtung	232
6.3	Strukturierung des Veränderungsprozesses	234
6.4	Auftragsvereinbarung	237
6.5	Veränderungsprojektplanung und -verfolgung	242
7	Zusammenfassung	249
8	Literaturverzeichnis	255
9	Sachverzeichnis	277

Kundenindividuelle Massenproduktion
Entwicklung, Vorbereitung der Herstellung,
Veränderungsmanagement

Gräßler, I.

2004, X, 282 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-20554-8