

Inhalt

Teil I Die Herausforderung

1 Managementqualität und strategische Positionierung	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

2 Rational: Innovation und revolutionäre Produkte	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
3 Imaje: Durch Innovation von Produkten zu Dienstleistungen	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

4 BuS: „Wir machen, was sonst niemand macht“	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
 Teil III Networked Strategy	
5 VARTA Microbattery: Am richtigen Ort produzieren	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
 6 Hewlett Packard Herrenberg: Partnerschaftslösungen	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
 7 Fujitsu Siemens Computers: Die Beherrschung von Outsourcing und Lieferkette	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

8 RDME: Reimport von Arbeitsplätzen aus Brasilien	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
 Teil IV Was lernen wir daraus? Konsequenzen der Beispiele für das Management von Industrieunternehmen	
9 Offshoring und Arbeitsplätze: Zyme, Dyson und einige allgemeine Lehren	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
 10 Verantwortung für Wettbewerbsfähigkeit, Zusammenarbeit für Arbeitsplätze	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
Literatur		163
Die Autoren		167
Sachverzeichnis		169

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