

Inhalt

Vorwort	V
Dr. Tom Sommerlatte	
Einführung	
Warum Hochleistungsorganisation und wie weit sind wir davon entfernt? ...	1
Dr. Tom Sommerlatte	
Erstes Kapitel	
Leistungsprozesse und Organisationsstruktur	23
Dr. Tom Sommerlatte und Dr. Eberhard Wedekind	
1.1 Erfolgsfaktoren als Maß für Leistungsprozesse	26
1.2 Aggregierte, differenzierungsfähige Leistungsprozesse	29
1.3 Leistungseinheiten und Schnittstellen	34
1.4 Produktive Strukturen	36
Zweites Kapitel	
Leistungsprozesse und Informationsstrukturen	43
Wolfram Brandes, Dr. Tom Sommerlatte, David Stringer und Dr. Wolfgang Zillesen	
2.1 Leistungsprozesse als Grundstruktur für Informations- und Kommunikationsprozesse	46
2.2 Funktionsbereiche und Führungsebenen	50
2.3 Strategisches Informationsmanagement	52
Anhang zu Kapitel 2	57
Drittes Kapitel	
Schneller werden	61
Dr. Rudolf Pernicky	
3.1 Zeitbilanz ziehen	64

3.2	Das Grundkonzept des Schnellerwerdens	67
3.2.1	Die richtigen Dinge tun	67
3.2.2	Die Dinge richtig tun	69
Viertes Kapitel		
	Projektmanagement richtig gemacht	73
	Gerold Hörrmann und Dr. Claus Tiby	
4.1	Warum strategisches Projektmanagement?	75
4.2	Projektmanagement als wirkungsvoller Ansatz	77
4.2.1	Erfahrungen mit dem Projektmanagement	77
4.2.2	Projektmanagement aufgabenspezifisch anwenden	77
4.3	Lenkungsgremium als Auftraggeber	80
4.4	Projektleiter als Unternehmer	81
4.5	Interdisziplinäre Projektteams	82
4.6	Projekt-Controlling als Basis der Leistungssteuerung	84
4.7	Projektmanagement in Unternehmen mit internationalen F&E- Standorten	85
4.7.1	Probleme des F&E-Managements bei internationalen F&E-Standorten	86
4.7.2	Lösungsansätze für eine integrierte Führung und ein gesamtheitliches Controlling internationaler F&E-Aktivitäten	88
4.7.3	Realisierungsvoraussetzung: Strategisches Projektmanagement ..	90
4.7.4	Internationales Entwicklungs-Controlling	90
Fünftes Kapitel		
	Key-Account-Management – die Hingabe zum Kunden	93
	Dr. Werner A. Knetsch	
5.1	Wie funktioniert Key-Account-Management?	97

5.2	Wie wird Key-Account-Management organisiert?	100
5.3	Worin liegt der Nutzen?	104
Sechstes Kapitel		
	Umweltbewußtsein – nicht als Kostenfaktor, sondern als Zukunftsleistung .	105
	Dr. Frank Annighöfer	
6.1	Umweltschutzkosten durch unternehmerische Initiative in den Griff bekommen	107
6.2	Umweltschutz als Chance begreifen	107
6.3	Leitlinien zum Umweltschutz	108
	6.3.1 Gutes Image nützt	108
	6.3.2 Wirkung nicht nur nach außen	109
	6.3.3 Spezifisch für jedes Unternehmen	109
6.4	Umweltverträglichkeit: Chancen mit verbesserten Produkten und Verfahren	110
6.5	Umwelttechnik: Erschließung neuer Geschäftsfelder	111
6.6	Der unternehmerische Vorteil muß stimmen	114
	6.6.1 Nutzen für die Umwelt verdeutlichen	114
	6.6.2 Den Nutzen an die Kunden kommunizieren	115
	6.6.3 Vorsprung gegenüber den Mitbewerbern	115
Siebtes Kapitel		
	Total Quality Management – das organisierte Bewußtsein	117
	Michael Mollenhauer und Thomas Ring	
7.1	Qualität ist etwas anderes als „gute Qualität“	119
	7.1.1 Das magische Dreieck Qualität, Kosten, Zeit	119
	7.1.2 Ein umfassendes Konzept	119

7.2	Total Quality Management – warum?	
7.2.1	Gründe für Total Quality Management	119
7.2.2	Kunden wollen Qualität	119
7.2.3	Qualität ist ein Wettbewerbsfaktor	120
7.2.4	Qualität ist Bestandteil der Corporate Identity	120
7.2.5	Qualität bringt mehr Gewinn	120
7.3	Total Quality Management als Führungsphilosophie	121
7.3.1	Die tragenden Säulen	121
7.3.2	Kundenorientierung	121
7.3.3	Prozeßorientierung: ADL-Prozesse beherrschen lernen	123
7.3.4	Management-Überzeugung: Vorbild als Erfolgsfaktor	124
7.4	Total Quality Management als Programm	127

Achtes Kapitel

Die neue Führungspersönlichkeit – Leistung durch Integration	129
Dr. Holger Karsten	

8.1	Die Verhaltensdimension von Organisationen	131
8.2	Aufgabenstellung für Führungspersönlichkeiten	131
8.3	Personal Identity als Voraussetzung der Corporate Identity	133
8.4	Anforderungsprofil an die neue Führungspersönlichkeit	134

Neuntes Kapitel

Die Dienstleistungspyramide im Unternehmen	137
Jürgen Fuchs	

9.1	Der Kunde als König	139
9.2	Der Kunde als Quelle der Wertschöpfung	139
9.3	Von der Produkt- zur Dienstleistungskultur	140

9.4 Die Dienstleistungskultur	141
9.5 Führen heißt Dienen.....	141
9.6 Kulturrevolution	142
9.7 Emanzipation durch Netze.....	143
9.8 Qualität aus Leidenschaft.....	144
9.9 Barrieren der Kulturrevolution.....	144
Zehntes Kapitel	
Die Hochleistungsorganisation – von der Umwelt gefördert oder behindert .	149
Gabriele Berger-Boyer und Dr. Manfred Kunze	
10.1 Ansätze zur Erklärung der Organisationsentwicklung.....	151
10.2 Rahmenbedingungen für die Herausbildung von Hochleistungsorganisationen	153
10.2.1 Umweltfaktoren	153
10.2.2 Einwirkungen des Umweltsystems.....	154
10.2.3 Formen der Wechselwirkung zwischen Organisationen und Umwelt	155
10.3 Triebkräfte für die Gestaltung von Organisationen.....	156
10.3.1 Triebkräfte in privatwirtschaftlichen Unternehmen.....	156
10.3.2 Triebkräfte in staatlichen Unternehmen.....	158
10.4 Die Umwelt kann Hochleistungsorganisationen fördern oder behindern .	159
Zu den Autoren	161