

GLIEDERUNG

	Seite
1. EINLEITUNG	9
1.1. Problemstellung und Zielsetzung der Untersuchung	9
1.2. Kurzdarstellung der Wertanalyse nach DIN 69 910 und Definition	13
2. CHARAKTERISTISCHE KENNZEICHEN DER WERTANALYSE UNTER BESONDERER BERÜCKSICHTIGUNG VON CHANCEN UND RISIKEN DER REALISIERUNG VON WERTANALYTISCHEN LÖSUNGEN	21
2.1. Die Wertanalyse als Führungs- und Entscheidungs-Instrument	23
2.2. Die Integration der Wertanalyse in die strategische Planung eines Unternehmens	32
2.3. Die quantifizierte Zielvorgabe	43
2.4. Die Ermittlung des IST-Zustandes	53
2.5. Die funktionsorientierte Analyse	66
2.6. Die interdisziplinäre Zusammensetzung des Wertanalyseteams	81
2.7. Die Nutzung von Kreativitäts- und Innovationspotentialen	86
2.8. Die Ganzheitsbetrachtung der Problemsituation für eine volle Erschließung des Lösungsfeldes	95
2.9. Die Anwendungsneutralität der Wertanalyse	104

3.	ANSATZPUKTE UND MÖGLICHKEITEN ZUR ERHÖHUNG DER REALISIERUNGSCHANCEN WERTANALYTISCHER LÖSUNGEN	110
3.1.	Organisatorische Maßnahmen	110
3.1.1.	SCHAFFUNG EINES WERTANALYSEFREUNDLICHEN KLIMAS IN DER GESCHÄFTSLEITUNG	112
3.1.2.	AUFGABEN DER GESCHÄFTSLEITUNG IM RAHMEN EINES WERTANALYSEPROZESSES	116
3.1.2.1.	Auftragsvergabe und Bestimmung des Wertanalyse- teams	116
3.1.2.2.	Bereitstellung personeller und finanzieller Ressourcen sowie Evaluierung	123
3.1.3.	SCHAFFUNG VON AKZEPTANZ BEI DEN BETROFFENEN IM HINBLICK AUF DIE WERTANALYTISCHEN LÖSUNGEN	130
3.1.3.1.	Information und Motivation	130
3.1.3.1.1	Durchführung einer Managerial Grid Analyse als Voraussetzung für die Gestaltung des Informations- und Motivationsprozeß	130
3.1.3.1.2	Der Informations- und Motivationsprozeß	137
3.1.3.2.	Gewinnung von Mitgliedern des Middle Managements für die Wertanalyse-Teamarbeit	145

	Seite
3.1.4. AUFGABEN DES WERTANALYSETEAMS	147
3.1.4.1. Die Erstellung des Realisierungskonzeptes in der Anfangsphase der Wertanalyse	147
3.1.4.2. Planung und Gestaltung des konstituierenden Sitzung	152
3.1.4.3. Bestimmung der zeitlichen, informationellen und lokalen Aspekte der Wertanalysearbeit	157
3.1.4.4. Protokollführung und Berichtswesen	165
3.1.4.5. Integration definierter Wertanalyse-Ideen in den Entscheidungsprozeß des Unternehmens	170
3.1.4.6. Die Gestaltung der Abschluß- und Review-Phase der Wertanalyse-Untersuchung	178
3.2. Methodische Hilfsmittel	187
3.2.1. METHODEN ZUR OPTIMIERUNG DER INFORMATIONS-BESCHAFFUNG UN DER INFORMATIONSVERARBEITUNG	187
3.2.1.1. Brand Quality Objectives	188
3.2.1.2. Image Monitor (Spider Web)	189
3.2.1.3. User Habits	192
3.2.1.4. Mathematische Modelle	193
3.2.1.5. Komponenten-Funktions Matrix	197
3.2.1.6. Maschinen-Produkt-Matrix	200
3.2.1.7. Checklisten	204
3.2.1.8. Flow Charts und Lay Outs	208

	Seite
3.2.2. VERFAHREN FÜR EIN SACH- UND ZEITGERECHTES PROJEKT-MANAGEMENT	215
3.2.2.1. Ablaufschema der Realisierung	215
3.2.2.2. Netzplantechnik und Critical Path Schedule	220
3.2.2.3. Die Ideenliste	226
3.2.2.4. Wahrscheinlichkeitsanalyse im Hinblick auf die Realisierung einzelner wertanalytischer Ideen	238
3.2.2.5. Das Tutorensystem	242
3.2.3. SPEZIELLE BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE INSTRUMENTE	248
3.2.3.1. Kostenstrukturmodelle	248
3.2.3.2. Die ABC-Analyse	255
3.2.3.3. Konzept idealer Kosten	257
3.2.3.4. Financial Engineering	260
3.2.3.5. Portfolio-Analyse	269
4. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	273
5. VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN	277
6. LITERATURVERZEICHNIS	281