

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
Verzeichnis der Herausgeber und Autoren	IX
1 Konzepte, Strategien und Systeme qualitätsorientierter Unternehmen	1
<i>Hans Dieter Seghezzi</i>	
1.1 Europäische Unternehmen im globalen Qualitätswettbewerb	1
1.2 Qualität der Ware, der Information, des Services und der Interaktion	5
1.3 Im unternehmerischen Spannungsdreieck von Qualität/ Zeit, Geld und Qualität	10
1.4 Konzepte und Systeme	19
1.5 Strategien	33
1.6 Qualität des Unternehmens	36
1.7 Programme fürs Jahr 2000	41
2 Qualitätsstrategien im Prüfwesen mit Blick auf den europäischen Binnenmarkt	47
<i>Bernd Steffen</i>	
2.1 Einleitung	47
2.2 Europäische Entwicklung im Bereich des Prüfwesens, der Akkreditierung und der Zertifizierung	47
2.3 Anforderungen an Prüflaboratorien	53
2.4 Bedeutung und Durchführung der Akkreditierung	54
2.5 Qualitätspolitik und Qualitätsstrategien im Prüfwesen	59
2.6 Schlußbemerkungen	64
3 Qualität der Information – Information für Qualität	73
<i>Hans-Jörg Bullinger</i>	
3.1 Die Bedeutung der Informationsgestaltung	73
3.2 Handlungsbedarf: Information als Qualitätsfaktor	78
3.3 Handlungsbedarf: Arbeitsgestaltung im Bürobereich	80
3.4 Gestaltungsmethoden zur Einführung von Informations- und Kommunikationstechnologien als Beitrag zur Qualitätsförderung	87
3.5 Schlußbemerkungen	92

4 Qualität – Wichtige Komponente der F- und E-Strategie eines Automobilherstellers	94
<i>Wolfgang Reitzle</i>	
4.1 Einleitung	94
4.2 Qualität - Aufgabe für ein gesamthafes Denken	96
4.3 Innovation und Qualität – „Entweder – oder“ – oder „Sowohl als auch“?	98
4.4 Qualität auf dem Wege von der Innovationsstrategie zum Produktionskonzept	102
4.5 Beispiele zur Sicherung von Qualität und Zuverlässigkeit eines Serienfahrzeuges	106
4.6 Schlußbemerkungen	108
5 Qualitätsstrategien für Dienstleistungen – Bausteine zum Management von Dienstleistungsqualität	109
<i>Axel Lehmann</i>	
5.1 Kernpunkte und Perspektiven der Dienstleistungsgesellschaft	109
5.2 Qualitätsanforderungen an das Dienstleistungsmanagement	113
5.3 Die Verwirklichung der Qualitätsstrategie – Der Regelkreis zur Dienstleistungsqualität	118
5.4 Managementherausforderung Dienstleistungsqualität – sowohl nach innen wie nach außen	125
6 „Time-Cost-Quality Leadership“	129
<i>Roland Berger und Otto Hirschbach</i>	
6.1 Die Ausgangssituation europäischer Industrien wird zunehmend schwieriger	129
6.2 Der Unterschied zwischen erfolgreichen und weniger erfolgreichen Unternehmen liegt im Management-Konzept	134
6.3 Das neue „Time-Cost-Quality Leadership“ Konzept	136
Stichwortverzeichnis	149