

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Serviceleistungen als Basis des zukünftigen Unternehmenserfolgs</b> .....	<b>1</b>
1.1	Innovation und Kundennähe: Erfolgsfaktoren .....	1
1.2	Service als Differenzierungspotenzial.....	15
1.3	Servicestrategien .....	22
1.4	Entwicklung kundenorientierter Serviceleistungen .....	33
1.5	Instrumenteneinsatz in der industriellen Produkt- und Serviceentwicklung .....	54
1.6	Profitable Serviceleistungen als Kundenbindungsinstrument.....	77
<b>2</b>	<b>Optimierungsansätze der Produkt- und Serviceentwicklung</b> .....	<b>89</b>
2.1	Planmäßige Produktentwicklung durch F&E-Projektsteuerung .....	92
2.2	Die Produktklinik als Konzept der kundenorientierten Ideengenerierung.....	111
2.2.1	Lerntheoretische Grundlagen.....	113
2.2.2	Fallbeispiele .....	116
2.2.3	Grundmodell des Lernens durch die Produktklinik.....	126
2.2.4	Wirkungspotenziale .....	129
2.3	Der Kunde als Entwickler – Internetbasierte Conjoint-Analyse.....	132
2.3.1	Leitlinien der kundenorientierten Produktentwicklung .....	135
2.3.2	Kundenwert.....	138
2.3.3	Zeitliche Dimension der Kundenintegration.....	140
2.3.4	Methodengestützte Kundeneinbindung .....	143
2.3.5	Wirkungen einer kundenorientierten Produktentwicklung .....	153

2.4	Qualität als Erfolgsfaktor im Produkt- und Servicemanagement .....	154
2.4.1	Qualität als Wettbewerbsfaktor .....	154
2.4.2	Quality Gates für Entwicklungsprozesse .....	158
2.4.3	Qualitätskostenmanagement .....	177
2.4.4	Leistungsdimensionen von Qualitätssicherungssystemen ..	188
2.5	Innovationsaudit – Wege zum erfolgreichen Innovationsmanagement .....	201
2.5.1	Messung der Innovationsleistung durch das Innovationsaudit .....	201
2.5.2	Auswertung der Antworten .....	203
2.5.3	Fallstudie zur Hebung der Potenziale .....	209
2.6	Durchführung einer Due Diligence in Forschung und Entwicklung .....	213
2.6.1	Vorgehensweise einer Due Diligence für F&E-Leistungen .....	215
2.6.2	Analysefelder der Due Diligence in F&E .....	216
2.6.3	Datenerhebung und Zusammenführung der Ergebnisse im Rahmen der Due Diligence .....	219
<b>3</b>	<b>Gestaltung von Produkt- und Service-Netzwerken</b>	<b>221</b>
3.1	Unternehmensnetzwerke als effiziente und flexible Organisationsform .....	221
3.1.1	Koordinationsaufgaben in Netzwerken .....	224
3.1.2	Gestaltungsfelder der Koordination .....	225
3.1.3	Wirkungsanalyse .....	240
3.2	Innovation durch Unternehmensnetzwerke stärken .....	243
3.2.1	Entwicklungsnetzwerke als Wettbewerbsvorteil .....	243
3.2.2	Einflussgrößen zur Gestaltung effizienter Entwicklungsnetzwerke .....	246
3.2.3	Organisationskonzepte zur Ausgestaltung effizienter Entwicklungsnetzwerke .....	248
3.2.4	Gatekeeper-Konzept als methodisches Instrument zur Realisierung von Entwicklungsnetzwerken .....	252

---

3.3	Wertgestaltung durch Entwicklungsnetzwerke .....	253
3.3.1	Phasenkonzept der Entwicklungsaktivitäten .....	253
3.3.2	Formen der Lieferanteneinbindung in Entwicklungsaktivitäten.....	259
3.3.3	Konzeptwettbewerbe mit Lieferanten.....	263
3.3.4	Zusammenarbeit von Einkauf und Entwicklung .....	268
<b>4</b>	<b>Zeitorientierte Gestaltung des Produkt- und Service-Angebots.....</b>	<b>275</b>
4.1	Steigerung der Zeiteffizienz in F&E-Prozessen durch Just-in-Time-Prinzipien.....	275
4.1.1	Entwicklungsstrategien und ihre Bedeutung für die Zeiteffizienz .....	277
4.1.2	Steigerung der Effektivität von Innovationen.....	280
4.1.3	Steigerung der Effizienz von Innovationen .....	284
4.1.4	Ablauf des Reorganisationsprozesses in der F&E .....	294
4.1.5	Wirksamkeit der JiT-Methode in der F&E.....	295
4.2	Organisation und Projektabwicklung für Just-in-Time in F&E und Konstruktion.....	299
4.2.1	Anforderungen an eine zeitorientierte Organisation in Forschung, Entwicklung und Konstruktion .....	299
4.2.2	Defizite traditioneller Organisationsformen in der F&E ....	301
4.2.3	Projektorganisation .....	303
4.2.4	Thesen zur Neugestaltung der Organisation und Projektabwicklung für Just-in-Time in F&E .....	306
4.3	Simultaneous Engineering – Ein Baustein von Just-in-Time in Forschung & Entwicklung und Konstruktion.....	324
4.3.1	Die Produkt-Perspektive: Industrial Engineering.....	324
4.3.2	Die Kunden-Perspektive: Reverse Engineering .....	329
4.3.3	Die Zeit-Perspektive: Simultaneous Engineering.....	334
4.3.4	JiT-Regelkreis zur Realisierung des Simultaneous Engineering.....	348

---

4.4	Prognose von Entwicklungszeiten .....	354
4.4.1	Erfahrung ist die Basis der Prognose .....	356
4.4.2	Das Modell zur Berechnung der Entwicklungszeit .....	357
4.4.3	Bewährung in der Praxis .....	360
<b>5</b>	<b>Komplexitätsmanagement in der Produkt- und Servicegestaltung .....</b>	<b>364</b>
5.1	Komplexität im Unternehmen .....	364
5.1.1	Externer Komplexitätseinfluss .....	365
5.1.2	Interner Komplexitätseinfluss .....	367
5.1.3	Kostenwirkung der Komplexität .....	369
5.2	Produktgestaltung durch Variantenmanagement .....	373
5.2.1	Strategien des Variantenmanagements in der Produktion .....	380
5.2.2	Variantenmanagement in F&E und Konstruktion .....	388
5.2.3	Komplexitätskostenrechnung .....	399
5.2.4	Fallbeispiel: Variantenmanagement bei einem Automobilzulieferanten .....	405
5.3	Modulare Organisationsstrukturen und segmentierte Auftragsabwicklungsprozesse .....	415
5.3.1	Modulare Organisationsstrukturen .....	416
5.3.2	Segmentierte Auftragsabwicklungsprozesse .....	431
5.3.3	Das Management von inner- und außerbetrieblichen Netzwerken .....	445
5.4	Ausgestaltung von Produktordnungssystemen .....	451
5.4.1	Produktordnungssysteme zur Lösung des Dilemmas .....	452
5.4.2	Wirkanalyse und Ausblick .....	465

---

<b>6</b>	<b>Erkenntnisse und Erfahrungen der Produkt- und Serviceentwicklung nutzen und sichern .....</b>	<b>468</b>
6.1	Service- und Wissensmanagement – Ein Stellhebel für erfolgreiche Unternehmen.....	468
6.2	Wissensmanagement – dargestellt am Beispiel von Entwicklungsnetzwerken .....	485
6.2.1	Erfolgsfaktoren und Entwicklungstendenzen .....	485
6.2.2	Entwicklungsnetzwerke als Kompetenzcenter organisatorischer Wissensbasen.....	488
6.2.3	Forschungsbedarf für ein Wissensmanagement.....	497
6.3	Generierung von Kundenwissen durch Service .....	499
6.3.1	Erhöhter Wissensbedarf verlangt nach neuen Wissensquellen .....	499
6.3.2	Explikation impliziten Wissens durch Service .....	501
6.3.3	Differenzierter Serviceeinsatz zur Wissensgenerierung durch das Wissensbedarfs-/Wissensgenerierungs-Portfolio .....	502
6.4	Erfolgspotenziale, Einführungsstrategien und Organisation des Wissensmanagements.....	508
6.4.1	Strategische Ausrichtung von Unternehmen.....	508
6.4.2	Bedeutung des Wissensmanagements als strategischer Erfolgsfaktor .....	512
6.4.3	Wissensmanagement-Strategien .....	522
6.4.4	Klassifikation von Organisationen für das Wissensmanagement.....	533
6.5	Dienstleistungen mit Wissensmanagement effektiver entwickeln .....	535
6.6	Produktpiraterie bekämpfen .....	541
6.6.1	Bedrohung durch Produktpiraterie.....	543
6.6.2	Handlungsfelder im Kampf gegen Produktpiraterie.....	552
6.6.3	Strategien zum Schutz vor Produktpiraterie .....	560

<b>7 Zusammenfassung: Wege zum erfolgreichen Unternehmen durch Produkt- und Service-management .....</b>	<b>564</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>569</b>
<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>597</b>
<b>Der Autor .....</b>	<b>611</b>