

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers 7

I Investitionsgüter- und High-Tech-Marketing (ITM) als strategisches Unternehmensmanagement

Strategisches und operatives Investitionsgüter- und High-Tech-Marketing (ITM) – Ein praxisbezogener Gesamtansatz 11
Richard Hofmaier

Die Umsetzung von Qualitäts-, Kosten- und Zeitmanagement als erfolgreiche „Turnaround“-Strategie im gehobenen Produktgeschäft der *Antriebs-, Industrieanlagen- und Landtechnik* 63
Werner Kirchgässer

Den Weltmarkt im Visier – Vom Heimspieler zum „Global Player“ in der *Schienenverkehrstechnik* 85
Wolfram O. Martinsen; Ronald Pörner

Durch Innovations- und Zeitmanagement strategische Marktführungspositionen in der *Mikroelektronik* gewinnen und verteidigen 107
Horst Gebert; Conrad Heberling

„Leave it to the expert!“
Erreichung der Marktführerschaft in einem krisengeschüttelten Gesamtmarkt am Beispiel eines *DV-Dienstleisters* 125
Dieter Hecht

II Erfolgreiche Unternehmens- und Marketingkonzepte als Bestandteile eines konsequenten Prozeßmanagements (Business Reengineering)

Effizientes Management von Geschäftsprozessen als „Lean“ Marketing – Die Wertschöpfung aus der „Winner“-Position 145
Richard Hofmaier

Lean Management durch kundenorientierte Prozeßorganisation
(von der Anfrage bis zur Auslieferung) am Beispiel eines
Geräte- und Motorenherstellers 161
Hans-Georg Grob

Effiziente Umsetzung von Businessprozessen in Marketing und
Vertrieb eines *Mikroprozessorherstellers* 181
Klaus Leutbecher

Marktorientiertes Produktentwicklungsmanagement – Business
Reengineering durch marketinggeleitete Produktinnovation in
der *mittelständischen Industrie* 199
Richard Hofmaier

Der Einsatz der Prozeßkostenrechnung zur Erringung von
Wertschöpfungsvorteilen in der *Maschinenbauindustrie* 215
Dieter Wäscher

Der Mitarbeiter, der Schlüssel zum Erfolg – „Human Resource“-
Prozesse in einem *DV-Unternehmen* 227
Heinz Fischer; Michael Krug

„Lean Communication“ als Erfolgsrezept aus der Sicht der
SW-Industrie – Flexible Netzwerke machen Organisationen
schlagkräftig 249
Dieter Giesbrecht

Möglichkeiten der „Venture Capital“-Finanzierung für
deutsche *Investgüter- und High-Tech-Unternehmen* 263
Werner A. Schauerte

III Anhang

Übersicht zu Programmen der Forschungs-, Technologie-,
Innovations- und Existenzgründungsförderung der Europäischen
Gemeinschaft (EG), der Bundesrepublik Deutschland und des
Landes Bayern 281
Richard Hofmaier

Gesamtliteraturverzeichnis 311
Kurzbiographien der Autoren 315
Stichwortverzeichnis 319