

INHALTSVERZEICHNIS

Geleitwort des Herausgebers	IX
Vorwort	XI
Danksagungen	XV
TEIL I: Wettbewerb durch Konfrontation	1
Einführung	3
Kapitel 1 Die Konfrontationsstrategie	11
Kapitel 2 Warum japanische Unternehmen die Konfrontationsstrategie anwenden	41
Kapitel 3 Produktplanung und Verkaufsstrategie	59
Kapitel 4 Der Konfrontationswettbewerb	81
TEIL II: Grundlegende Umfeldfaktoren	101
Einführung	103
Kapitel 5 Die Rolle des Kostenmanagements	107
Kapitel 6 Die Integration effizienter organisatorischer Rahmenbedingungen	133

TEIL III: Management der Kosten zukünftiger Produkte	155
Einführung	157
Kapitel 7 Target Costing	161
Kapitel 8 Value Engineering	197
Kapitel 9 Organisationsübergreifende Kostenmanagementsysteme	219
TEIL IV: Management der Kosten existierender Produkte	241
Einführung	243
Kapitel 10 Produktkostenmanagement	247
Kapitel 11 <i>Kaizen</i> Costing	279
Kapitel 12 Operative Steuerungs- und Kontrollsysteme	297
TEIL V: Motivation des Unternehmergeistes durch Mikroprofit Center	325
Einführung	327
Kapitel 13 Pseudo-Mikroprofit Center	331
Kapitel 14 Echte Mikroprofit Center	355
Kapitel 15 Implikationen für westliche Manager	383
ANHANG	397
Unternehmensbeschreibungen	397
Glossar	407
Literaturverzeichnis	417
Index	429