

# Inhaltsübersicht

<b>I</b>	<b>„WENN SIEMENS WÜSSTE, WAS SIEMENS WEISS“: WISSENSDIFFUSION IN GROSSUNTERNEHMEN ALS KRITISCHE VORAUSSETZUNG ERFOLGREICHEN UNTERNEHMERISCHEN HANDELNS</b>	<b>1</b>
1	Das Versprechen der Logistik: Erfolg in den Märkten des 21. Jahrhunderts.....	2
2	Erfolgsfaktor Logistik: Anspruch und Realität in der Praxis am Beispiel der „top-Kampagne“ der Siemens AG.....	11
3	Forschungslücke Logistik-„Diffusion“: Unternehmensweite Veränderungen logistischen Wissens, Denkens und Verhaltens als Bedingungen nachhaltigen Erfolgs.....	19
<b>II</b>	<b>FORSCHUNGSZIEL, VORGEHENSWEISE UND AUFBAU DER UNTERSUCHUNG.....</b>	<b>25</b>
1	Zielsetzung der Arbeit und die Forschungsfragen.....	25
2	Das Forschungsfeld .....	26
3	Forschungsmethode und Vorgehen (Forschungsdesign).....	30
4	Der Aufbau der Arbeit.....	34
<b>III</b>	<b>BEGRIFFLICHE GRUNDLAGEN UND EIN RAHMENMODELL DER DIFFUSION.....</b>	<b>38</b>
1	Diffusion als Prozess und Ziel – eine erste definitorische Näherung.....	38
2	Ein Rahmenmodell der Diffusion .....	41
<b>IV</b>	<b>GEGENSTÄNDE DER DIFFUSION – ZUR ESSENZ LOGISTISCHEN WISSENS, DENKENS UND VERHALTENS .....</b>	<b>71</b>
1	Phänomen „Logistik“: ein flüchtiger, mehrschichtiger Gegenstand der Diffusion .....	71
2	Auf der Suche nach der Essenz der Logistik: Annäherung in drei Schritten .....	74
3	Vom logistischen Wissen zum Denken und Verhalten: eine begriffliche und inhaltliche Konkretisierung.....	162
4	Empfehlungen für die Praxis der Logistikkdiffusion: Ziele und Gegenstände der Diffusion .....	276

<b>V</b>	<b>PRINZIPIELLE ANSÄTZE UND PRAKTISCHE VORGEHENSWEISEN FÜR EINE ERFOLGREICHE DIFFUSION LOGISTISCHEN WISSENS, DENKENS UND VERHALTENS .....</b>	<b>299</b>
1	Vorstellung von Ansätzen ausgewählter Disziplinen.....	303
2	Synthese der Erkenntnisse zur inhaltlichen Gestaltung des Modells der Diffusion von logistischem Wissen, Denken und Verhalten .....	398
<b>VI</b>	<b>ERSTER TEST IN DER PRAXIS: EIN PROGRAMM ZUR DIFFUSION LOGISTISCHEN WISSENS, DENKENS UND VERHALTENS .....</b>	<b>417</b>
1	Grundlegendes zur Zusammenstellung eines Diffusionsprogramms - Modelleinsatz.....	417
2	Diffusionsprogramm zum zeitbewussten Verhalten.....	421
<b>VII</b>	<b>MIT DIFFUSION LOGISTISCHEN WISSENS, DENKENS UND VERHALTENS ZUR LERNENDEN ORGANISATION? .....</b>	<b>439</b>
1	Zusammenfassung – Antworten auf die Forschungsfragen .....	439
2	Ergänzender Forschungsbedarf – Weiterführende Forschungsfragen .....	440
3	Ausblick - Mit dem Diffusionsansatz zur lernenden Organisation .....	441

# Inhaltsverzeichnis

VORWORT.....	V
INHALTSÜBERSICHT .....	IX
INHALTSVERZEICHNIS.....	XI
TABELLENVERZEICHNIS .....	XVIII
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	XX
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS .....	XXIII
<b>I</b> „WENN SIEMENS WÜSSTE, WAS SIEMENS WEISS“: WISSENSDIFFUSION IN GROSSUNTERNEHMEN ALS KRITISCHE VORAUSSETZUNG ERFOLGREICHEN UNTERNEHMERISCHEN HANDELNS.....	<b>1</b>
<b>1 Das Versprechen der Logistik: Erfolg in den Märkten des 21. Jahrhunderts .....</b>	<b>2</b>
1.1 Neue Fronten des Wettbewerbs: Wandel der Handlungsziele .....	2
1.1.1 Umfeldveränderungen als Treiber unternehmerischen Handelns.....	2
1.1.2 Neuausrichtung der Unternehmensziele: von der Formal- zur Sachzielorientierung.....	4
1.1.2.1 Marktreaktionsschnelligkeit: Zeit als "kritische" Ressource .....	5
1.1.2.2 Qualität und Service: Leistungen, wie der Kunde sie sieht .....	7
1.1.2.3 Flexibilität: Sicherung der Anpassungs- und Innovationsfähigkeit.....	8
1.2 Logistik, ein Feld für neuartige erfolgversprechende Handlungsalternativen .....	9
1.2.1 Themenspezifische Managementkonzepte der Logistik .....	9
1.2.2 Systematische Entwicklung und Neuausrichtung der Logistik .....	10
<b>2 Erfolgsfaktor Logistik: Anspruch und Realität in der Praxis am Beispiel der „top-Kampagne“ der Siemens AG .....</b>	<b>11</b>
2.1 Hintergrund .....	11
2.2 Zielsetzung und Gegenstand .....	11
2.3 Vorgehensweise .....	13
2.3.1 Die erste Phase: vier elementare Bausteine .....	13
2.3.2 Die zweite Phase: Modifikation der Ziele .....	14
2.4 Ergebnisse.....	16
2.4.1 Ein Rückblick auf die partiellen Erfolge .....	16
2.4.2 Offene Fragen.....	17

<b>3</b>	<b>Forschungslücke Logistik-„Diffusion“: Unternehmensweite Veränderungen logistischen Wissens, Denkens und Verhaltens als Bedingungen nachhaltigen Erfolgs .....</b>	<b>19</b>
3.1	Herausforderungen der Veränderungen im Unternehmen .....	20
3.1.1	Widerstände aufgrund von Unkenntnis .....	20
3.1.2	Ressourcenverluste aufgrund fehlender Abstimmung .....	20
3.1.3	Fehlverhalten aufgrund von Qualifizierungslücken .....	21
3.2	Diffusion logistischen Wissens, Denkens und Verhaltens als Ansatz erfolgreicher Veränderungen .....	21
3.2.1	Diffusion logistischen Wissens zur Mobilisierung von Mitarbeitern .....	22
3.2.2	Diffusion logistischen Denkens zur Unterstützung der Integration und Abstimmung .....	22
3.2.3	Diffusion logistischen Verhaltens auf Basis einer breiten Vermittlung neuer Fähigkeiten .....	24
<b>II</b>	<b>FORSCHUNGSZIEL, VORGEHENSWEISE UND AUFBAU DER UNTERSUCHUNG .....</b>	<b>25</b>
<b>1</b>	<b>Zielsetzung der Arbeit und die Forschungsfragen .....</b>	<b>25</b>
<b>2</b>	<b>Das Forschungsfeld .....</b>	<b>26</b>
<b>3</b>	<b>Forschungsmethode und Vorgehen (Forschungsdesign) .....</b>	<b>30</b>
3.1	Das methodische Vorgehen .....	30
3.2	Die Methodologie der Erkenntnisgewinnung .....	33
3.2.1	Der Praxisfall: Exemplarischer Gegenstand der Forschung .....	33
3.2.2	Die theoriengeleiteten Erkenntnisse der Literatur .....	34
3.2.3	Erkenntnisse und Empfehlungen aus der Interaktion zwischen Theorie und Praxis .....	34
<b>4</b>	<b>Der Aufbau der Arbeit .....</b>	<b>34</b>
<b>III</b>	<b>BEGRIFFLICHE GRUNDLAGEN UND EIN RAHMENMODELL DER DIFFUSION .....</b>	<b>38</b>
<b>1</b>	<b>Diffusion als Prozess und Ziel – eine erste definitorische Näherung .....</b>	<b>38</b>
1.1	Die Diffusion als Prozess .....	38
1.2	Die Diffusion als Ziel .....	40
<b>2</b>	<b>Ein Rahmenmodell der Diffusion .....</b>	<b>41</b>
2.1	Das klassische Kommunikationsmodell als Grundmodell .....	42
2.1.1	Der strukturelle Aufbau des Modells .....	42
2.1.2	Die fünf Elemente des Modells .....	45

2.1.2.1	Der Sender.....	45
2.1.2.2	Der Empfänger.....	46
2.1.2.3	Der Kommunikationskanal.....	47
2.1.2.4	Die Botschaft.....	47
2.1.2.5	Die Effekte.....	49
2.1.3	Das Zusammenwirken der Elemente: die Prozesse des Modells.....	53
2.1.3.1	Der Kommunikationsprozess: Phasen und Funktionen.....	53
2.1.3.2	Determinanten eines effektiven Kommunikationsprozesses.....	54
2.2	Das Kommunikationsmodell als Diffusionsmodell.....	55
2.2.1	Interpretation des Grundmodells als Diffusionsmodell.....	58
2.2.2	Modifikation des einfachen Grundmodells.....	60
2.2.2.1	Drei Ausführungen des Modells: Basis für drei „Diffusionsstrategien“.....	61
2.2.2.2	Erweiterung des Grundmodells: das sechste Element.....	65
2.3	Das Rahmenmodell als Analyse- und Gestaltungsraster der Diffusion (Zusammenfassung).....	67
<b>IV</b>	<b>GEGENSTÄNDE DER DIFFUSION – ZUR ESSENZ LOGISTISCHEN WISSENS, DENKENS UND VERHALTENS .....</b>	<b>71</b>
<b>1</b>	<b>Phänomen „Logistik“: ein flüchtiger, mehrschichtiger Gegenstand der Diffusion .....</b>	<b>71</b>
<b>2</b>	<b>Auf der Suche nach der Essenz der Logistik: Annäherung in drei Schritten .....</b>	<b>74</b>
2.1	Die Evolution der Logistik: Studien für eine erste Ordnung von Begriffsverständnissen.....	75
2.1.1	Analyse von zwei Logistikhistorien ausgewählter Großunternehmen.....	77
2.1.2	Schlagwortanalyse in populären Fachzeitschriften.....	85
2.1.3	Titel- und Inhaltsanalyse in der wissenschaftlichen Fachliteratur.....	92
2.1.4	Interpretation der aktuellen Lehrmeinung.....	99
2.1.4.1	Zeitliche Ordnung logistischer Aufgaben nach Bowersox.....	102
2.1.4.2	Zeitliche Ordnung nach der strategischen Bedeutung der Logistik von Fey.....	106
2.1.4.3	Zeitliche Ordnung nach dem Integrationsgrad der Logistik von Klaus und Bäck.....	108
2.1.5	Zusammenfassung: Aktuelle Schlagworte und zentrale Ideen (Inhalte) der Logistik.....	112
2.1.5.1	Inhaltscluster 1: Die „TUL-Logistik“: Befriedigung von Versorgungs- erfordernissen.....	115
2.1.5.2	Inhaltscluster 2: Die „Koordinationslogistik“: Integration von einzelnen Einheiten.....	116
2.1.5.3	Inhaltscluster 3: Die „Flussmanagement-Logistik“: logistische Optimierung von Flüssen und Prozessen.....	117
2.2	Von Schlagworten zur Systematisierung zentraler Inhalte: Verdichtung mit Hilfe eines Merkmalsrasters.....	119
2.2.1	Modellvorstellungen als „Betrachtungsweise“ des Handlungsfeldes.....	121
2.2.2	Logistische Zielgrößen als Handlungsorientierung.....	124

2.2.3	Standardproblemstellungen der Logistik als Aufgabenfeld .....	126
2.2.4	Standardlösungen der Logistik als Handlungsmöglichkeiten .....	128
2.2.5	Prinzipien der Logistik als Handlungsanleitungen .....	129
2.3	Ein integrierendes System logistischer Kerninhalte: das aktuelle Verständnis von Logistik .....	133
2.3.1	Die Modellvorstellung: Unternehmen als Fließsysteme .....	134
2.3.2	Die Zielgrößen: Leistungs- und Kostengrößen von Prozessen und Flüssen .....	140
2.3.3	Die Standardproblemstellungen: Schwachstellen im Prozess und im Fließsystem .....	144
2.3.4	Die Standardlösungen: Konfiguration, Rationalisierung und Mobilisierung von Prozessgeweben .....	147
2.3.5	Die Prinzipien: Ganzheitlichkeit, „Fließen“, Kundenorientierung und Zeitorientierung .....	151
<b>3</b>	<b>Vom logistischen Wissen zum Denken und Verhalten: eine begriffliche und inhaltliche Konkretisierung .....</b>	<b>162</b>
3.1	Zum Verständnis von logistischem Wissen, Denken und Verhalten .....	162
3.1.1	Logistisches Wissen .....	162
3.1.1.1	Wesen und Merkmale des Wissens .....	163
3.1.1.2	Logistisches Wissen – Kenntnis logistischer Kerninhalte .....	171
3.1.2	Logistisches Denken .....	183
3.1.2.1	Wesen und Merkmale des Denkens .....	185
3.1.2.2	Mögliche Denkrichtungen der Logistik .....	191
3.1.3	Logistisches Verhalten .....	214
3.1.3.1	Zum Verständnis von Handeln und Verhalten .....	215
3.1.3.2	Typische logistische Verhaltensweisen .....	227
3.2	Wege und Strategien zum logistischen Wissen, Denken und Verhalten .....	235
3.2.1	Diffusionsziel „Wissenszuwachs in Logistik“ .....	236
3.2.1.1	Ansätze und Vorgehensweisen zum Wissenszuwachs in der Literatur .....	237
3.2.1.2	Möglichkeiten und Grenzen des Wissenszuwachses in Logistik .....	238
3.2.2	Diffusionsziel „Etablierung logistischen Denkens“ .....	245
3.2.2.1	Ansätze und Vorgehensweisen zum logistischen Denken in der Literatur .....	247
3.2.2.2	Möglichkeiten und Grenzen der Etablierung logistischen Denkens .....	254
3.2.3	Diffusionsziel „Initiierung logistischen Verhaltens“ .....	258
3.2.3.1	Ansätze und Vorgehensweisen der Verhaltensveränderung in der Literatur .....	260
3.2.3.2	Möglichkeiten und Grenzen der Initiierung logistischen Verhaltens .....	266
3.2.4	Zusammenfassung: Das Zusammenspiel der Diffusionsziele .....	273
<b>4</b>	<b>Empfehlungen für die Praxis der Logistikkdiffusion: Ziele und Gegenstände der Diffusion .....</b>	<b>276</b>
4.1	Wissenszuwachs in Logistik – Zielsetzung und Inhalte der Diffusion .....	277
4.2	Etablierung logistischen Denkens – Zielsetzung und Inhalte der Diffusion .....	281
4.3	Initiierung logistischen Verhaltens – Zielsetzung und Inhalte der Diffusion .....	284

<b>V</b>	<b>PRINZIPIELLE ANSÄTZE UND PRAKTISCHE VORGEHENSWEISEN FÜR EINE ERFOLGREICHE DIFFUSION LOGISTISCHEN WISSENS, DENKENS UND VERHALTENS</b> .....	<b>299</b>
<b>1</b>	<b>Vorstellung von Ansätzen ausgewählter Disziplinen</b> .....	<b>303</b>
1.1	Die sozialwissenschaftlich-fundierte Diffusionsforschung - ein interdisziplinärer Forschungsansatz per se.....	303
1.1.1	Das Verständnis von Diffusion.....	304
1.1.2	Systematisierung des Feldes der Erkenntnis.....	307
1.1.2.1	Die Traditionen von Rogers und Katz/Levin/Hamilton.....	308
1.1.2.2	Die modellorientierten Systematiken.....	309
1.1.2.3	Die Ansätze der Diffusionsforschung.....	312
1.1.2.4	Die perspektivischen Systematiken.....	315
1.1.3	Die Teildisziplinen der Diffusionsforschung: ein historischer Abriss des Erkenntnisfortschritts.....	316
1.1.3.1	Die kulturanthropologische Diffusionsforschung.....	317
1.1.3.2	Die soziologische Diffusionsforschung.....	318
1.1.3.3	Die agrarsoziologische Diffusionsforschung.....	319
1.1.3.4	Die erziehungswissenschaftliche Diffusionsforschung.....	321
1.1.3.5	Die medizinalsoziologische Diffusionsforschung.....	322
1.1.3.6	Die kommunikationswissenschaftliche Diffusionsforschung.....	323
1.1.3.7	Die Marketingtradition: Diffusion von Konsumgütern.....	324
1.1.3.8	Die industrielle Tradition: eine volkswirtschaftliche Perspektive.....	326
1.1.3.9	Die geographische Diffusionsforschung: Spatial-Diffusion.....	328
1.1.4	Zusammenfassung: Die Erkenntnisse der sozialwissenschaftlichen Diffusionsforschung.....	330
1.1.4.1	Determinanten einer erfolgreichen Diffusion.....	331
1.1.4.2	Art und Gestaltung der Elemente des Diffusionsmodells.....	333
1.1.4.3	Zusammenwirken der Elemente im Zeitablauf: Diffusions- und Adoptionsprozess.....	356
1.2	Die naturwissenschaftlich-fundierte Diffusionsforschung - Historisch bedingte Dominanz der Diffusion in der Chemie.....	362
1.2.1	Das Verständnis von Diffusion.....	363
1.2.2	Das Feld der Erkenntnis.....	365
1.2.3	Vorstellung ausgewählter Ansätze und deren Erkenntnisse – die Biochemie.....	366
1.2.4	Zusammenfassung: Die Erkenntnisse der naturwissenschaftlich-fundierten Diffusionsforschung.....	374
1.2.4.1	Determinanten einer erfolgreichen Diffusion.....	374
1.2.4.2	Art und Gestaltung der Elemente des Diffusionsmodells.....	376
1.2.4.3	Zusammenwirken der Elemente im Zeitablauf: Struktur und Prozess der Diffusion.....	379
1.3	Die geisteswissenschaftlich-fundierte Diffusionsforschung - Verbreitung „geistiger“ Inhalte im Rahmen der Massenkommunikation.....	379
1.3.1	Das Verständnis der Diffusion.....	381
1.3.2	Das Feld der Erkenntnis.....	382
1.3.3	Vorstellung ausgewählter Ansätze und deren Erkenntnisse.....	382

1.3.4	Zusammenfassung: Die Erkenntnisse eines geisteswissenschaftlich-fundierten Ansatzes der Diffusionsforschung .....	388
1.3.4.1	Determinanten einer erfolgreichen Diffusion .....	388
1.3.4.2	Art und Gestaltung der Elemente des Diffusionsmodells .....	390
1.3.4.3	Zusammenwirken der Elemente im Zeitablauf: Struktur und Prozess der Diffusion .....	395
<b>2</b>	<b>Synthese der Erkenntnisse zur inhaltlichen Gestaltung des Modells der Diffusion von logistischem Wissen, Denken und Verhalten.....</b>	<b>398</b>
2.1	Die Determinanten der Diffusion .....	398
2.2	Die inhaltliche Gestaltung der Elemente des Modells .....	402
2.3	Der Adoptions- und Diffusionsprozess im Modell .....	413
<b>VI</b>	<b>ERSTER TEST IN DER PRAXIS: EIN PROGRAMM ZUR DIFFUSION LOGISTISCHEN WISSENS, DENKENS UND VERHALTENS .....</b>	<b>417</b>
<b>1</b>	<b>Grundlegendes zur Zusammenstellung eines Diffusionsprogramms - Modelleinsatz.....</b>	<b>417</b>
1.1	Hinweise zu den Vorgehensschritten .....	418
1.2	Hinweise zum Kerngegenstand des Diffusionsprogramms: Diffusionsmodell .....	419
<b>2</b>	<b>Diffusionsprogramm zum zeitbewussten Verhalten.....</b>	<b>421</b>
2.1	Der Fall: Mit „logistischem Verhalten“ zur „High Speed Logistik“ bei Siemens Medical Solutions – Geschäftsgebiet CT .....	421
2.1.1	Hintergrund.....	421
2.1.2	Zielsetzung der „High Speed Logistik“ .....	422
2.1.3	Vorgehen: Schritte und Maßnahmen .....	422
2.1.4	Ergebnisse.....	427
2.2	Abgleich zwischen Theorie und Praxis: ein Diffusionsmodell zeitbewussten Verhaltens.....	428
2.2.1	Sicherung der Prozessabfolge „Wissen – Denken – Verhalten“ .....	428
2.2.2	Bestimmung des Gegenstandes der Diffusion: Logistikwissen, Prozessdenken und zeitbedingtes Verhalten.....	429
2.2.3	Konkretisierung der Modellgestaltung .....	430
2.2.3.1	Determinanten einer erfolgreichen Diffusion .....	430
2.2.3.2	Gestaltung der Elemente .....	432
2.2.4	Einbezug alternativer Ansätze der Veränderung von Wissen, Denken und Verhalten.....	434
2.3	Fazit: Diffusionsmodell – Grundlage eines systematischen Diffusionsprozesses für die Praxis .....	437

<b>VII MIT DIFFUSION LOGISTISCHEN WISSENS, DENKENS UND VERHALTENS ZUR LERNENDEN ORGANISATION? .....</b>	<b>439</b>
<b>1 Zusammenfassung – Antworten auf die Forschungsfragen .....</b>	<b>439</b>
<b>2 Ergänzender Forschungsbedarf – Weiterführende Forschungsfragen .....</b>	<b>440</b>
<b>3 Ausblick - Mit dem Diffusionsansatz zur lernenden Organisation .....</b>	<b>441</b>
<b>INTERVIEWVERZEICHNIS .....</b>	<b>444</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>445</b>
<b>ANHANG I .....</b>	<b>471</b>
<b>ANHANG II .....</b>	<b>479</b>
<b>ANHANG III .....</b>	<b>491</b>
<b>ANHANG IV .....</b>	<b>499</b>
<b>ANHANG V .....</b>	<b>506</b>

## Tabellenverzeichnis

Tabelle I-1:	Auswahl von Umfeldentwicklungen und ihre Folgen für unternehmerisches Handeln (Momentaufnahme 2003) .....	3
Tabelle III-1:	Determinanten eines störungsfreien Kommunikationsprozesses .....	57
Tabelle IV-1:	Logistikhistorie der Siemens AG – Ereignisse und Interventionen im Zeitverlauf .....	81
Tabelle IV-2:	Zeitliche Ordnungen von Logistikverständnissen nach bestimmten Kriterien und Vertretern .....	102
Tabelle IV-3:	Beispielhafter Einsatz des Merkmalsrasters zur Beschreibung der essentiellen Inhalte der Logistik .....	133
Tabelle IV-4:	Auszug aus den „Wenn-dann-Aussagen“ von Klaus, hier zur „strategischen“ Netzkonfiguration .....	152
Tabelle IV-5:	Essentielle Inhalte eines aktuellen Logistikverständnisses (Beispiele) .....	161
Tabelle IV-6:	Wissensarten nach Systematisierungskriterien .....	169
Tabelle IV-7:	Beispiele für Ursachen von Zeitverlusten und Wirkungsbeziehungen zu Qualität, Kosten, Flexibilität und Entwicklungsfähigkeit .....	179
Tabelle IV-8:	Beispiele von Maßnahmen und Lösungsansätze und deren Wirkung auf die Ursachen von Zeitverlusten .....	180
Tabelle IV-9:	Ansätze des Wissenszuwachses – Nutzenbewertung für die Diffusion .....	242
Tabelle IV-10:	Überblick zu den Maßnahmen und Ansätzen der Verhaltensveränderung auf Basis der Einwirkung auf personenbezogene Merkmale .....	265
Tabelle IV-11:	Möglichkeiten und Grenzen der Strategien der Verhaltensveränderung zur Erreichung des Diffusionsziels „logistisches Verhalten“ .....	270
Tabelle IV-12:	Ansätze der Verhaltensveränderung – Nutzenbewertung für die Diffusion .....	273
Tabelle V-1:	Systematisierungskriterien und Ausprägungen mathematischer Diffusionsmodelle .....	312
Tabelle V-2:	Charakterisierung der Adopterkategorien .....	340
Tabelle V-3:	Rollen der Beeinflussungseinheit nach Art und Einsatzfeldern .....	344
Tabelle V-4:	Beiträge der Ansätze der Naturwissenschaften zur Gestaltung des Diffusionsmodells .....	376
Tabelle V-5:	Beiträge der Ansätze der Geisteswissenschaften zur Gestaltung des Diffusionsmodells .....	390
Tabelle V-6:	Determinanten einer erfolgreichen Diffusion in der Zusammenfassung .....	401
Tabelle V-7:	Thesenüberblick und Bezug zu Gestaltungselementen .....	403

Tabelle V-8:	Gestaltungsfragen und Handlungsempfehlungen zum Modellelement „Beeinflussungseinheit“ .....	404
Tabelle V-9:	Gestaltungsfragen und Handlungsempfehlungen zum Modellelement „Diffusionskanal“ .....	406
Tabelle V-10:	Gestaltungsfragen und Handlungsempfehlungen zum Modellelement „Diffusionsobjekt/Botschaft“ .....	408
Tabelle V-11:	Gestaltungsfragen und Handlungsempfehlungen zum Modellelement „Adoptionseinheit“ .....	410
Tabelle V-12:	Gestaltungsfragen und Handlungsempfehlungen zum Modellelement „Effekte/Ziele der Diffusion“ .....	411
Tabelle V-13:	Gestaltungsfragen und Handlungsempfehlungen zum Modellelement „Rahmenbedingungen“ .....	412
Tabelle VI-1:	Wandel der „Mindsets“ im Rahmen der Maßnahmen der „High Speed Logistik“ (HSL) .....	426
Tabelle VI-2:	Determinanten der Diffusion zeitbewussten Verhaltens – Praxisfall .....	432
Tabelle VI-3:	Elementspezifische Gestaltung des Diffusionsmodells – Praxisfall .....	434
Tabelle VI-4:	Praxisfall - Ansätze zum Wissenszuwachs .....	435
Tabelle VI-5:	Praxisfall - Ansätze zur Veränderung logistischen Denkens, insbesondere Modellvorstellungen .....	436
Tabelle VI-6:	Praxisfall - Ansätze zur Veränderung logistischen Denkens, insbesondere Gedanken .....	436
Tabelle VI-7:	Praxisfall - Ansätze zur Veränderung von Verhalten .....	437
Tabelle A-II-1:	Bildungsschwerpunkte der Hochschulen in Logistik im Vergleich 1994 - 1998 – 2002 .....	485
Tabelle A-II-2:	Studien zu Anforderungen und Fähigkeiten von Logistikern .....	487
Tabelle A-V-1:	Determinanten der Diffusion und Adoption – Teil 1 .....	506
Tabelle A-V-2:	Determinanten der Diffusion und Adoption – Teil 2 .....	507
Tabelle A-V-3:	Thesen zum Modellelement „Beeinflussungseinheit“ .....	508
Tabelle A-V-4:	Thesen zum Modellelement „Diffusionskanal“ .....	509
Tabelle A-V-5:	Thesen zum Modellelement „Diffusionsobjekt/Botschaft“ .....	510
Tabelle A-V-6:	Thesen zum Modellelement „Adoptionseinheit“ .....	512
Tabelle A-V-7:	Thesen zum Modellelement „Effekte/Ziele“ .....	513
Tabelle A-V-8:	Thesen zum Modellelement „Rahmenbedingungen“ .....	514
Tabelle A-V-9:	Thesen zu den Prozessen im Modell .....	515

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung I-1:	Ziele des top-Programms (1992) und der top-Bewegung (1993/94) .	12
Abbildung I-2:	Ziele des top-plus-Programms (1999) als Bestandteil des 10-Punkte-Programms.....	15
Abbildung I-3:	Meinungsspiegel von rund 280 befragten Prozessorganisatoren .....	19
Abbildung II-1:	Überblick zum Aufbau der Arbeit.....	35
Abbildung III-1:	Kommunikationsmodell nach Lasswell .....	45
Abbildung III-2:	Vier Seiten einer Nachricht nach Schulz von Thun .....	49
Abbildung III-3:	Phasen des Kommunikationsprozesses .....	54
Abbildung III-4:	Das Kommunikationsmodell als Diffusionsmodell .....	60
Abbildung III-5:	Zugänge der Diffusion in sozialen Systemen.....	61
Abbildung III-6:	Die Vermittlungssituationen in der Diffusionsmatrix.....	64
Abbildung III-7:	Systembetrachtung der Adoptionseinheit und der verhaltensbestimmenden Faktoren .....	66
Abbildung III-8:	Suchfelder zur modellspezifischen Gestaltung der Diffusion .....	68
Abbildung III-9:	Das modellbasierte Such- und Gestaltungsraaster mit beispielhaften Inhalten .....	69
Abbildung IV-1:	Überblick der Studien zur zeitlichen Ordnung logistischer Kerninhalte .....	76
Abbildung IV-2:	Logistikhistorie der Siemens AG: Kampagnen im Zeitverlauf.....	82
Abbildung IV-3:	Logistikhistorie der BMW AG: Bedeutungswandel .....	84
Abbildung IV-4:	Diffusionsverläufe „logistischer Schlagworte“ am Beispiel von Make or Buy, Kanban, Jit, CIM, TQM, PPS und Lean-Management.....	91
Abbildung IV-5:	Diffusionsverläufe logistischer „Schlagworte“ am Beispiel von SCM, Prozess(management), Reengineering, E-Commerce, B2B, ECR, BPR, EDI und ERP .....	91
Abbildung IV-6:	Anzahl von Neuerscheinungen der wissenschaftlichen Fachbücher pro Jahr mit Kennzeichnung markanter mengenmäßiger Anstiege (Phasen).....	97
Abbildung IV-7:	Evolutionspfade der Logistik mit inhaltlicher Clusterung .....	113
Abbildung IV-8:	Das Modell – Abbild und Betrachtungsweise der Realität .....	122
Abbildung IV-9:	Einordnung logistischer Prinzipien als Handlungsanleitung .....	131
Abbildung IV-10:	Unternehmen als mehrschichtiges Fließsystem .....	139
Abbildung IV-11:	Entscheidungsvariablen des Logistikmanagements nach Pfohl.....	148
Abbildung IV-12:	Beste Praktiken des Flowmanagements nach Klaus .....	149
Abbildung IV-13:	Prinzipien der Logistik im Sinne von Gestaltungszielen .....	158
Abbildung IV-14:	Die zwölf Prinzipien der Prozessgestaltung nach Klaus.....	159
Abbildung IV-15:	Logistisches Wissen als Problemlandkarte zum Thema „Zeit“ .....	176
Abbildung IV-16:	Ishikawa-Diagramm „Zeitverluste“ .....	177

Abbildung IV-17: Überblick zu den zeitlichen Phänomenen und Bestandteilen eines Auftrages.....	178
Abbildung IV-18: Ausschnitt eines „CEDAC-Diagramms“ – Ursachenbereich „Rationalisierung von Fließsystemen bzw. Prozessen“ .....	180
Abbildung IV-19: Beziehungsgeflecht der Fließsystemziele.....	181
Abbildung IV-20: Logistisches Wissen im Fließsystem – Arten und Perspektiven.....	183
Abbildung IV-21: Beispiele einer Modellvorstellung im Sinne des funktionalen und elementaren Denkens .....	196
Abbildung IV-22: Beispiel einer Modellvorstellung im Rahmen des Systemdenkens der Logistik.....	200
Abbildung IV-23: Alternative bildliche Modellvorstellungen des Prozessdenkens (entlang unterschiedlicher Abstraktionsgrade).....	204
Abbildung IV-24: Gedankengebäude und Denkraum logistischen Denkens.....	212
Abbildung IV-25: Abgrenzung logistischer Verhaltensweisen.....	228
Abbildung IV-26: Veränderungsfokus Einzelaktivitäten bzw. Funktionen der Elemente des Entstehungsprozesses von Verhalten im Diffusionsmodell .....	261
Abbildung IV-27: Veränderungsfokus Personenmerkmale der Adoptionseinheit.....	263
Abbildung IV-28: Wege zum logistischen Wissen, Denken und Verhalten im Zusammenhang.....	274
Abbildung IV-29: Auswirkungen von Überbetonung bzw. Vernachlässigung einzelner Komponenten der Persönlichkeit im Rahmen des „Lernens“.....	275
Abbildung IV-30: Überblick der Diffusionsziele und der prioritären Diffusionsinhalte der Logistik.....	290
Abbildung V-1: Eingrenzung des Feldes der Diffusion – von der Suche zur Auswahl der Ansätze und den Disziplinen .....	301
Abbildung V-2: Systematisierung des Erkenntnisfeldes der sozialwissenschaftlichen Diffusion .....	308
Abbildung V-3: Das Erkenntnisfeld der sozialwissenschaftlichen Diffusion nach Rogers .....	317
Abbildung V-4: Die sieben Determinanten des Diffusionsgrades.....	331
Abbildung V-5: Beiträge der sozialwissenschaftlichen Teildisziplinen zur elementaren Gestaltung des Diffusionsmodells .....	334
Abbildung V-6: Zielspezifische „Auswertung“ der Disziplinen .....	335
Abbildung V-7: Die klassischen Diffusionskanäle im Vergleich.....	347
Abbildung V-8 : Strukturen sozialer Netzwerke („Diffusion Networks“) .....	355
Abbildung V-9: Klassische Diffusionsverläufe nach Zuwachsraten und Absolutzahlen .....	359
Abbildung V-10: Determinanten und Verlauf des Adoptionsprozesses.....	361
Abbildung V-11: Erkenntnisfeld einer naturwissenschaftlich-fundierte Diffusionsforschung.....	366
Abbildung V-12: Die zwei grundsätzlichen Fälle der Diffusion von Flüssigkeiten.....	368

Abbildung V-13:	Prinzipdarstellung der Natrium-Kalium-Pumpe .....	370
Abbildung V-14:	Gas Austausch und Ströme der Lungenatmung .....	371
Abbildung V-15:	Diffusionsverlauf im Rahmen der Arterialisierung des Blutes .....	372
Abbildung V-16:	Erkenntnisfeld der geisteswissenschaftlich-fundierten Diffusionsforschung .....	383
Abbildung V-17:	Überblick der Theorien im Umfeld der Persuasionsforschung .....	388
Abbildung V-18:	Der „Mehrweg-Annahme-Prozess“ .....	397
Abbildung VI-1:	Gedankliches Konzept zur Modellgestaltung im Diffusions- programm mit Verweis auf die Erkenntnisfelder in der Untersuchung .....	420
Abbildung VI-2:	Prozessinnovationen .....	424
Abbildung A-I-1:	Wissensspirale mit den vier Formen des Wissenszuwachses von Nonaka .....	472
Abbildung A-II-1:	Zeitliche Ordnung logistischer Inhalte im Rahmen der Bildungs- marktanalyse .....	490