

Inhalt

		Seite
	Vorwort	5
Teil A: Kundenorientierung und Vernetzung		
	1 Einleitung	8
<i>Torge Kremp</i>	2 Unternehmenskultur – Erfolgsfaktor für Kooperation und Kundenorientierung	11
<i>Beate Oehlmann</i>	3 Kundenorientierung oder: Der Weg zum Ziel?	18
<i>Frank Strikker</i>	4 Konsequente Kundenorientierung – der Turbo für jede Unternehmensentwicklung	23
<i>Hans Balling</i>	5 Facetten der Kooperation – Kundenorientierung führt zur Vernetzung	33
<i>Hans Balling</i>	6 IT-Einsatz als Mittel zur Kundenorientierung	37
<i>Hans Balling</i>	7 Projektergebnis	40
Teil B: Praxiserfahrungen aus mittelständischen Unternehmen		
<i>Sigrid Flemming</i>	1 Die Zusammenarbeit von Firmen in der Wertschöpfungskette	46
<i>Sigrid Flemming</i>	2 Existenzgründerkooperation	51
<i>Michael Grübel/ Angela Rehorst/ Heinz Rüdiger Wulfmeyer</i>	3 Kooperation und Kooperationserfahrungen im Handwerk	56
<i>Hartmut Haverland/ Mathias Heidenescher/ Bernd Steffestun</i>	4 Kleine und mittlere Unternehmen im Personalentwicklungs-Netz	72

		Seite
<i>Kirsten Generotzky</i>	5 Kundenorientierung im Handwerk	80
<i>Frank Ehnes</i>	6 Gestaltung der internen und externen Kommunikation	95
<i>Bernd Helbich/ Reinhard Nack</i>	7 Mit professionellen Kundens Schulungen zu mehr Kundenbindung	107
<i>Steffen Behlau/ Eckhard Stach</i>	8 Professioneller Einsatz von Informationstechnologien als Element der internen und externen Kundenorientierung	116
<i>Henrik Mook</i>	9 Strategische Unternehmensplanung	123
	Autoren	130
	Projektbeteiligte Unternehmen und Bildungsträger	131
	Literatur	134