

Inhaltsverzeichnis

ABKÜRZUNGEN	IX
ZUSAMMENFASSUNG	XI
ABSTRACT	XIII
1. PROBLEMSTELLUNG.....	1
2. MESSBARKEIT ALS INTEGRALER BESTANDTEIL DER STÄNDIGEN VERBESSERUNG.....	5
3. DER EFQM-ANSATZ.....	9
4. DER STRATEGISCHE RAHMEN	17
4.1. EINGRIFFS-/WIRKUNGSBEREICH	18
4.1.1 Strategie- und Zielsetzungsprozess.....	18
4.1.2 Mensch.....	25
4.1.3 Technologie.....	29
4.1.4 Organisation	32
4.2. PROZESSORIENTIERUNG UND METHODIK	38
4.2.1 Prozessidentifikation	38
4.2.2 Prozessmodellierung	44
4.2.3 Prozessbewertung.....	50
4.2.4 Prozessmessung	54
5. UNTERNEHMENSPOLITIK UND -STRATEGIE	61
5.1. UNTERNEHMENSPOLITIK DER UMFASSENDE QUALITÄT	61
5.2. STRATEGIEN-KOMPASS.....	63
5.3. KUNDEN-ORIENTIERTE STRATEGIE.....	67
5.3.1 <i>Interner Kunde</i>	68
5.3.2 <i>Externer Kunde</i>	69
5.4. INNEN-ORIENTIERTE STRATEGIE	71
5.4.1 <i>Prozesse</i>	72
5.4.2 <i>Produkte</i>	73
5.5. AUSSEN-ORIENTIERTE STRATEGIE.....	76
5.5.1 <i>Innere Konkurrenz (eigene Branche)</i>	80
5.5.2 <i>Äussere Konkurrenz (andere Branchen)</i>	81
6. UMFASSENDE VERBESSERUNGSZIELE	85
6.1. KUNDEN-ORIENTIERTE ZIELE.....	91

6.2. INNEN-ORIENTIERTE ZIELE	92
6.3. AUSSEN-ORIENTIERTE ZIELE	94
7. MESSBARKEIT DES ERFOLGS	97
7.1. KUNDENZUFRIEDENHEIT	98
7.1.1 <i>Interne Kundenzufriedenheit (ESI)</i>	100
7.1.2 <i>Externe Kundenzufriedenheit (CSI)</i>	102
7.2. INNERE INDIKATOREN.....	104
7.2.1 <i>Prozessindikatoren</i>	104
7.2.2 <i>Produktindikatoren</i>	106
7.3. ÄUSSERE INDIKATOREN.....	108
7.3.1 <i>Inneres "Benchmarking"</i>	110
7.3.2 <i>Äusseres "Benchmarking"</i>	114
8. PRINZIPIEN ZUR AUSWAHL UND ANZAHL VON MESSGRÖSSEN.....	115
9. ANFORDERUNGEN AN DIE INFORMATIONSTECHNOLOGIE	121
LITERATURVERZEICHNIS	131