

Kundenorientierte Prozessverbesserungen

Konzepte und Fallstudien

Springer-Verlag Berlin Heidelberg GmbH

Werner Jammerneegg
Peter Kischka

Herausgeber

Kundenorientierte Prozessverbesserungen

Konzepte und Fallstudien

Mit 73 Abbildungen
und 29 Tabellen



Springer

Prof. Dr. Werner Jammernegg
Wirtschaftsuniversität Wien
Abteilung für Produktionsmanagement
Pappenheimgasse 35/5
1200 Wien
Österreich

Prof. Dr. Peter Kischka
Universität Jena
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Lehrstuhl für Wirtschafts-
und Sozialstatistik
Carl-Zeiss-Straße 3
07743 Jena
Deutschland

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme
Kundenorientierte Prozessverbesserungen: Konzepte und Fallstudien / Hrsg.: Werner
Jammernegg; Peter Kischka. – Berlin; Heidelberg; New York; Barcelona; Hongkong; Lon-
don; Mailand; Paris; Singapur; Tokio: Springer, 2001

ISBN 978-3-642-62612-8 ISBN 978-3-642-56653-0 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-642-56653-0

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbeson-
dere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildun-
gen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf
anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei
nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder
von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Be-
stimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. Septem-
ber 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungs-
pflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsge-
setzes.

<http://www.springer.de>

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2001

Softcover reprint of the hardcover 1st edition 2001

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in die-
sem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass
solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu
betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Einband: Erich Kirchner, Heidelberg

SPIN 10833942

43/2202-5 4 3 2 1 0 – Gedruckt auf säurefreiem Papier

Vorwort

Die Beiträge in diesem Band sind im Rahmen der Projekte "Enhancing Competitiveness of Small and Medium Sized Enterprises via Innovation (ECOVIN)", gefördert vom ADAPT-Programm, und "Bewertung von Geschäftsprozessverbesserungen", gefördert vom Innovations- und Technologiefonds in Österreich, entstanden. Ziel ist die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit vor allem von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) durch kundenorientierte Innovationen. Dies soll durch die gezielte Einbeziehung von Kundeninformationen bei der Gestaltung der Unternehmensorganisation erreicht werden.

Wir danken der Europäischen Union und dem Land Thüringen für die Finanzierung des ECOVIN-Teilprojekts „Kundenzufriedenheitsorientierte Verbesserung von Geschäftsprozessen“ (Nr. GAD 98018) sowie dem österreichischen Innovations- und Technologiefonds für die finanzielle Unterstützung des genannten Projekts (Fördernummer 7/698).

Außerdem danken wir dem Springer-Verlag und insbesondere Frau Dr. Martina Bihn für die angenehme Zusammenarbeit.

Wien und Jena, Februar 2001

Werner Jammernegg
Peter Kischka

Inhaltsübersicht

Einleitung <i>(Jammernegg/Kischka)</i>	1
Teil A Ein Vorgangmodell für kundenorientierte Prozessverbesserungen	
Kapitel 1 Regelkreis zur Bestimmung kundenorientierter Innovationen <i>(Jammernegg/Kischka)</i>	7
Kapitel 2 Kundenzufriedenheit messen und beurteilen <i>(Dahnke/Reiner)</i>	33
Kapitel 3 Identifizierung von Schlüsselprozessen <i>(Lehmann/Reiner)</i>	63
Kapitel 4 Ableitung und Bewertung von Handlungsalternativen <i>(Jammernegg/Reiner)</i>	97
Teil B Fallstudien	
Kapitel 5 Empirische Erfassung des Regelkreises <i>(Dahnke)</i>	123
Kapitel 6 Fallstudie: Ein Unternehmen der Eisen- und Stahlverarbeitenden Industrie <i>(Lehmann/Novak)</i>	147

Kapitel 7	Fallstudie: Ein Unternehmen der Textilindustrie (<i>Hufnagl/Reiner</i>)	177
Kapitel 8	Vergleich von Kundenzufriedenheit und Kundenanforderungen in einem Unternehmen der Dienstleistungsbranche (<i>Dahnke/Lehmann</i>)	211
Kapitel 9	Vergleich von Kundenzufriedenheit und Kundenanforderungen in einem Unternehmen der Konsumgüterindustrie (<i>Lehmann</i>)	227
Kapitel 10	Ableitung und Bewertung von Handlungsalternativen in einem Unternehmen der Elektroindustrie (<i>Jammernegg/Reiner</i>)	237
Literaturverzeichnis		249
Autorenverzeichnis		259
Stichwortverzeichnis		261