

Christian Schawel/Fabian Billing

Top 100 Management Tools

Christian Schawel/Fabian Billing

Top 100 Management Tools

Das wichtigste Buch eines Managers



Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2004

Alle Rechte vorbehalten

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2004

Ursprünglich erschienen bei Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV
Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2004

Lektorat: Ulrike M. Vetter

www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem 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.

Umschlaggestaltung: Nina Faber de.sign, Wiesbaden

ISBN 978-3-663-11650-9 ISBN 978-3-663-11649-3 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-663-11649-3

Vorwort

Das Wirtschaftsumfeld stellt immer höhere Anforderungen an die Fähigkeiten eines Managers. Verkürzung von Produktlebenszyklen, Globalisierung des Wettbewerbs in den meisten Sektoren, Virtualisierung von Wertschöpfungsketten, Ansteigen der Faktorkosten im eigenen Land – diese und andere Tendenzen führen zu höherer Komplexität und Dynamik im Managementalltag.

Mehr denn je müssen Manager also versuchen, die Dimensionen dieser Komplexität in ihrem Handeln zu berücksichtigen. Dies führt zu einem äußerst vielschichtigen Aufgabenspektrum des Managers: Strategiedefinition in einem dynamischen Umfeld, Portfolio-Optimierung, Multi-Projektmanagement, kontinuierliche Wertsteigerung, kontinuierliche Effizienzsteigerung usw. Für viele dieser Themen sind Konzepte vorhanden, die die Bewältigung der Management-Aufgabe wesentlich erleichtern.

In der Praxis lassen sich allerdings drei Probleme erkennen:

1. Vorhandene Konzepte sind dem Manager nicht bekannt.
2. Es ist häufig unklar, welches unter den bekannten Konzepten in der jeweiligen Situation am besten geeignet ist.
3. Die Ergebnisse der Modelle bzw. der Analysen werden falsch interpretiert.

Geistige Flexibilität, Know-how und Entscheidungsfähigkeit sind das Rüstzeug für den beruflichen Erfolg; darüber muss ein Manager ohnehin verfügen. Ein bisschen Mehr an Schnelligkeit sowie inhaltlichem und prozessuellem Wissen kann dabei über Erfolg oder Misserfolg entscheiden.

An dieser Stelle setzt dieses Buch an. Es stellt die 100 wichtigsten Konzepte und Tools dar, beschreibt Anwendungsmöglichkeiten (inkl. Musterschaubilder) und erleichtert die Interpretation der Ergebnisse.

Unser Dank gilt in erster Linie unseren Familien und Freunden, die die Erstellung dieses Buches durch Verzicht auf gemeinsame Zeit unterstützten. Ihnen sei dieses Buch gewidmet.

Düsseldorf und Bonn, Juli 2004

Christian Schawel
Fabian Billing

Inhalt

Vorwort	5
Die Management-Toolbox	11
Der Toolbox-Navigator	14
Die Top 100 Management Tools	23
ABC-Analyse	24
Activity Based Costing	26
Alternativen-Bewertung	28
Ansoff-Matrix	30
ARIZ	32
Balanced-Scorecard (BSC)	34
BCG-Matrix	37
Benchmarking	39
Beschaffungsmanagement	41
Beyond Budgeting	43
Brainstorming	45
Business Plan	47
Business Process Reengineering (BPR)	49
Cash Flow	51
Change Management	53
Coaching	55
CPFR	57
Cross Selling	59
Customer Relationship Management (CRM)	61

Customer Value Management	63
Deduktiver Logikbaum	65
Desinvestitionen (Unternehmensverkäufe)	67
Drei generische Strategien	69
E-Business Management	71
Economic Value Added	73
Efficient Consumer Response (ECR)	75
Entscheidungsbaum	77
Erfahrungskurve	79
Erfolgskennzahlen	82
Facility Management	84
Feedback	86
Five-Forces-Modell	88
Führungsmodelle	90
Gemeinkostenwertanalyse	92
Geschäftsberichtanalyse	94
Ideenbewertung	96
Innovationsmanagement	98
Interne Leistungsverrechnung	100
Interviewing	102
Investitionsmanagement	104
IT-Kostenoptimierung	106
Kennzahlen finanzieller Sicherheit und Solvenz	108
Komplexitätsmanagement	110
Konfliktmanagement	112
Kosten- und Leistungsrechnung	114
Krisenmanagement	116
Launch Management	118

Management Buyouts/-ins	120
Marktausschöpfung (Initiative)	122
Meeting-Vorbereitung	124
Mergers and Acquisitions (M & A)	126
Mind Mapping	128
Moderation	130
Morphologischer Kasten	132
Multiprojektmanagement	134
NPV (Net Present Value) – Barwertbetrachtung	136
Offshoring	138
Osborn-Methode	140
Outplacement	142
Outsourcing	144
Portfolioanalyse	146
Präsentationstechnik	148
PR-Management	150
Produktentwicklungsprozess	152
Produktlebenszyklus	154
Profit, Service und Cost Center	156
Projektmanagement	158
QHAR-Prinzip	160
Rentabilitäts-Kennziffern	162
Risikomanagement	164
Sales-Funnel-Analyse	166
Schaubilddesign	168
Share-of-Wallet-Analyse	170
Six Sigma	172
Storyline	174

Strategisches Controlling	176
Strategieentwicklung	178
Strategische Allianz	180
SWOT-Analyse	182
Synektik	184
Teammanagement	186
Total Quality Management (TQM)	188
Turnaround Management	190
Überzeugungstechniken	192
Unternehmenskulturmanagement	194
Verhandlungsmanagement	196
WACC	198
Walt-Disney-Methode	200
Wertorientierte Führung	202
Wertschöpfungskette	204
Wissensmanagement (Einführung)	206
Working Capital Management	208
Zielkostenmanagement/Target Costing	210
Zielvereinbarung (MbO)	212
4-C-Analyse-Konzept	214
4-C des Marketing	216
4 P des Marketing	218
6-3-5-Methode	220
6-Hut-Denken	222
7-S-Modell	224
Stichwortverzeichnis	226
Literaturverzeichnis	230
Die Autoren	241