

Grundzüge betrieblicher Leistungsprozesse

Marketing, Innovation, Produktion, Logistik und Beschaffung

von

Prof. Dr. Bernhard Swoboda, Prof. Dr. Rolf Weiber

1. Auflage

Grundzüge betrieblicher Leistungsprozesse – Swoboda / Weiber

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Management, Consulting, Planung, Organisation, Steuern

Verlag Franz Vahlen München 2013

Verlag Franz Vahlen im Internet:

www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 4631 9

Stichwortverzeichnis

4r-Funktion.....	203	Beseitigungskanäle	228
ABC-Analyse.....	252, 255	Bestandsmanagement.....	210, 218, 274
Abell-Schema	117	Bestellmenge.....	219
Abnehmernutzenanalyse.....	13	optimale	221
Abnehmerwert.....	11	Bestellpunktverfahren.....	221
Absatz	42	Bestellrhythmusverfahren	221
Absatzmenge, maximale	165	Bestellzeitpunkt	219
Absatzwege.....	97	Betrachtungszeit	184
Absatzwegopolitik	98	Betriebe	1
Absatzwirtschaft.....	42	Betriebsmaximum	187
Adopter.....	136	Betriebsminimum.....	187
Adopter kategorien.....	137	Betriebsmittel.....	159, 170
Adoptionsforschung	136	Bezugsquellenermittlung	257
Adoptionskurve	137	Branchenstrukturanalyse.....	68
Akquisitorisches Potential	28, 48, 82	Break-Even-Menge	25, 184, 187
Analogschätzung	253	Business to Consumer.....	193
Anbietervorteil	28	Buying Center.....	52
Angebotsbewertung	261		
Ansoff-Matrix.....	64, 117	Carry-Over-Effekte	96
Arbeitsleistung		Cash-Flow-Gleichgewicht.....	73
dispositive.....	2	City-Logistik-Konzept	228
Auftragsabwicklung.....	210	Cloners.....	278
Ausbringungsmenge	169, 175	Cobb-Douglas-Produktionsfunktion	173
Auslagerungsstrategien	233	Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment	276
Austauschprozesse	46	computer-aided-design-Systeme.....	37
Autonomieprinzip	4	Continuous Replenishment	222, 275
		Contract Manufacturing.....	242, 246
Basiswertentscheidung	210	Corporate Behaviour.....	63
BCG-Portfolio	72	Corporate Identity	63
Bedarfsermittlung	220, 252, 253	Cross Docking-Lager.....	217
Bedarfsmenge	251	Cross-Docking.....	234
Bedarfsprognose.....	220	Customer Integration	192
Belieferungsformen	210		
Benchmarks.....	39, 257	Deckungsbeitrag.....	26, 163
Beschaffung	17, 238, 241, 274	Delphi-Methode.....	74
direkte.....	246	Demand & Supply Chain Management	274
indirekte.....	246	demand creation	274
Organisationsformen der	240	Dienstleistungen	189
strategische.....	238, 242	Differenzierung.....	30
Ziele der.....	239	Differenzierungspotential	245
Beschaffungsarealstrategie	248	Diffusionstheorie.....	136, 138
Beschaffungsarten.....	241	Direct Sourcing.....	246
Beschaffungslogistik.....	206	Direktbelieferung.....	213
Beschaffungsmarktanalyse	255	Direktkommunikation.....	93
Beschaffungsmarktstrategien.....	247	Direktmarketing.....	93
Beschaffungsobjekte	248	Direktvertrieb.....	98
Beschaffungsorganisation	248	Distributionslogistik	97, 208
Beschaffungsprozess.....	249	Distributionspolitik	80, 97, 99
Beschaffungssituation.....	257	Diversifikation.....	65
Beschaffungssortimentsstrategie	248	Durchschnittsertrag.....	176
Beschaffungssubjektstrategie.....	248	Durchschnittskostenfunktion	185
Beschaffungszeitkonzepte	248		

Economies of Scale.....	213	Grundlagenforschung	128
Effektivität	28, 29, 129, 150	und Entwicklung (F&E)	111, 128
Effektivitätsvorteil	29	Fremdbezug	243
Efficient Consumer Response	205	Früherkennung	118
Effizienz	28, 29, 170, 171	Frühwarnsysteme	118
Effizienzprämisse	150	Führerinnovation	140
Effizienzsteigerung	131	Führungsprozesse	14
Effizienzvorteil	29	Funktionale Strategien	28
Eigenerstellung	243	Gap-Analyse	65, 117
Eigenfertigung	243	Garantieleistungen	88
Eingriffintensität	195	Gesamtkosten	179
Eingriffstiefe	195	Gesamtkostenverlauf	184
Einkauf	241	Geschäftsfeldstrategien	27
Einlagerungsstrategien	233	Gewinnfunktion	165
Einzelfertigung	167	Gewinnisoquante	166
Electronic Sourcing	242	Gewinnmaximale Ausbringungsmenge	187
Elementarfaktoren	2	Gewinnmaximierung	24
Enabling Technologies	276	langfristige	161
Entsorgungslogistik	209, 228	Global Sourcing	242
Environmental Analysis	118	Gratifikationsprinzip	64
Erfahrungseigenschaften	54	Grenzerlös	25
Erfahrungskurve	71, 72, 73, 190	Grenzertrag	175
Erfahrungsobjekt	VII	Grenzkosten	25
Erfolgsziele	10	Grenzkostenfunktion	185
Erkenntnisobjekt	VII	Grenznutzen-Grenzopfer-Prinzip	26
Erlebnismarketing	56	Grenzrate der Substitution	175
Ertragsfunktion	175	Gutenberg-Funktion	91
Ertragsgebirge	174	Güterbedarf	
Ertragsgesetz	176	betrieblicher	251
Erwartete Wareneingänge	233	Güterverteilzentren	229
Erwerbswirtschaftliches Prinzip	4	Handelsunternehmen	57
Evoked Set	58	Handelsvermittler	246
Externalisierung	111, 195	Handelsvertreter	100
Externer Faktor	189	Ideenbewertung	123
F&E-Prozess	128	Ideenfindungsphase	122
Faktor		Ideengenerierung	122
dispositiver	2	Immaterialität	190, 191
externer	192, 193, 195	Impact-Analyse	73
Faktorpreise	179	Indikatorprognosen	118
fast fashion	32	Indirekter Vertrieb	98
Fast-Moving-Consumer-Goods	136	Informationsökonomik	54
Fertigungsablauf	166	Informationsökonomische	
Fertigungskontrolle	160	Eigenschaftskategorien	54
Fertigungsplanung	160, 166	Informationsökonomisches Dreieck	55
Fertigungsprogramm	166	Informationsströme	206
Fertigungstiefe	243	Innensicht	156
Finanzen	7	Innovation	
Finanzziele	10	technologische	138
Fixkostendegression	186	Wesensmerkmale der	113
Fließfertigung	167	Innovationsbedarfsforschung	122
Floprate	124	Innovationsdilemma	112
Flussprinzip	205	Innovationsdimension	113
Folgerinnovation	140	objektbezogene	114
Folgerstrategie	138, 140	prozessbezogene	115
Forschung			
Angewandte	128		

subjektbezogene.....	114
Innovationsdruck.....	111
Innovationsfelder.....	112
Innovationsprozess.....	115
marktinduzierter.....	8, 153
Innovationswettbewerb.....	112
Innovationszyklen.....	109
In-Store-Logistik.....	229
Intangibilität.....	191
Integration.....	276
vertikale.....	31, 36
Integrierte Systeme.....	205
internationale Parallelproduktion.....	279
Internationale Verbundproduktion.....	279
Intra-Logistik.....	
outletbezogene.....	229
Intuitivschätzung.....	253
Invader.....	278
Invention.....	128
Isoleistungslinie.....	194
Isoquante.....	173, 178
Just-in-Time.....	218
-Belieferung.....	275
-Konzept.....	280
-Systeme.....	36
Kapazitätsengpässe.....	162
Kaufentscheidungsprozesse.....	59
Käuferverhaltensforschung.....	42
Kauftypen.....	
informationsökonomische.....	55
nach der kognitiven Steuerung.....	58
Kaufverhaltensforschung.....	51
Kennzahlen des Lagerumschlag.....	219
Kernkompetenz.....	121, 245
Kernprodukt.....	81
Know-how-Potential.....	121
Kommissionierung.....	226
Kommunikation.....	93
indirekte.....	94
Kommunikationspolitik.....	80, 93
Komparativer Konkurrenz-Vorteil (KKV) 28,	
48.....	
Merkmale.....	49
Prinzipien.....	49
Kompetenzanalyse.....	121
Komponentenlieferanten.....	272
Konditionenpolitik.....	88
Konfiguration.....	111, 151, 154, 277
Konkurrenzanalyse.....	Siehe
Branchenstrukturanalyse.....	
Kontrahierungspolitik.....	87
Kontraktlogistik.....	211
Koordination.....	111, 152, 153, 278
Kosten.....	179
minimale.....	182

überproportional steigende.....	181
Kostenanalyse.....	13
Kostenbudget.....	179, 182
Kostenführerschaft.....	30, 112
Kostenfunktion.....	169, 179, 183
Kostenisoquante.....	179, 180, 183
Kostenkalkulationsverfahren.....	92
Kostenminimum.....	181, 182, 187
Kostensenkung.....	181
Kostensituation.....	28
Kostentheorie.....	168, 178, 179
Kostenverlauf, ertragsgesetzlicher.....	184
Kostenvorteil.....	28
Kostenziel.....	239
Kreativitätstechniken.....	122
Kundenbindung.....	51
Kundendienstpolitik.....	82
Kundenintegration.....	192
Ziele der.....	195
Kundennutzen.....	81
Kundenorientierung.....	43, 46, 50, 51
Kundenversorgung.....	240
Kundenvorteil.....	28
Kundenzufriedenheit.....	51
Lager.....	213
regionale.....	215
Standort des.....	216
Zahl und Art der.....	215
zentrale.....	215
Lagerbestand.....	219
Lagerentscheidungen.....	215
Lagerhausarten.....	214
Lagerhaussysteme.....	210, 213
Lagerprozesse.....	217
Länderratings.....	118
Landverkehr.....	223
Late Mover.....	140
Leertransporte.....	224
Leistungserstellung.....	7, 157
Leistungsprozesse.....	15
Leistungsverwertung.....	7
Leistungsziele.....	10
Leitlinienkonzept.....	65
Lernkurveneffekt.....	181, 190
Lieferantenanalyse.....	258
Lieferantenauswahl.....	259
Lieferantenbeurteilungssystem.....	258
Lieferantenbewertung.....	257, 259
Lieferantencontrolling.....	260
Lieferantenidentifikation.....	258
Lieferantenorientierung.....	240
Lieferantenstrategie.....	248
Lieferantensuche.....	257
Lieferantensuchprozess.....	258
Lieferantenwechsel.....	257
Lieferkonditionen.....	88

Lieferzeitpunkt.....	219	Marktparzellierungsstrategien.....	77
Limitationalität.....	172	Marktpotential.....	46
Lineare Programmierung.....	166	Marktrisiken.....	5
Liquiditätsziel.....	239	Marktsegmentierung.....	67, 78
Logistical Resource Planning.....	279	Marktstimulierungsstrategien.....	76
Logistik.....	17, 203, 204	Markttest.....	133
Logistik.....	206	Marktvolumen.....	46
Logistikbreite.....	210	Marktwachstums-Marktanteils-Portfolio.....	72
Logistikintensität.....	211	Mass Customization.....	193
Logistiksysteme		Massenfertigung.....	167
einstufige.....	212	Massenmarktstrategie.....	77
Grundstrukturen von.....	212	Materialwirtschaft.....	241
kombinierte.....	213	MBD-Konzept.....	117
Komponenten von.....	210	Mehrfachfertigung.....	167
mehrstufige.....	213	Mengendisposition.....	253
Logistiktiefe.....	211	Mengengerüst.....	179
Logistikziele.....	203	Mesoebene.....	11, 20
Logistische Zusatzleistungen.....	234	Mikroebene.....	11, 20
Losgrößenformel		Minimalkostenkombination.....	181, 182, 183
klassische.....	221	Mission.....	63
Luftverkehr.....	223	Modifizierte Wertkette.....	14
Make-or-Buy.....	216, 224, 243	Modullieferanten.....	272
Marktdurchdringung.....	64	Monitoring.....	118, 257
Marke.....	83	Nachfragewiderstände.....	138
Markenbekanntheit.....	84	Nachhaltigkeit.....	205
Markenimage.....	84	Nachschubmanagement.....	274
Markenpolitik.....	57, 83	Nachschubprozesse.....	235
Market-Boundary-Definition (MBD)-		Nachtbelieferung.....	224
Konzept.....	66	Nettonutzenprinzip.....	4
Marketing.....	16, 44	Netzwerkintermediär.....	20
differenziertes.....	77	Neuprodukt.....	115
konzentriertes.....	77	Neuprodukteinführung.....	257
selektiv-differenziertes.....	77	Nicht-Lagerfähigkeit.....	190
undifferenziertes.....	77	Nicht-Transportierfähigkeit.....	191
Marketing-Dreieck.....	49, 111	Objektrealisation.....	260
Marketing-Mix.....	X, 42, 48, 75, 80, 81, 88	Objektrealisierung.....	262
Marketingziele.....	75	Öffentlichkeitsarbeit.....	94
Markt, Relevanter.....	46	Ökonomisches Prinzip.....	2, 4
Markt, Relevanter.....	46	Operation.....	17, 157
Marktanalyse.....	255	Optimale Bestellmenge.....	220
Marktanteil.....	46	Original-Equipment-Manufacturer.....	272
Marktarealstrategien.....	77	Outreachers.....	278
Marktbearbeitung.....	76	Outsourcing.....	210, 242, 244
Marktbearbeitungs-Prozesse.....	15	leistungsbezogenes.....	244
Markteinführung.....	135	Outsourcing-Kriterien.....	245
Gestaltung der.....	138	Partialtest.....	134
Markteintrittszeitpunkt.....	138	Penetrationsstrategie.....	89
Marktentwicklung.....	65	Pflichtenheft.....	130
Markterprobung.....	133	Phasenkonzepte.....	115
Marktfeldstrategien.....	76	Pionier.....	139
Marktformen.....	46	Pionierstrategie.....	138
Marktforschung.....	42, 47, 51, 59	Planung	
Marktführer.....	71	kurzfristige.....	161, 166
Marktgrößen.....	46	langfristige.....	161, 166
Marktorientiertes Management.....	29		
Marktorientierung.....	43		

Planung und Überwachung	235	Rabatte	88
Portfolio-Konzept	72	Rapid Prototyping	132
Potentialanalyse	73	Rationalisierung	43
Potentialfaktoren	159	Redistributionskanäle	228
Preisablaufpolitik	89	Reisende	100
Preis-Absatz-Funktion	91	Relevant Set	58
Preiselastizität der Nachfrage	91	Rentabilität	5
Preiselastizitäten	91	Repetierfaktoren	159
Preispolitik	80, 88	Retail Brand	57
Preisstruktur	89	Retrodistributionslogistik	209
Preisuntergrenze		Return on Investment	31
kurzfristige	188	Routinebeschaffung	257
langfristige	188	Rückgaberecht	88
Prinzip des Privateigentums	4	Rücknahmelogistik	228
Produkt/Markt-Kombinationen	64	Rückstandszyklen	228
Produkt/Markt-Lebenszyklusmodell	73		
Produkt/Markt-Matrix	64, 117	Sättigungseffekte	186
Produkt-/Markttest	133	Scanning	118
Produktdifferenzierung	85	Scoring-Modelle	125
Produkteliminierung	86	Second Mover	140
Produktentwicklung	64, 85	Segmentierungskriterien	78
Produktideen	122	Segmentierungsstrategie	77
Produktinnovation	114, 115, 127	Serienfertigung	167
Produktion	17, 133, 157, 231	Servicepolitik	82
Produktionsfaktoren	159	Settler	278
Produktionsfunktion	169, 170, 171, 172	Shareholder	64
limitationale	172, 177, 178	Sicherheitsstandards	112
substitutionale	172, 173	Sicherungsziel	239
Produktionsfunktion vom Typ A	176	Simultaneous Engineering	131
Produktionsisoquanten	173, 181	Skimmingstrategie	89, 139
Produktionskapazität	165	Snob-Effekt	92
Produktionslogistik	208	SOR-Modelle	56
Produktionsmöglichkeitenraum	165	Sortenfertigung	167
Produktionsprogramm	160, 161	Sortimentspolitik	82
Produktionsprogrammplanung	162	Sortimentswechsel	257
Produktionstheorie	168, 169	Sourcing-Toolbox	247
Produktivität	5, 29	Speed-Sourcing	276
Produktknappheit	35	Spezielle Betriebswirtschaftslehren	7
Produktlebenszyklus	70, 73, 108	Spill-Over-Effekte	96
Produktlinienpolitik	82	Sponsoring	94
Produktpolitik	80, 81	Spot-Geschäfte	211
Produktpositionierung	86	SR-Modelle	56
Produkttest	134	Stakeholder	64
Produktvariation	85	Standardisierung	227
Produktvereinheitlichung	86	Stärken-Schwächen-Analyse	73, 74
Prozessevidenz	193	Stimulus-Organismus-Response-Modelle	56
Prozessgerade	177	Stimulus-Response-Modelle	56
Prozessinnovation	113	Strategische Erfolgsfaktoren	73
Prozessorientierung	206, 278	Strategische Geschäftseinheiten	48, 66
Pull-Prinzip	205	Strategische Geschäftsfelder	48, 66
Punktbewertungsverfahren	125	Strategische Rahmenplanung	63
Push-Pull-Push-Prozess	33	Strategische Realisationsplanung	63
		Strategische Stoßrichtung	64, 117
Qualitätsführerschaft	112	Strategische Suchrichtung	117
Qualitätsmanagement	234	Strategisches Marketing	62
Qualitätspolitik	82	Structure-Conduct-Performance-Paradigma	68
Qualitätsziel	239, 264		

Substitution	
alternative	173
begrenzte	173
Substitutionalität	172
Sucheigenschaften	54
Suchfeld	117, 119
Suchfeldanalyse	119
Suchfelder-Potentialmatrix	120
Suchfeldkandidaten	119, 122
Suchraum	119
Suchspirale	120
Supply Chain-Management	206
Supply Chain-Prozess	17, 271
Supply Chain-Synchronisation	222
SWOT-Analyse	74
Synchronisation	218
Systembezogene Betriebsmerkmale	4
Systemindifferente Betriebsmerkmale	2
Systemlieferant	272
Szenario-Technik	119
Technologie-Portfolio	121
Teillieferanten	272
Tourenplanung	224
Transaktionsformen	153, 279
Transitlager	218
Transitterminals	218
Transport	222
Transportbündelung	206
Transportkette	222, 224
Transportmittel	222
Transportprozesse	224
Transportsysteme	210, 222
Trendanalyse	120
Umsatzvolumen	43
Umschlagslager	214
Umtauschrecht	88
Umweltanalyse	67
Unique Selling Proposition	28, 48
Unternehmen	1, 4
Unternehmensanalyse	67
Unternehmensgesamtstrategien	26
Unternehmenskonjunktur	62
Unternehmensphilosophie	32, 43, 63
Unternehmensstrategien	26
Unternehmens-Umwelt-Koordination	74
Unternehmensziele	24
Value Net-Ansatz	23
Value Shop	20
Vendor-Managed Inventories	275
Verfallsrate von Neuproduktideen	124
Verfügbarkeit	245
Verkauf, persönlicher	93
Verkaufsförderung	93

Verkehr	
gebrochener	222
kombinierter	222, 224
Verpackung	210, 227
Verteilungslager	214
Vertrauenseigenschaften	54
Vertriebsorgane	97
Vertriebsweg	98
Virtual Prototyping	132
Vision	63
Volltest	134
Vorratslager	214
Vorreiterrolle	139
Wachstumsstrategien	81
Wahrgenommenes Risiko	54
Warenausgang	234
Warenfluss	231
Warenströme	206
Wasserverkehr	223
Wellenmanagement	234
Weltmarktfabrik	279
Werbeerfolgskontrolle	96
Werbung	94
Werkstattfertigung	167
Werkstoffe	159, 170
Wertaktivitäten	11, 170
Wertgerüst	179
Wertkette	10, 11
Wertkettensystem	18
Wertkreislauf	228
Wertschöpfungskette	195
Wertschöpfungspartner	274
Wertschöpfungsprozess	195
Wertschöpfungssystem	18
Wertschöpfungstiefe	243
Wertsystem	18
Wettbewerbsanalyse	68
Wettbewerbskräfte nach Porter	68
Wettbewerbsorientierung	240
Wettbewerbsstrategien	27, 30
Wettbewerbsvorteile	10, 46, 86, 121, 158
Wirtschaftlichkeitskennzahlen	219
Wirtschaftlichkeitsprinzip	2, 169
WOTS-UP-Analyse	74
Yard Management	233
Zahlungsbedingungen	88
Zeitfenster	224
Zeitparallelisierung	131
Zielkonflikt	253
Ziellücke	66
Zielmarkt	46
Zielsegment	46
Zielsystem	10

