
Dietmar Sternad · Gernot Mödritscher

Qualitatives Wachstum

Der Weg zu nachhaltigem
Unternehmenserfolg

Inhaltsverzeichnis

Teil I Qualitatives Wachstum im Überblick

1	Einleitung: Unternehmenswachstum neu denken	3
1.1	Was bedeutet „qualitatives Wachstum“ im Unternehmenskontext?	5
1.2	Was bringt qualitatives Unternehmenswachstum?	8
1.3	Vom Qualitätsmanagement zum Management von qualitativem Wachstum.	12
	Literatur.	14
2	Was ist Qualität?	17
2.1	Qualität der Ergebnisse	19
2.1.1	Qualität aus Kundensicht (Leistungsqualität)	19
2.1.2	Qualität aus Sicht weiterer Anspruchsgruppen	22
2.2	Qualität des Handelns	26
2.3	Ist Qualität messbar?	28
	Literatur.	32
3	Umfassende Qualitätsentwicklung im Unternehmen	33
3.1	Der qualitative Entwicklungspfad	34
3.2	Voraussetzungen für qualitatives Wachstum	37
3.3	Prioritätensetzung und Lernen als wesentliche Grundlagen des qualitativen Wachstums	39
	Literatur.	44
4	Qualitative Entwicklungssprünge	47
4.1	Grundtypen von qualitativen Entwicklungssprüngen	48
4.2	Planung und Umsetzung von qualitativen Entwicklungssprüngen	54
4.2.1	Analysephase	55
4.2.2	Entwicklung und Auswahl von Alternativen	58
4.2.3	Umsetzungsphase.	61
	Literatur.	62

5	Kontinuierliche Qualitätsentwicklung	63
5.1	Klassische Managementansätze zur kontinuierlichen Qualitätsentwicklung	65
5.2	Die qualitative Entwicklungsspirale	67
	Literatur	75
 Teil II Qualität der Ergebnisse steigern		
6	Produktqualität	79
6.1	Dimensionen der Produktqualität	80
6.1.1	Nützlichkeit	83
6.1.2	Zuverlässigkeit	84
6.1.3	Ästhetik	84
6.2	Gutes Design als Voraussetzung für Produktqualität	87
6.3	Instrumente zur Analyse und Entwicklung von Produktqualität	89
6.3.1	Fragenkatalog zur Identifikation von Qualitätsmerkmalen eines Produktes	89
6.3.2	„Laddering“ – Was für Kunden wirklich zählt	89
6.3.3	Bewertungsbogen für die Qualitätsmerkmale eines Produktes	92
6.3.4	Die Matrix der Qualitätsmerkmale	94
	Literatur	97
7	Dienstleistungsqualität	99
7.1	Dimensionen der Dienstleistungsqualität	101
7.2	Instrumente zur Analyse von Dienstleistungsqualität	103
7.2.1	Die Verfahren zur Analyse der Dienstleistungsqualität im Überblick	104
7.2.2	SERVQUAL-Ansatz	104
7.2.3	Kano-Modell	111
7.3	(Weiter-)Entwicklung von Dienstleistungen	115
	Literatur	118
8	Erlebnisqualität	121
8.1	Dimensionen der Erlebnisqualität	125
8.2	Instrumente zur Analyse und Entwicklung von Erlebnisqualität	128
8.2.1	Service Blueprints	128
8.2.2	Methode der kritischen Ereignisse (Critical Incident Technique)	132
8.2.3	Sequentielle Ereignismethode	134
8.2.4	Customer-Journey-Ansatz	135
	Literatur	138

9	Nachhaltigkeitsqualität	143
9.1	Dimensionen der Nachhaltigkeitsqualität	144
9.2	Instrumente zur Analyse von Nachhaltigkeitsqualität	146
9.2.1	Kenngrößen für soziale und ökologische Nachhaltigkeitsqualität.	146
9.2.2	Konzentration aufs Wesentliche.	151
9.3	Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitsqualität	153
9.4	Nachhaltigkeitsqualität entlang der Wertschöpfungskette.	155
	Literatur.	157
10	Nachhaltige wirtschaftliche Qualität	159
10.1	Der Stakeholder-Ansatz als Basis für die Schaffung nachhaltiger wirtschaftlicher Qualität.	160
10.2	Bewertungsansätze für wirtschaftlichen Erfolg im Rahmen des Shareholder-Value-Paradigmas	161
10.2.1	Grundprinzipien des Shareholder-Value-Ansatzes	162
10.2.2	Operationalisierung des Shareholder-Value-Ansatzes	163
10.2.3	Die Discounted Cash-Flow-Methode als Ansatz zur Berechnung des Shareholder Values	164
10.2.4	Weitere Ansätze zur Berechnung des Shareholder Values	167
10.2.5	Reflexion des Shareholder-Value-Ansatzes	168
10.3	Der Stakeholder-Ansatz	170
10.4	Integration von Shareholder Value und Stakeholder Value	173
	Literatur.	177

Teil III Qualität des Handelns steigern

11	Prozessqualität	183
11.1	Prozessmanagement als Voraussetzung für die Entwicklung von Prozessqualität	184
11.2	Ansätze zur Steuerung und Entwicklung der Prozessqualität	187
11.2.1	Technokratische Ansätze	188
11.2.2	Struktur- und kulturorientierte Ansätze	196
	Literatur.	202
12	Arbeitsqualität	205
12.1	Dimensionen der Arbeitsqualität	206
12.1.1	Einflussfaktoren auf die Qualität der Arbeitsausführung	206
12.1.2	Arbeitsqualität aus Mitarbeitersicht	208
12.2	Methoden zur Analyse von Arbeitsqualität	211
12.2.1	Analyse der Qualität der Arbeitsausführung	211
12.2.2	Analyse von Arbeitsqualität aus Mitarbeitersicht	213

12.3	Weiterentwicklung von Arbeitsqualität	216
	Literatur	219
13	Qualitätspartnerschaften	221
13.1	Qualitätsorientierte Partnerauswahl	223
13.2	Qualitätsorientiertes Partner-Beziehungsmanagement	226
13.3	Qualitätsorientierte Partnerbewertung	229
13.4	Qualitätsorientierte Partnerentwicklung	233
	Literatur	237
14	Führungsqualität	239
14.1	Was macht Führungsqualität aus?	240
14.2	Methoden zur Analyse von Führungsqualität	243
14.3	Weiterentwicklung von Führungsqualität	247
14.3.1	Methoden zur Führungskräfteentwicklung	248
14.3.2	Der FQ-Entwicklungsprozess	250
	Literatur	253
Teil IV Qualität vermitteln und wachsen lassen		
15	Qualitätskommunikation	257
15.1	Grundlagen der Qualitätskommunikation	258
15.2	Instrumente der Qualitätskommunikation	259
15.2.1	Unternehmensinterne Instrumente der Qualitätskommunikation	259
15.2.2	Externe Unterstützung für die Qualitätskommunikation	264
15.3	Bewusstsein für Qualität schaffen	265
	Literatur	268
16	Die sieben Grundprinzipien des qualitativen Wachstums	269
	Literatur	286
	Sachverzeichnis	287